



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI, PSİKOLOJİK İYİ  
OLMA HALİ VE TOPLUMSAL İLGİ ARASINDAKİ  
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HİLAL BURCU YAZICI UZDUR**

**İSTANBUL, 2024**



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI, PSİKOLOJİK İYİ  
OLMA HALİ VE TOPLUMSAL İLGİ ARASINDAKİ  
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HİLAL BURCU YAZICI UZDUR  
(200133025)**

**Danışman  
(Doç. Dr. İtir Tarı Cömert)**

**İSTANBUL, 2024**

26/01/2024

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji tezli yüksek lisans programı öğrencisi 200133025 numaralı **Hilal Burcu YAZICI UZDUR**'un, hazırladığı "Sosyal Medya Kullanımı, Psikolojik İyi Olma Hali ve Toplumsal İlgisi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" konulu yüksek lisans ile ilgili Tez Savunma Sınavı, 26.01.2024 Cuma günü saat 14:00'de yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **Kabulüne Oy Çokluğu (Oy Birliği)** ile karar verilmiştir.

**Tez adı değişikliği yapılması halinde:** Tez adının .....  
.....  
şeklinde değiştirilmesi uygundur.

Jüri Üyesi

Karar

1. Doç. Dr. İtir TARI CÖMERT (Danışman)
2. Dr. Öğr. Üyesi Zeynep TEMEL
3. Dr. Öğr. Üyesi Barkan ESKİİLİ

Kabul  
Kabul  
Kabul

(İkinci Danışman)\*.....

\*2. Danışman varsa doldurulması gerekmektedir.

## **ETİK BİLDİRİM**

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bağlı olduğum üniversite veya bir başka üniversitedeki başka bir çalışma olarak sunulmadığını beyan ederim.

Hilal Burcu Yazıcı Uzdur

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans sürecimde karşılaştığım zorluklarda ihtiyaç duyduğumda desteğini esirgemeyen, bilgisi ile yanımda olan çok değerli tez danışmanım Doç. Dr. İtir Tarı Cömert'e,

İstatistik denildiğinde “bir daha asla” diyen öğrencisine istatistik ile yaşanabileceğini gösteren Dr. Melek Astar'a,

Tez savunma sınavında bulunan, değerli katkıları ile Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Temel ve Dr. Öğr. Üyesi Barkan Eskiili'ye

Bilime katkı sağlama motivasyonunu paylaşan ve aktaran kıymetli hocalarım ve arkadaşlarıma,

Analizin zorlu yollarında, süreci daha yönetilebilir hale getiren, tablolara fısıldayan meslektaşım Selma Sümeyye Bozkurt'a,

Yolları kesişmeyen yıllarımın ortakları, motivasyon kaynaklarım ve işbirlikçilerim Yasemin Yazıcı Serdar, Ayşenur Engil Er, Hilal Yanık Alam ve “Kaderimse Çekerim” dostluğuna,

Hayatımın her anında sevgi ve saygısını hissettiğim, sabır ve desteklerini esirgemeyen, minnettar olduğum ve olacağım aileme, başta varlıklarına bin şükür yeğenlerime,

Ve son olarak hayatın tüm renklerini birlikte deneyimlediğim, süreçte eksikliğini hiç hissetmediğim, tez zamanda bitir motivasyonu ile kahvemi, çorbamı getiren, sevgili eşim Halil İbrahim Uzdur'a,

Teşekkür ederim.

Bu çalışma karşılaştığı her türlü zorluğa rağmen iyi oluşu bulma ve sürdürme çabasından vazgeçmeyen, toplumsal birlikteliğin değerini bilen herkese adanmıştır.

Son olarak, Turgut Uyar'ın dediği gibi uzanıp kendi yanaklarımdan öperim.

Hilal Burcu Yazıcı Uzdur

# SOSYAL MEDYA KULLANIMI, PSİKOLOJİK İYİ OLMA HALİ VE TOPLUMSAL İLĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Hilal Burcu Yazıcı Uzdur

## ÖZET

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi olma ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmaya, yaşları 18 ile 63 arasında değişen 200 kadın (%64,9) ve 108 erkek (%35,1) olmak üzere toplam 308 birey katıldı. Çalışmada veri toplama aracı olarak Sosyal Medya Kullanım Ölçeği, Toplumsal İlgi Ölçeği ve Psikolojik İyi Olma Ölçeği kullanıldı. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için araştırmacı tarafından tasarlanan bir demografik bilgi formu uygulandı. Çalışmada, ölçeklerin toplam ve alt boyut puanları arasındaki ilişkilerin analizi için Pearson Korelasyon Katsayısı kullanıldı. Ayrıca, demografik değişkenlerin, ölçeklerin ve bunların alt boyutlarının toplumsal ilgi üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek üzere Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi yöntemi tercih edildi. Yürütölen analizlerin özeti olarak, toplumsal ilgi ile psikolojik iyi oluş arasında pozitif bir ilişki tespit edildi ve psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde etkili olduğu göröldü. Öte yandan, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi ile doğrudan bir ilişkisi tespit edilmedi ancak psikolojik iyi oluşun bir alt boyutu olan çevresel hakimiyet ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulundu. Bu bulgu, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluşun belirli yönlerine olumsuz etkileri olabileceğine işaret etmektedir. Elde edilen bulgular, mevcut literatür çerçevesinde detaylı bir şekilde incelendi ve yorumlandı.

**Anahtar Kelimeler:** Toplumsal İlgi, Sosyal Medya, Psikolojik İyi Oluş,

# **EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USE, PSYCHOLOGICAL WELL-BEING AND SOCIAL INTEREST**

**Hilal Burcu Yazıcı Uzdur**

## **ABSTRACT**

The aim of this research is to examine the relationship between social media use, psychological well-being, and social interest. The study was conducted on a total of 308 individuals, comprising 200 women (64.9%) and 108 men (35.1%), ranging in age from 18 to 63. As data collection tools, the Social Media Usage Scale, the Social Interest Scale, and the Psychological Well-Being Scale were used. Additionally, a demographic information form designed by the researcher was applied. In the study, the Pearson Correlation Coefficient was used to analyze the relationships between the total and sub-dimension scores of the scales. Moreover, Multiple Linear Regression Analysis was preferred to assess the potential effects of demographic variables, scales, and their sub-dimensions on social interest. As a summary of the analyses conducted, a positive relationship was found between social interest and psychological well-being, and it was observed that psychological well-being influences social interest. On the other hand, no direct relationship was detected between social media use and psychological well-being or social interest. However, a statistically significant negative relationship was found between environmental mastery, which is a sub-dimension of psychological well-being, and social media use. This finding indicates that social media use may have negative effects on certain aspects of psychological well-being. The findings were examined and interpreted in detail within the framework of the existing literature.

**Keywords:** Social Interest, Social Media, Psychological Well-Being

## ÖN SÖZ

Bu tez çalışması, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır.

Sosyal medyanın bireylerin psikolojik iyi oluşlarına etkisi geniş bir araştırma konusu olmuş olsa da toplumsal ilgi bağlamında bu etkinin incelenmesi literatürde sınırlı kalmıştır. Mevcut literatür taramasında sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi olma hali ve toplumsal ilgi konularının entegre edildiği kapsamlı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Tezin hazırlık sürecinde, literatürde bu üç kavramın bir arada ele alındığı çalışmalara rastlanmaması, bu konuda derinlemesine bir analizin gerekliliğine dikkat çekmiştir. Ancak, bu durum, kaynak sınırlılığı olarak çıkmış ve literatür taraması sürecini zorlaştırmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde, bu konularla ilgili kavramsal çerçeveye yer verilmiş, kavramların tanımları, önemleri, bu kavramları etkileyen faktörler ve literatürdeki diğer çalışmalara değinilmiştir. İkinci bölümde araştırma metodolojisi; katılımcıların demografisi, kullanılan ölçüm araçları, veri toplama aşamaları, verilerin düzenlenmesi ve istatistiksel analiz yöntemleri detayları ile sunulmuştur. Üçüncü bölümde, elde edilen bulgular, mevcut literatür ışığında değerlendirilmiş ve öneriler, varsayımlar ve çalışmanın potansiyel kısıtlamalarına değinilerek sonlandırılmıştır.

Veri toplama süreci, çevrimiçi anket yöntemi ve yüz yüze görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiş olup, sosyo-kültürel açıdan çeşitli bir katılımcı kitlesine ulaşılmaya çalışılmıştır. Tez çalışmasının ilerleyişi sırasında meydana gelen depresyon gibi beklenmedik olaylar incelenen ilgili kavramlar ile ilişkili bazı zorluklara sebep olsa da özenli veri toplama süreci ile sayısal açıdan tatmin edici bir örneklem büyüklüğü ile bu zorluğun üstesinden gelinmeye çalışılmıştır.

Nicel araştırma tekniklerinin benimsendiği bu çalışma, sosyal medyanın psikolojik iyi oluş üzerindeki etkileri ve toplumsal ilginin bu ilişkideki rolünü daha iyi anlamaya yardımcı olmayı hedeflemiştir. Bu çalışmanın bulguları, sosyal medya kullanıcılarından akademisyenlere, eğitimcilere, psikologlara ve politika belirleyicilere kadar geniş bir kitleye derinlemesine bilgi ve yeni perspektifler sunmayı amaçlamaktadır.

Ocak, 2024

Hilal Burcu Yazıcı Uzduz

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	v
ABSTRACT .....	vi
ÖN SÖZ .....	vii
SEMBOLLER.....	xi
TABLO LİSTESİ .....	xii
ŞEKİL LİSTESİ .....	xv
KISALTMALAR.....	xvi
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. ALAN YAZIN TARAMASI.....	3
1.1. PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ.....	3
1.1.1. Psikolojik İyi Oluş Tanımı ve Kavramsallaştırılması.....	3
1.1.2. Psikolojik İyi Oluş Boyutları.....	7
1.1.2.1. Otonomi.....	8
1.1.2.2. Çevresel Hakimiyet .....	9
1.1.2.3. Bireysel Gelişim .....	10
1.1.2.4. Diğerleriyle Olumlu İlişkiler .....	12
1.1.2.5. Yaşam Amacı .....	12
1.1.2.6. Öz Kabul .....	13
1.1.3. Psikolojik İyi Oluş ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	14
1.1.3.1. Psikolojik İyi Oluş ile Cinsiyet .....	15
1.1.3.2. Psikolojik İyi Oluş ile Yaş.....	16
1.1.3.3. Psikolojik İyi Oluş ile Sosyo Ekonomik Düzey ve Eğitim..	17
1.1.3.4. Psikolojik İyi Oluş ile Medeni Durum.....	18
1.1.3.5. Psikolojik İyi Oluş ile Aile ve Kültür.....	19
1.1.3.6. Psikolojik İyi Oluş ile Diğer Değişkenler .....	21
1.2. TOPLUMSAL İLGİ .....	23
1.2.1. Toplumsal İlginin Tanımı ve Kavramsallaştırılması.....	23

1.2.2. Toplumsal İlgı ile İlgili Yapılan Araştırmalar .....	34
1.2.2.1. Toplumsal İlgı ile Cinsiyet.....	34
1.2.2.2. Toplumsal İlgı ile Yaş .....	35
1.2.2.3. Toplumsal İlgı ile Sosyoekonomik Düzey ve Eğitim .....	35
1.2.2.4. Toplumsal İlgı ile Medeni Durum.....	35
1.2.2.5. Toplumsal İlgı ile Aile ve Kùltür .....	36
1.2.2.6. Toplumsal İlgı ile Diğer Değişkenler .....	37
1.3. SOSYAL MEDYA .....	38
1.3.1. Sosyal Medya Tanımı ve Kavramsallaştırılması.....	38
1.3.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Platformlar.....	41
1.3.3. Sosyal Medya Kullanım Oranları.....	45
1.3.4. Sosyal Medyanın Etkileri .....	47
1.3.5. Sosyal Medya ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	49
1.3.5.1. Sosyal Medya Kullanımı ile Cinsiyet.....	50
1.3.5.2. Sosyal Medya Kullanımı ile Yaş .....	51
1.3.5.3. Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyoekonomik Düzey ve Eğitim .....	52
1.3.5.4. Sosyal Medya Kullanımı ile Medeni Durum.....	53
1.3.5.5. Sosyal Medya Kullanımı ile Aile .....	54
1.3.5.6. Sosyal Medya Kullanımı ile Diğer Değişkenler .....	55
1.4. AMAÇ .....	56
<b>İKİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>59</b>
<b>2. YÖNTEM.....</b>	<b>59</b>
2.1. KATILIMCILAR .....	59
2.2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI .....	59
2.2.1. Demografik Bilgi Formu .....	59
2.2.2. Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PIOÖ) .....	60
2.2.3. Toplumsal İlgı Ölçeği (TİÖ).....	62
2.2.4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ).....	63
2.2.5. Kullanılan Ölçekler ve Alt Boyutlar için İç Tutarlılık Katsayıları	64
2.3. UYGULAMA .....	64
2.4. VERİLERİN ANALİZİ .....	65

<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>66</b>
<b>3. BULGULAR .....</b>	<b>66</b>
3.1. BETİMLEYİCİ İSTATİSTİKLER.....	66
3.2. TOPLUMSAL İLGİ DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKEN KATEGORİLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ .....	71
3.3. KORELASYON ANALİZLERİ .....	77
3.4. ÇOKLU DOĞRUSAL REGRESYON ANALİZLERİ.....	80
<b>TARTIŞMA ve SONUÇ.....</b>	<b>96</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>113</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>140</b>

## SEMBOLLER

$\beta$	: Standart eğim katsayısı
B	: Eğim katsayısı
N	: Anakütle sayısı
n	: Kişi sayısı
k	: Öğe sayısı
t	: t istatistiği
F	: F istatistiği
p	: Anlamlılık değeri
r	: Korelasyon katsayısı
$\chi^2$	: Ki-kare
$R^2$	: Belirlilik Katsayısı
$\bar{x}$	: Aritmetik ortalama

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Yaşam Boyu Toplumsal İlginin Gelişimi. ....	28
Tablo 2. Toplumsal İlginin Boyutları. ....	32
Tablo 3. Sosyal Medya Platformlarının Sınıflandırılması. ....	42
Tablo 4. Kullanılan Ölçekler ve Alt Boyutlar İçin İç Tutarlılık Katsayıları. ....	64
Tablo 5. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı... 66	
Tablo 6. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı (Aile). ....	69
Tablo 7. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı (Sosyal Medya). ....	70
Tablo 8. Ölçek Toplam Puanı ve Alt Boyutlarının Betimleyici İstatistik Değerleri.. 70	
Tablo 9. Toplumsal İlgi Puanının Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Bağımsız Örnek t- Testi ile Karşılaştırılması. ....	71
Tablo 10. Toplumsal İlgi Puanının Eğitim Kategorileri Açısından Mann Whitney U Testi ile Karşılaştırılması. ....	72
Tablo 11. Toplumsal İlgi Puanlarının Yaş Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması. ....	72
Tablo 12. Toplumsal İlgi Puanlarının Ekonomik Durum Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması. ....	73
Tablo 13. Toplumsal İlgi Puanlarının Annenin Eğitim Durumu Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması. ....	74
Tablo 14. Toplumsal İlgi Puanlarının Babanın Eğitim Durumu Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması. ....	75
Tablo 15. Toplumsal İlgi Puanlarının Aile Yapısı Kategorileri Açısından Welch Testi ile Karşılaştırılması. ....	76
Tablo 16. Toplumsal İlgi Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Süresi Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması. ....	76
Tablo 17. Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanları için Korelasyon Analizi Tablosu. ..	79
Tablo 18. Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	80

Tablo 19. Kadın Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	81
Tablo 20. Erkek Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	82
Tablo 21. Bekar Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	83
Tablo 22. Evli Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	84
Tablo 23. Eğitim Düzeyini İlköğretim, Ortaokul ve Lise Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	85
Tablo 24. Eğitim Düzeyini Lisans ve Lisansüstü Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	86
Tablo 25. Ekonomik Durumunu Düşük Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	87
Tablo 26. Ekonomik Durumunu Orta Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	88
Tablo 27. Ekonomik Durumunu Yüksek Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	89
Tablo 28. Daha Önce Psikolojik/Psikiyatrik Tedavi Gördüğünü Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	90
Tablo 29. Daha Önce Psikolojik/Psikiyatrik Tedavi Görmediğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	91
Tablo 30. Şu Anda Psikolojik/Psikiyatrik Yardım Aldığını Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	92
Tablo 31. Şu Anda Psikolojik/Psikiyatrik Yardım Almadığını Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	93

Tablo 32. Psikolojik/Psikiyatrik Yardım İhtiyacı Hissettiğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.....	94
Tablo 33. Psikolojik/Psikiyatrik Yardım İhtiyacı Hissetmediğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi. ....	95

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Psikolojik İyi Oluşun Temel Boyutları ve Teorik Temelleri .....	8
Şekil 2. Toplumsal İlgil Spektrumu: Dikey (Düşük), Yatay (Yüksek).....	33
Şekil 3. Yıldan Yıla Günlük Sosyal Medya Kullanımı.....	46

## KISALTMALAR

PİÖÖ	: Psikolojik İyi Olma Ölçeği
TİÖ	: Toplumsal İlgı Ölçeği
SMKÖ	: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği
Ss	: Standart sapma
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri
min.	: Minimum değer
max.	: Maksimum değer

## GİRİŞ

Psikoloji bilimi, gelişiminden günümüze klinik psikologların ve psikiyatristlerin taleplerine yanıt olarak patolojik durumların anlaşılması ve tedavi edilmesini odak noktasına alan bir yaklaşım ile hareket etmiştir (Nathan ve Langenbucher, 1999). Bu perspektif, bireylerin günlük yaşantısını olumsuz etkileyen psikopatolojik durumların incelenmesiyle, yaşam kalitelerini iyileştirme amacını taşımaktadır (Maddux, 2008).

Patolojiyi nasıl kavradığımız, birey, uzman, devlet ve toplum için geniş ölçekte çeşitli etkileri barındırmaktadır (Maddux, 2008). Ancak salt patolojiye yoğunlaşmanın ruh sağlığı sorunlarına karşı toplumsal duyarlılığın yetersiz kalmasına ve alandaki hizmetlere yönelik talebin eksilmesine neden olduğu ortaya çıkmıştır (Thornicroft, 2006). Bu yaklaşımın aynı zamanda normal davranış ve işlevselliği de göz ardı ettiği görülmüştür (Keyes, 2002).

Ruh sağlığının anlaşılmasının önüne geçen bu yaklaşıma karşın araştırmacılar, patoloji ve sağlıklı gelişim arasındaki dengeyi kurabilmek adına bireylerin davranışlarını, düşüncelerini ve duygularını anlamanın önemini vurgulayan bütüncül bir yaklaşımın gerekliliğine dikkat çekmiştir. Bu bağlamda Seligman (Seligman, 2001)'in öncülük ettiği pozitif psikoloji hareketi, bireylerin güçlü yönlerini öne çıkararak, psikolojik iyi oluşun ve sağlıklı gelişimin ne denli kritik olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Pozitif psikolojinin ortaya çıkışı, psikolojinin gelenekselleşmiş odağı olan hastalık ve bozukluklar yaklaşımının yerine, bireylerin daha iyi ve anlamlı bir yaşam sürmesine odaklanan yeni bir perspektif sunmuştur (Seligman, 2001). Keyes (2002), bu yaklaşımın merkezinde yer alan psikolojik iyi oluş kavramını, bireylerin hayatlarını anlamlı kılacak olumlu duyguları deneyimleme, kişisel yeteneklerini etkili bir şekilde mobilize etme ve anlamlı, tatminkar bir yaşam sürme olarak tanımlamıştır. Bu kavram aynı zamanda yaşam tatmini, mutluluk düzeyi ve duygusal refah gibi bileşenleri barındıran çok yönlü bir yapıya sahiptir ve bu çok yönlü yapı, bireyin toplumsal ilgisi ve etkileşimleri aracılığıyla daha belirginleşmektedir (Keyes, 2002).

Toplumsal ilgi, Adler'in bireysel psikoloji üzerine yaptığı çalışmalarında önemli bir kavramdır. Adler (1927), bireysel psikoloji bağlamında geliştirdiği toplumsal ilgi kavramı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi, bireyin başkalarıyla etkileşime girme, anlama ve parçası olma arzusu şeklinde açıklamıştır. Yapılan çalışmalar, toplumsal ilgi ile psikolojik iyi oluş arasında güçlü kanıtlar sunmaktadır (Diener ve Seligman, 2002; Keyes, 2002). Sağlıklı ruhsal gelişime sahip olan bireyler, topluma karşı farkındalığı yüksek, duyarlı ve empati becerisine sahip kişilerdir (Ryff ve Singer, 2008a). Thoits ve Hewitt (2001) de benzer bir yaklaşımla, ruhsal gelişimin temel taşlarından biri olarak toplumsal ilgiye dikkat çekmiştir. Sosyal medyanın kullanımı, toplumsal ilginin aktif rol üstlenmenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini daha da belirgin kılmaktadır. İnsanların etkileşim halinde olmasını sağlayan sosyal medya ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiler üzerine araştırmalar bulunmaktadır (Smith ve Anderson, 2018).

Sosyal medya, internetin sunduğu platformlarda bireylerin bilgi, fikir ve içerik alışverişinde bulunabildikleri, birbirleri ile etkileşimde olabildikleri dinamik bir araçtır (Brahem ve Boussema, 2023). Ancak, sosyal medya kullanımının bireylerin psikolojik iyi oluşları ve sosyal ilişkileri üzerindeki etkileri çelişkili bulgular gösteren tartışmalı bir konudur. Bazı çalışmalar sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi oluş arasında olumlu bir ilişki olduğunu belirtken (Hancock vd., 2022), diğerleri ise bu ilişkinin olumsuz yönlerini ve potansiyel zararlarını vurgulayan bulgular sunmuştur (Andreassen vd., 2016).

Bu tezde, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasındaki ilişki incelenmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. ALAN YAZIN TARAMASI

### 1.1. PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ

#### 1.1.1. Psikolojik İyi Oluş Tanımı ve Kavramsallaştırılması

Psikolojik iyi oluş, bireyin yaşamının çeşitli yönlerinde kendini duygusal, bilişsel ve sosyal açıdan iyi hissettiği ve yaşamından genel olarak memnun olduğu bir ruh halidir (Smith vd., 2020). Bu kavram, kişisel deneyimlerin, zihinsel becerilerin ve sosyal etkileşimlerin uyumu ve tatmin edici bir biçimde entegre olduğu bir durumu yansıtır (Adams ve Clark, 2018). Psikolojik iyi oluş hali, insanların hayatlarına anlam katma ve içsel doyum arayışı ile yakından ilişkilidir (Frankl, 2009).

İnsanlık tarihinden itibaren insanların içsel mutluluk arayışları, kim olduklarını, neden var olduklarını ve hayatın anlamını anlamaya yönelik gösterdiği çaba disiplinlerarası temel bir konudur. Bu derinlemesine sorgulama, insan doğasının temel bir yönüdür ve onun zihinsel, duygusal ve sosyal boyutlarını kapsamaktadır. *Eudaimonia* kavramı, bu arayışın bir yansıması olarak Antik Yunan düşüncesi içerisinde, özellikle Aristoteles tarafından önemli bir yer edinmiştir.

Eudaimonik yaşantı, bireyin kendi potansiyelini geliştirmesi, değerleriyle uyumlu davranması, özerkliğini koruması ve topluma katkıda bulunması ile ilgilidir (Ryan ve Deci, 2001). Bu yaklaşım, bireyin yaşamında derinlemesine bir anlam ve doyum arayışında olduğunu öne sürmekte ve bu süreç neticesinde bireyin anlamlı ve tatminkar bir yaşam tecrübesi edindiği varsayılmaktadır. Öte yandan, iyi oluşun farklı yönünü açıklamada kullanılan bir diğer yaklaşım ise hedonidir. İyi oluşun hedonik boyutu, zevk ve hazların merkezini oluşturmaktadır.

Antik Yunan felsefesine dayanan bu yaklaşım, bireyin hayatta maksimum zevki ve minimum acıyı deneyimleme hedefini benimsemektedir ve zevkin, insan hayatında en yüksek amaç olduğunu savunmaktadır. Bu perspektife göre bireyin iyi

oluşu, deneyimlenen olumlu duygusal deneyimler ve elde edilen anlık zevklerle ilişkilendirilmektedir (Kahneman vd., 1999). Hedonik perspektifin bir sonucu olarak bireyler genel bir hoşnutluk ve memnuniyet hissiyle karşılaşmaktadır.

Eudaimonia ve hedonia kavramları arasındaki ilişki üzerine yapılan tartışmalar bu iki kavramın birbirleriyle olan dinamiklerini ortaya koymaktadır. Bazı araştırmacılar bu iki yaklaşımın birbirinden bağımsız olduğunu hatta zıt olduğunu savunurken (Kashdan vd., 2008) diğerleri ise bu kavramların birbirlerini tamamlayıcı ve destekleyici nitelikte olduklarına dikkat çekmektedir (Huta ve Ryan, 2010).

Eudaimonia ve hedonia kavramları sıkça farklı ölçüm yöntemleri ile değerlendirilmektedir. Özellikle eudaimonia kavramı değerlendirilirken yaşam amacı ya da kişisel gelişim gibi kriterlere odaklanılırken, hedonia değerlendirmelerinde yaşamdan duyulan memnuniyet veya pozitif duygu hali gibi parametreler öne çıkmaktadır. Bu çalışmaların çoğu eudaimonia ve hedoniayı bireyin yaşamına yönelik genel tutumları veya değerleri olarak ele almaktadır. Ancak, bazı çalışmalar bu perspektifin bireyin yaşamına yönelik genel yaklaşımları ile onun günlük etkinliklerinden elde ettiği motivasyon arasındaki olası farkların göz ardı edilebileceğini belirtmektedir (Huta ve Waterman, 2014). Dolayısıyla, psikolojik iyi oluşun tam anlamıyla kavranabilmesi için, bireylerin günlük rutinleri ve bu rutinler sırasında gösterdikleri motivasyonların da dikkate alınması gerekmektedir.

Psikolojide “iyi oluş” kavramının evrimi, tarih boyunca felsefenin iyi oluşa dair değişen perspektifleriyle sıkı sıkıya bağlantılıdır. Bu kavramın kökenleri, felsefenin derinliklerine dayanır ve zamanla farklı yaklaşımlar ve yorumlarla literatürde geniş bir şekilde incelenmiştir. Bu evrimsel süreç, iyi oluşun ne olduğu ve nasıl elde edildiği konusundaki değişen düşünce yapısını yansıtmaktadır.

Psikolojik iyi oluşun tanımı ve anlamı, psikoloji literatüründe birçok teorisyenin katkılarıyla şekillenmiştir. Erik Erikson, bireyin yaşam evrelerini ele alarak psikolojik iyi oluşun bu evrelerde nasıl şekillendiğini detaylı şekilde incelemiştir. Erikson (1950)’a göre bireyin yaşamındaki her evre, kendine özgü krizler ve fırsatlarla doludur ve bu evrelerin başarıyla aşılması, bireyin psikolojik iyi oluşunu arttırmaktadır. Adler’in yaklaşımında ise, bireyin toplumsal yaşama nasıl uyum sağladığı ve topluma ne şekilde katkıda bulunduğu, psikolojik iyi oluşun anahtar

bileşenlerindedir (Sperry ve Sperry, 2020). Adler'e göre, bireyin toplumsal yaşama dair pozitif tutumları ve davranışları, onun psikolojik iyi oluşunu destekleyici bir etkiye sahiptir (Sperry ve Sperry, 2020). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, insanın temel ihtiyaçlarını hiyerarşik bir şekilde sınıflandırmış ve geliştirdiği piramit modelinde bu ihtiyaçları ele almıştır. Bu piramitte yer alan "kendini gerçekleştirme" ihtiyacı, psikolojik iyi oluş ile doğrudan ilişkilendirilmiştir. Maslow'a göre bireyin kendini gerçekleştirme ihtiyacını tatmin etmesi, onun en üst düzeyde psikolojik iyi oluşa ulaşmasını sağlamaktadır (Tripathi, 2018). Jung'un bireyselleşme kavramı, bireyin bilinçli ve bilinçdışı yönlerinin entegrasyonu üzerinden psikolojik iyi oluşa ulaşabileceğini belirtir. Bu entegrasyon, bireyin içsel çatışmalarını aşmasını ve psikolojik bütünlük kazanmasını sağlar (Schlamm, 2020). Carl Rogers, psikolojik iyi oluşun sadece mutluluk ve yaşam memnuniyeti ile sınırlı olmadığını, bireyin kendi özgünlüğünü koruması gerektiğini, doğuştan gelen gerçek benlik ve toplumun beklediği ideal benlik arasındaki uyumun psikolojik iyi oluşun gerekliliği olduğunu savunmuştur (Beydoğan Tangör ve Curun, 2016; Rogers, 1961). Hayatın zorluklarıyla başa çıkma ve anlam bulmanın psikolojik iyi oluşu arttırabileceğini savunan Wong, hedonizm ve eudaimonizm gibi iki yaklaşımın psikolojik iyi oluşa katkısına işaret etmiştir (Das, 1998). Frankl (2009) ise insanın hayatının anlamını bulmasının psikolojik iyi oluşun temelini oluşturduğunu ve bunun üç yolu olduğunu vurgulamıştır: yaratıcı değerler (creative values), deneyimsel değerler (experiential values), tutumsal değerler (attitudinal values) (Das, 1998). Öte yandan Seligman, psikolojik iyi oluş kavramını beş temel boyutta (pozitif duygular, ilişkiler, anlam, başarı ve katılım) özetlemiş olup bu sınıflandırma Seligman'ın öne sürdüğü "Perma" modelinde yer bulmuştur (Tang vd., 2019). Pozitif psikolojinin odak noktası, bireylerin yaşamlarında nasıl daha anlamlı, başarılı ve mutlu bir deneyim elde edebileceklerine yöneliktir. Bu perspektiften bakıldığında, psikolojik iyi oluşu desteklemek ve artırmak adına olumlu ve etkili müdahalelerin geliştirilmesi kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiş, Seligman'ın bu modeli psikolojik iyi oluşun arttırılmasına yönelik uygulamalı müdahalelerde referans noktalarından biri olmuştur (Lyubomirsky vd., 2005).

Psikolojik iyi oluş kavramının literatürdeki yerini ilk defa tanımlayan ve bu alana önemli katkı sunan Bradburn (1969), bu kavramı bireyin duygusal denge perspektifinden ele almıştır. Bradburn (1969)'a göre, psikolojik iyi oluşun temelini, olumlu ve olumsuz duygusal tepkiler arasındaki dengenin oluşturduğu, bu dengede olumlu duyguların ağırlık kazanmasının esas olduğu varsayılmıştır. Böylece yaşamdan zevk alma, mutluluk, iyimserlik gibi olumlu duygusal durumlar pozitif duygulanım olarak adlandırılırken; üzüntü, korku, endişe ve öfke gibi duygusal durumlar negatif duygulanım kategorisinde değerlendirilmiştir. Bu duygusal kategorilerin, psikolojik iyi oluş ile bağlantısı bulunmaktadır ve bu ilişki Huppert (2009) tarafından da doğrulanmıştır.

Buna ek olarak, Lawton (1983), bu kavramsal çerçeveyi daha da derinleştirerek psikolojik iyi oluşun dört temel boyutu olduğunu belirtmiştir: bireyin karşılaştığı olumsuz durumlarla etkili bir şekilde başa çıkabilme becerisi, bireyin yaşamından aldığı memnuniyetin subjektif bir değerlendirmesi, bireyin aktif bir yaşam sürdürme motivasyonu ile birlikte yaşadığı olumlu duygusal deneyimler ve bireyin idealde sahip olmak istediği hedeflerle gerçekte sahip olduğu yaşam arasındaki uyumdur. Psikolojik iyi oluş, bireyin genel yaşam kalitesini etkileyen kritik faktörlerden biridir ve bireyin tüm yaşam alanlarındaki yetkinlikleri ve yaşam kalitesini algılayışı ile psikolojik iyi oluş derinlemesine bağlantılıdır (Lawton, 1983). Bu kapsamlı tanımlama psikolojik iyi oluşun işlevsel boyutunu anlamada kritik önem taşımaktadır.

Lawton'ın, psikolojik iyi oluşu dört boyutlu bir yapı olarak tanımlaması, Ryff ve Singer (2008b)'ın işlevsel (eudaimonik) iyi oluş kavramını detaylı bir şekilde ele almasına zemin hazırlamıştır. Eudaimonia ile hedonizmin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerinin birbirinden ayrıldığına dair çalışmalar bulunmakla birlikte, Ryan ve Deci (2001) gibi araştırmacılar bu iki kavram arasındaki güçlü ilişkiye bu özelde dikkat çekmiştir.

İşlevsel iyi oluş perspektifi, bireyin içsel özellikleri ve yaşantısını kapsamlı bir şekilde ele almanın gerekliliğini vurgulamakta, bireyin yaşamına dair tecrübe ettiği olumlu duygu, düşünce ve öz değerlendirmelerini ön plana çıkarmaktadır (Larsen vd., 1985). Bu bakış açısı ile iyi oluş, yalnızca bireyin pozitif duygusal durumlarına odaklanarak dar bir çerçeve ile sınırlandırılmamalıdır; aynı zamanda bireyin

yaşamındaki anlam bulma süreçleri, değerleriyle uyum içinde belirledikleri hedeflerine yönelik motivasyonları, kişisel başarılarını tanımlama ve deneyimleme şekilleri ve karşılaştığı zorluklarda dahi kendisini yeterli, otonom ve güçlü hissetme kapasitesi de bu kavramın içinde değerlendirilmelidir (Ryff ve Keyes, 1995).

Ryff (1989b)'in psikolojik iyi oluşa dair katkıları, bu kavramın çok katmanlı ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Ryff (1989b), bireylerin psikolojik iyi oluşlarını salt hedonistik zevkler ve geçici mutluluklarla sınırlamamaları gerektiğine işaret etmiş, bunun yerine yaşamlarını, derinlemesine anlam arayışı, sürekli kişisel gelişim ve değerleriyle uyumlu yaşam sürme ideali doğrultusunda değerlendirmeleri gerektiği üstünde durmuştur (Burns ve Machin, 2009). Bu perspektif, psikolojik iyi oluşun bireyin duygusal deneyimlerinin ötesinde, aynı zamanda yaşamında bulduğu derin anlam ve değerlerle de şekillendiğini vurgulamaktadır.

Ryff (1989b), bu bütünsel yaklaşımı benimseyerek, psikolojik iyi oluşun altı temel boyutta ele alınması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu boyutlar, bireyin yaşamındaki çeşitliliği ve değişkenliği kapsayarak psikolojik iyi oluşun çok boyutlu yapısını açıklamaktadır.

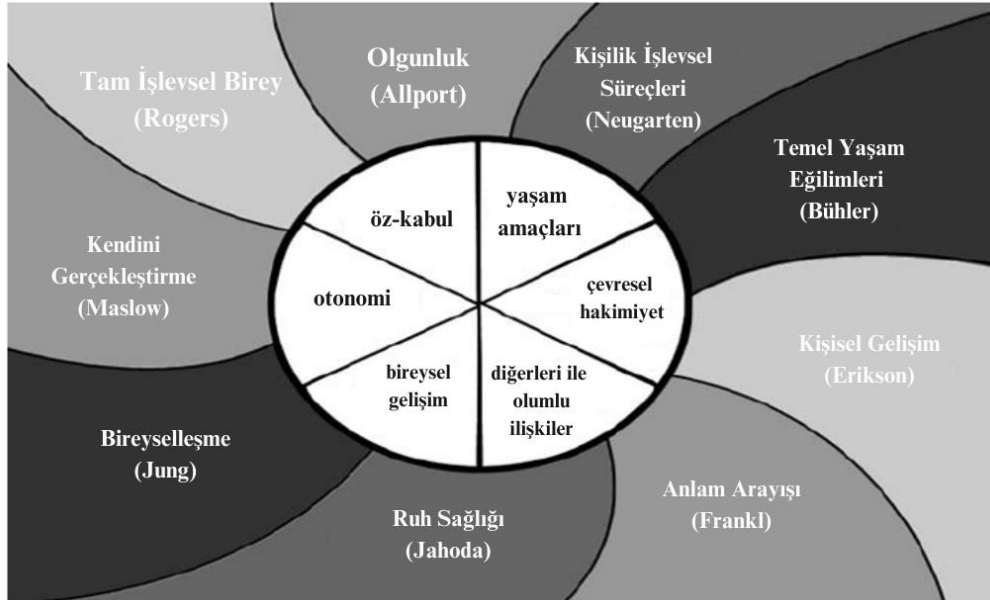
### **1.1.2. Psikolojik İyi Oluş Boyutları**

Ryff (1989b)'in psikolojik iyi oluşa yönelik yaklaşımı, tek bir yön ifade eden basit bir tanımlama yerine bireyin yaşamındaki derinlikli ve çok boyutlu deneyimleri temsil eden bir yapıdadır. Ryff (1989b), bireyin yaşamındaki memnuniyetinin, mutluluğunun ve anlam duygusunun, farklı bileşenler ve boyutlar tarafından belirlendiğini vurgulamıştır. Evrensel ihtiyaç listesi olarak tanımlanan bu kritik boyutlar: Otonomi (özerklik), çevresel hakimiyet, bireysel gelişim, diğerleriyle olumlu ilişkiler, yaşam amacı ve öz-kabuldür (Ryff, 1989b).

Ryff (1989b)'e göre, bu altı boyut sadece bireyin psikolojik sağlığını ve yaşam kalitesini değil aynı zamanda genel yaşam memnuniyetini ve mutluluğunu da derinden etkilemektedir. Her bir boyutun bireyin genel psikolojik iyi oluşuna katkıda bulunan benzersiz yönleri vardır ve bu nedenle ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir (Ryff ve Keyes, 1995). Bu boyutlar Aristoteles'in etik, amaç ve anlam üzerine olan

kavrayışları ile uyum içindedir ve bireyin çok yönlü gelişimine katkıda bulunan unsurların bir araya getirilmesini temsil etmektedir (Ryff ve Keyes, 1995).

Psikolojik iyi oluşu açıklamada en çok kabul gören model olan Çok Boyutlu Psikolojik İyi Oluş Modeli, psikolojinin farklı dönemlerinde ve farklı yaklaşımlarında yer bulmuş olan birçok kuramsal temelle desteklenmiştir. Bu destekleyici kuramlar arasında Maslow'un kendini gerçekleştirme, Jung'un bireyselleşme, Rogers'ın tam işlevsel birey yaklaşımı, Erikson'ın psikososyal gelişim teorisi, Bühler'in temel yaşam eğilimleri, Frankl'in anlam arayışı, Allport'un olgun kişilik yaklaşımı, Jahoda'nın sağlık ve Neugarten'in kişilik süreçleri gibi önemli kuramsal temeller yer almaktadır (Beydoğan Tangör ve Curun, 2016; Ryff ve Singer, 2008b).



Şekil 1. Psikolojik İyi Oluşun Temel Boyutları ve Teorik Temelleri

Kaynak: Ryff ve Singer (2008a)

#### 1.1.2.1. Otonomi

Bireyin hayatını anlamlandırma ve bu hayatı doyum içinde sürdürme kapasitesiyle doğrudan ilişkili olan “psikolojik iyi oluş” kavramının önemli boyutlarından biri “otonomi” yani özerkliktir (Keyes, 2007). Bu kavram, bireyin kendi öz benliğini olumlu bir şekilde kabullenmesi, bağımsız karar alabilmesi, içselleştirdiği değerler doğrultusunda hareket edebilmesi ve geçmiş deneyimlerine yapıcı bir perspektiften bakabilmesi olarak tanımlanır (Deci ve Ryan, 2000). Psikolojide ve diğer

disiplinlerde, otonomi, bireyin kendi eylemlerinin farkında olması, yaşamındaki kontrolü elinde bulundurma ve kendi davranışlarının sorumluluğunu alma şeklinde ifade edilmektedir. Özellikle bağımsız karar alma becerisi, bireyin kariyerinden ilişkilerine kadar hayatının çeşitli alanlarında kendi değerleri ve tercihleri doğrultusunda seçim yapabilme becerisini ifade eder. Aynı şekilde davranışların kontrolü, bireyin öz-disiplin, motivasyon, hedef belirleme ve bu hedeflere ulaşma konusunda dış etkiler olmaksızın hareket edebilme yeteneğini kapsar. İçsel değerlerin farkındalığı, bireyin kendi benzersiz kimliğini oluşturmasının bir parçasıdır.

Otonomi, tanımında yer alan “bağımsızlık” ve “özgürlük” gibi kavramları içermesi sebebiyle araştırmalarda kavramsal belirsizliklere yol açmaktadır. Diener ve Lucas (2000), otonomiye başkalarından bağımsız hareket etme yeteneği olarak tanımlarken; Kağıtçıbaşı (2005), bireyin diğerlerinden farklılaşma sürecine odaklanmış ve bunu özellikle ebeveynlerden ayrılma ve farklı bir benlik algısı oluşturma ile ilişkilendirmiştir. Özgürlük, otonominin bir boyutu olarak bireyin yaşamını yönlendirme ve dışsal sınırlamalara rağmen seçim yapabilme yeteneğinin kendisidir (Cherry, 2023).

Bağımsızlık (başka kişi ya da kişilere bağlı olmama hali) ile otonomi (özerklik) arasında kavramsal karışıklıklar mevcut olsa da otonomi kavramı genellikle bireyin kişisel değerleri ve öncelikleri doğrultusunda, dışsal etkenlerden bağımsız hareket edebilme kapasitesi olarak ele alınmaktadır (Özen, 2017). Otonomi, bireyin yaşamında karşılaştığı deneyimlerle ve yaşamının genel tatmini ile doğrudan ilişkilidir (Vallerand vd., 2007).

Benzer şekilde, otonomi ve psikolojik iyi oluş arasındaki pozitif ilişki kültürel açıdan incelendiğinde otonomi, bireylerin yaşamlarından alınan zevk ve olumlu duygusal deneyimlerle yakından ilişkilidir (Chen vd., 2015). Ayrıca, otonomi sadece bireysel düzeyde değil, kolektif düzeyde de psikolojik iyi oluşa katkı sağlamaktadır.

#### 1.1.2.2. Çevresel Hakimiyet

Çevresel hakimiyet, bireyin yaşamını ve çevresini etkili bir şekilde yönetebilme becerisi olarak tanımlanan psikolojik iyi oluşun önemli bir boyutudur (Ryff ve Keyes, 1995). Bireyin, çevresel faktörlerle olan etkileşimini olumlu bir biçimde yönlendirebilme kapasitesini kapsar. Günlük yaşantılarını sürdürebilme,

kişisel ihtiyaçlarına yanıt bulabilme, fırsatları değerlendirebilme yeteneği ve sorumluluklarını üstlenme hissi olarak açıklanabilir (Keyes ve Ryff, 2003; Ryff, 1989). Bireyin çevreyi tam anlamıyla kendi gereksinimlerine hizmet edecek şekilde kullanabilme yetisidir (Chang, 2006). Bu yetenek, psikolojik iyi oluşun bir özelliğidir ve bireyin yaşam kalitesini, özgüvenini, özsaygısını ve mutluluğunu etkileyen birçok değişkenle de yakından ilişkilidir (Lee vd., 2010; Ryff ve Keyes, 1995; Ryff ve Singer, 2008b).

Bireyler yaşlandıkça çevresel hakimiyet yeteneklerini daha etkili kullanabilmekte ve yaşamlarını daha iyi şekillendirebilmektedir (Ryff ve Keyes, 1995). Bununla birlikte eğitim seviyesi yüksek bireylerin çevresel hakimiyetleri daha gelişmiştir (Springer vd., 2006). Çevresel hakimiyet düzeyi yüksek olan bireyler, stresli durumlarda daha az olumsuz duygu yaşamakta ve daha fazla olumlu duygu hissetmektedir (Lee vd., 2010). Ayrıca güçlü sosyal destek ağına sahip olmaları, bireylerin çevresel hakimiyetlerinin daha yüksek olmasına sebep olmaktadır (Lee vd., 2010). Öte yandan çevresel hakimiyet düzeyi düşük olan bireyler, depresyon, anksiyete ve yalnızlık gibi psikolojik sorunlara daha yatkındır (Lee vd., 2010).

Çevresel hakimiyet somatizasyon ile ters ilişkilendirilmiş olup bu etken bireyin ruh sağlığını korumaktadır (Keyes ve Ryff, 2003). Bununla birlikte çevresel hakimiyetin yaşam kalitesi, mutluluk ve psikolojik iyi oluş gibi değişkenlerle doğrudan ilişkisi bulunmaktadır (Ryff ve Singer, 2008b).

### 1.1.2.3. Bireysel Gelişim

Psikolojik iyi oluş, bireylerin yaşam kalitesini ve genel memnuniyetini yansıtan kapsamlı bir kavramdır. Bu kavramın bir boyutu olan bireysel gelişim, bireyin yaşamı boyunca sahip olduğu potansiyelleri, becerileri ve yetenekleri en üst seviyede kullanarak olgunlaşma sürecini temsil etmektedir (Ryff, 2014). Bu sürecin temelinde, bireylerin yeni deneyimlere ve değişen yaşam koşullarına adapte olabilme yeteneği yatmaktadır. Adaptasyonun yanı sıra kendi gelişimlerini farkındalıkla takip edebilme, motivasyon sağlama ve yaşamdan tatmin olma kabiliyetleri de bu sürecin ayrılmaz parçalarıdır (Ryff ve Singer, 2008a).

Bireysel gelişimin tanımında Aristoteles'in etkisi görülmektedir. Aristoteles'e göre bireyin yaşam boyu süren 'iyi olma arayışı' içerisinde olması gerekmektedir

(Sfekas, 2004). Aristoteles'in *eudaimonia* kavramı, bireyin doğasına uygun bir yaşam sürmesi ve kendi içsel potansiyelini gerçekleştirme anlamına gelmektedir (Waterman, 1993). Bu yaklaşım Ryff'in (1989b), psikolojik iyi oluş modelinin bireysel gelişim boyutuna en yakın olanıdır. Bu boyut, bireyin kendi iç potansiyellerinin bilincinde olması, yeni beceriler ve tutumlar kazanma isteği ve yaşama karşı sürekli bir ilgi duyması ile karakterizedir (Ryff ve Keyes, 1995).

Gelişim psikolojisinin birçok teorisyeni, bireylerin yaşam evrelerinde sürekli bir gelişim içerisinde olduğunu ve bu evrelerin her birinin kendi içerisinde belirli zorlukları barındırdığını savunmaktadır. Bu teoriler, bireyin yaşam boyunca karşılaştığı krizleri ve gelişim evrelerini ele alarak bu süreçlerin nasıl işlediğini bulmak üzerinedir. Rogers (1957, 1961), bireyin gelişim sürecinin hiçbir zaman tamamlanmadığını, bu sürecin her zaman yeni deneyimlere ve çevresel faktörlere tepki olarak devam ettiğini ifade etmiştir. Bu süreç, deneyimlerin kişisel çaba ve çevresel etmenlerin etkileşimine dayanan dinamik bir yapıdır (Baltes, 1987; Ryff ve Singer, 1996). Temelde bu teorilerin ortak noktası, bireylerin yaşamlarının her evresinde kendi potansiyellerini gerçekleştirme kapasitesine sahip olduğudur ve gerçekleşmesi için uygun sosyal ve kültürel koşulların da bulunması gerekmektedir (Ryff ve Singer, 2008a).

Bireysel gelişim sürecini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin başında aile, genetik yatkınlık, kültürel çeşitlilik, eğitim, bireysel motivasyon ve cinsiyet gelmektedir (Lerner, 2018). Özellikle cinsiyet, toplumsal beklentiler ve sosyal yapılarla şekillenen bireysel gelişim değişkenidir (Eagly ve Wood, 1999). Kadınların toplumsal standartlara daha duyarlı davranışlar göstermeleri ve erkeklerin duygusal tepkilerini sınırlandırmaları cinsiyetin bireysel gelişim üzerindeki etkisine iyi bir örnektir.

Bir diğer faktör olan eğitim ise bireysel gelişime olumlu katkı sağlamaktadır. Eğitim, bireyin yaşam boyu öğrenme kapasitesini destekler ve bu bireysel gelişim sürecinin bir parçasıdır. Eğitim görmüş bireyler yeni yetenekler kazanmaya daha meyillidir ve bu kişisel gelişim süreçleri olumlu yönde etkilemektedir (Merriam vd., 2007). Sürekli bireysel gelişime önem veren bireyler, yeni deneyimlere ve değişime açık kişilerdir (Ryff, 2014).

Bireysel gelişim bireyin toplumsal ilişkilerini geliştirmesine (Lent ve Brown, 2013), stersle başa çıkma kapasitesini güçlendirmesine, yaşamda daha fazla denge ve tatmin sağlamasına (Deci ve Ryan, 2000) ve iş başarısını artırmasına yardımcıdır (Lent ve Brown, 2013). Bu nedenle bireysel gelişim psikolojik iyi oluşun önemli bir bileşenidir. Bireyin genel yaşam kalitesini ve kişisel tatminini artırmakla kalmayıp topluma katkısını derinleştirmektedir (Ryff ve Singer, 2008b).

#### 1.1.2.4. Diğerleriyle Olumlu İlişkiler

Diğerleriyle olumlu ilişkiler boyutu, psikolojik iyi oluşun alt boyutlarından biri olarak, bireyin toplumsal bağlamda diğer bireylerle kurduğu etkileşimleri ve bu etkileşimlerin niteliğini tanımlamaktadır. Bu boyut, bireyin diğerleriyle derinlemesine, güvenli, sıcakkanlı, duyarlı bir biçimde ilişki kurma yeteneğini ve aile, arkadaş ve toplum ile oluşturduğu destekleyici, pozitif bağları ifade etmektedir (Ryff, 1989; Ryff ve Singer, 2008b). Bu bağlar, bireyin duygusal iyiliği, sosyal desteği ve aidiyet hissi gibi temel ihtiyaçlarını karşılama potansiyelinin (Ryff ve Singer, 2008b) yanı sıra yaşamındaki anlam ve tatmin duygusunu desteklemektedir. Bu psikolojik iyi oluş kavramının sosyal yönünü yansıtmaktadır (Keyes, 2002).

Sosyal psikoloji ve gelişim alanlarında birçok teori ve araştırma, insanların diğerleri ile kurduğu ilişkilerin psikolojik iyi oluşlarına olan etkisi üzerinde durmuştur. Erikson (1950)'in, psikososyal gelişim teorisi, bireyin sosyal bağlamda kurduğu ilişkilerin kimlik oluşturma ve bireysel gelişim süreçlerine kritik etkilerini belirtmektedir. Bununla birlikte Baumeiste ve Leary (1995) de sosyal bağlanmanın, topluluğa aidiyet duygusunun psikolojik iyi oluşu nasıl etkilediği konusunda bir yaklaşım sunmaktadır.

#### 1.1.2.5. Yaşam Amacı

Yaşam amacı, kuramsal temelini Viktor E. Frankl'in varoluş perspektifinden geliştirdiği anlam istenci kavramından almaktadır. Bu kavram, yaşam amacının açıkça anlaşılmasını, yönlendirilmesini ve bilinçliliğini vurgulamaktadır (Ryff, 1989b).

Yaşam amacının tanımı, bireyin hayatın üst anlamını kavrama ve bu anlamı içselleştirme kapasitesi olarak ifade edilmektedir (Kuyumcu ve Güven, 2012). Araştırmalar, bu kavramın, bireyin fizyolojik ve psikolojik sağlığına olumlu katkılar

sağladığına dikkat çekmiştir (Bauer ve McAdams, 2004). Öyle ki, bireyler, yaşamlarında belirli bir amaç oluşturduğunda ve bu amaca ulaşmak için mücadele ettiğinde, psikolojik iyi oluşlarını arttırabilmektedir (Baumeister ve Vohs, 2002).

Bireyin yaşam amacına sahip olması, yaşamına daha derinlemesine bir bağlılık hissi geliştirmesine, karşılaştığı zorluklarla daha etkin stratejilerle mücadele edebilmesine, alternatif çözüm üretebilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca bazı çalışmalar bu bireylerin biyolojik olarak daha uzun yaşama olasılığı olduğunu da göstermektedir (Aydiner, 2011).

Gelişim psikolojisi teorileri, yaşamın farklı dönemlerinde bireyin amaçlarının ve anlamlarının nasıl evrildiğini incelemiştir. Bu teoiler, yaşam amacının sadece var olmasının yeterli olmadığını, aynı zamanda değiştirilebilir olmasının gerekliliğini vurgulamıştır. Ryff (1995), yaşam amacının dinamik ve sürekli değişen bir niteliğe sahip olduğunu ifade etmiştir. Bireyin yaşamındaki amacın, özgürlük ve bireysellikle sıkı bir bağlantısı vardır (Ryff, 1989b). Yaşam amacının varlığı ve niteliği, bireyin kişisel gelişimi, maddi kazanç, fiziksel görünüş, sosyal sorumluluk ve bireysel farkındalık gibi çeşitli alanlarda nasıl bir yön belirlediğiyle ilgilidir (Aydiner, 2011). Temelde, bu amaçların bireye yaşamın değerli olduğunu hissettirdiği ve topluma katkıda bulunma duygusunu arttırdığı söylenebilir (Gao ve McLellan, 2018).

Yaşam amacı farklı demografik ve psikolojik değişkenlerle ilişkilidir. Yaşam amacı ile yaş arasında hem negatif (Hill vd., 2016) hem de pozitif (Pinquart, 2002) ilişki bulunmuştur. Ayrıca Kim vd. (2014)'ne göre yaşam amacı ile aile tutumu arasında pozitif bir ilişki vardır. Aile bağları güçlü olan bireyler, yaşamlarının anlamını ve hedeflerini daha iyi belirlemekte ve yaşamlarına daha fazla değer vermektedir (Hill vd., 2016).

#### 1.1.2.6. Öz Kabul

Öz kabul, psikolojik iyi oluşun önemli bir boyutudur. Bu kavram, bireyin kendi geçmişi hakkındaki olumlu tutumlarına, kendisine yönelik duygusal değerlendirmelerine ve kendi hatalarına karşı duyarlılık göstermeksizin kendini olduğu gibi kabul etme kapasitesini ifade etmektedir (Ryff, 1989b). Öz kabul, bireyin kendi geçmişini olumlu bir şekilde değerlendirmesiyle ilişkili olup, kendisine yönelik pozitif bir tutum sergileme kapasitesi bu kabul sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır (Ryff,

1989b). Ancak Erikson'ın belirttiği gibi kişinin sadece şimdiki benliğini kabul etmesi yeterli değildir; bununla birlikte geçmişteki başarıları ve başarısızlıklarına karşı bilinç ve kabulleniş gerekmektedir.

Hümanistik psikolojinin önde gelen düşünürleri, Rogers ve Maslow, öz kabulün, insanın kendini gerçekleştirme sürecindeki önemine değinmişlerdir. Carl Rogers'a göre kişinin kendini gerçekleştirmesine destek olan faktörlerin başında gelen öz kabul için, kıyaslama yargılamanın olmaması, kişinin duygularını fark etme ve kabul etme yeteneğini artırması önemlidir (Rogers, 1957). Maslow, bireyin doğal dünyayı, diğer bireyleri ve kendisini kabul etme sürecini, kendini gerçekleştirme ile özdeşleştirmiştir (Çoban, 2021). Toplumsal ilgi kavramının kurucusu Adler'e göre ise birey kendini içinde doğduğu sosyal çevre ile bir bütün olarak görür ve bu bütünlüğü sürdürmede öz kabul kritik öneme sahiptir (Englar-Carlson ve Carlson, 2017).

Öz kabul, anksiyete ve depresyon ile negatif ilişkili olup ruh sağlığı ve yaşam doyumu ile pozitif ilişkilidir (Chamberlain ve Haaga, 2001).

### **1.1.3. Psikolojik İyi Oluş ile İlgili Yapılan Araştırmalar**

Psikolojik iyi oluş, bireylerin yaşam kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olan kapsamlı bir kavramdır. Bu kavram, bireyin yaşamdan alınan tatmin, diğerleriyle olumlu ilişkiler kurabilme yeteneği, yaşamın anlamını bulma ve öz kabul gibi boyutları içermektedir (Tang vd., 2019). Son yıllarda bu alanda yapılan araştırmalar, psikolojik iyi oluşun sadece bireysel faktörlerle değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkenlerle de ilişkisini göstermektedir.

Ryff (1989b), psikolojik iyi oluşun multidisipliner yapısına dikkat çekerek, bu boyutların farklı değişkenlerle etkileşim içinde olduğunu belirtmiştir. Bu görüş, doğrultusunda, Avrupa Sosyal Araştırması kapsamında yapılan büyük ölçekli bir çalışma konunun derinlemesine bir incelemesini sunmuştur (Ruggeri vd., 2020). Bu araştırma, 2006-2012 yılları arasında 21 farklı ülkede yaklaşık 40.000 birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma, psikolojik iyi oluşun boyutları arasındaki ilişkinin incelenmesi, psikolojik iyi oluş boyutları ile katılımcıların demografik özellikleri, yaşam tarzları, kişilik özellikleri ve sosyal destek düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesine katkı sağlamış; ek olarak bireysel ve ülke düzeyinde değişkenlerin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini göstermiştir. Elde edilen sonuçlara göre

psikolojik iyi oluşun farklı boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Hedonik mutluluk ile ödüllendirici mutluluk, dirençlilikle öz saygı ve otonomi ile sosyal katılım arasında yüksek oranda korelasyon görülmüştür. Birey bazında ele alındığında, demografik özelliklerin ve kişilik yapılarının psikolojik iyi oluş üzerinde belirleyici bir rol oynadığı düşünülmüştür. Özellikle yaşın ilerlemesi, hedonik mutluluğun ve otonominin azalmasına; buna karşın ödüllendirici mutluluk ve sosyal katılımın artmasına neden olduğu görülmüştür. Cinsiyet değişkeninde; kadınlar erkeklere göre daha yüksek direnç ve sosyal katılım düzeyine sahipken, erkekler kadınlara göre daha yüksek otonomi ve öz saygı düzeyine sahiptir (Ruggeri vd., 2020). Eğitim ve gelir düzeyi arttıkça psikolojik iyi oluşun tüm boyutları da artmaktadır (Navarro-Carrillo vd., 2020). Ülke düzeyindeki değişkenlerden ülkenin ekonomik gelişmişliği, demokratiklik düzeyi, sosyal güvenlik sistemi, eşitsizlik oranı ve kültürel değerleri gibi faktörlerin de psikolojik iyi oluşun boyutlarını anlamlı olarak etkilediği sonucuna varılmıştır. Özellikle demokratik yapıdaki ülkelerde otonominin arttığı, eşitsizliğin yoğun yaşandığı ülkelerde ise psikolojik iyi oluş boyutlarının genel olarak düşük olduğu gözlenmiştir (DeNeve ve Cooper, 1998). Kişilik özellikleri arasında dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluk psikolojik iyi oluşun tüm boyutları ile pozitif yönlü ilişkiye sahipken, nevrozizm psikolojik iyi oluşun tüm boyutları ile negatif yönlü ilişkiye sahiptir (Ruggeri vd., 2020). Yaşam tarzı alışkanlıkları arasında fiziksel aktivite, yeterli uyku ve sağlıklı beslenme psikolojik iyi oluşun tüm boyutlarını olumlu yönde etkilemektedir. Kültürel değerler açısından ise bireyci değerlere sahip toplumlarda bireysel mutluluk ve otonomi belirginken, toplulukçu kültürel değerleri benimseyen toplumlarda etkileşim ve katılım daha öne çıkmaktadır (Ruggeri vd., 2020).

#### 1.1.3.1. Psikolojik İyi Oluş ile Cinsiyet

Psikolojik iyi oluş ve cinsiyetin ilişkisi üzerine farklı yorumlar bulunmaktadır. Kimi yerde erkekler kadınlara göre daha yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahipken (Haring vd., 1984; Mills vd., 1992) bunun aksini iddia eden sonuçlar da mevcuttur (Lee vd., 1991). Bu farklılığı açıklayan etmenlerden biri olan sosyal rollerin artışının psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz bir etkisi bulunmaktadır (Pearlin, 1975; Radloff, 1975).

Kadınların yaşam doyumu ve mutluluk seviyesi erkeklere kıyasla daha yüksek seviyededir (Gülaçtı, 2009; Wood vd., 1989). Ayrıca, yüksek kontrol ihtiyacı ile kadın olmak da birbirleriyle ilişkilidir (Cooper vd., 1995).

Bireysel gelişim, otonomi ve olumlu ilişki kurma bağlamında kadınlar erkeklere göre daha iyi bir performans göstermektedir (Cirhinlioğlu, 2006). Öz kabul, çevresel hakimiyet ve bireysel gelişim kapsamında kadınlar erkeklere göre daha başarılı olmaktadır (Gülşen, 2013). Öte yandan, erkekler yaşamın anlamı, olumlu ilişkiler ve otonomi konularında daha üstün olmaktadır (Cenkseven ve Akbaş, 2007; Gülşen, 2013). Tüm bunların aksine cinsiyetin psikolojik iyi oluş üzerinde belirleyici bir rol oynamadığı da öne sürülmüştür (Söner ve Yılmaz, 2018).

Cinsiyet kavramı psikolojik iyi oluşun tüm boyutlarını anlamlı olarak etkilemeyebilir (Haring vd., 1984; Ryff ve Marshall, 1999). Özellikle olumlu sosyal ilişkiler ve bireysel gelişim boyutlarında kadınlar erkeklere göre biraz daha başarılı olmaktadır (Haring vd., 1984; Ryff ve Marshall, 1999). Ancak otonomi, çevresel hakimiyet, yaşam amacı ve öz kabul gibi diğer boyutlarda bir cinsiyet farkı yoktur (Haring vd., 1984; Ryff ve Marshall, 1999).

#### 1.1.3.2. Psikolojik İyi Oluş ile Yaş

Bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyi ile yaş arasındaki ilişkiyi ele alan ilk araştırma bulguları, gençliğin psikolojik iyi oluş seviyesinin belirgin bir göstergesi olduğunu belirtirken (Gurin vd., 1984; Wilson, 1967), sonraki çalışmalar bu konuda farklı sonuçların da dikkate alınmasına işaret etmiştir (Butt ve Beiser, 1987). Gençlikten yaşlılık evresine geçişle birlikte yaşam tatmini artarken, olumsuz duygu durumu sabit kalmakta, olumlu duygu durumu ise azalmaktadır. Bu azalma, duygusal tepkilerin yoğunluğunun düşmesiyle ilişkilidir (Mroczek ve Kolarz, 1998).

Genç bireylerin psikolojik iyi oluşları, sağlık ve beden algısı faktörleriyle ilişkilendirilirken, yaşlı bireylerde bu durum duygusal denge, yaşanmış deneyimler, bireysel gelişim ve başarılı bir şekilde yaşlanma kavramlarıyla ilgilidir (Gülaçtı, 2009). Ayrıca, bir bireyin yaşının ilerlemesi ile birlikte otonomik becerilerinin de geliştiği yönündeki bulgular psikolojik iyi oluşu desteklemektedir (De-Juanas vd., 2020). Çevresel hakimiyet ve otonomi kavramlarının gençlikten orta yaşa doğru artış

sergilemekte, buna karşın bireysel gelişim ve yaşamın amacı orta yaştan ileri yaşlara doğru azalmaktadır (Ryff, 1991).

Bireysel gelişim, yaşam amacı, öz kabul, çevresel hakimiyet, otonomi ve diğerleri ile olumlu ilişkiler gibi faktörler, bireylerin şu anki ve ilerideki psikolojik iyi oluşunu belirleyen etmenlerdir (Ryff ve Heidrich, 1997). Genç yetişkinlerde yaşanan olaylar; orta yaş grubunda aile ve arkadaşlık bağları; yaşlı bireylerde ise iş ve eğitim tecrübeleri psikolojik iyi oluşun en belirleyici unsurlarıdır (Ryff ve Heidrich, 1997).

### 1.1.3.3. Psikolojik İyi Oluş ile Sosyo Ekonomik Düzey ve Eğitim

Sosyo ekonomik düzey, gelir seviyesi, eğitim derecesi, mesleki pozisyon ve sosyal sınıf gibi değişkenlere dayalı olarak belirlenen bir kavramdır (Karayığit, 2017) ve önemli göstergelerinden olan aylık gelir düzeyine göre, alt, orta ve üst olmak üzere kategorize edilebilmektedir. Yüksek gelir seviyelerine sahip bireylerin, daha iyi yaşam koşullarına ve psikolojik iyi oluşu destekleyen kaynaklara sahip oldukları genel bir varsayımdır ancak mevcut literatür gelirin psikolojik iyi oluş ile olan ilişkisini belirlemede belirsizdir (Biswas-Diener vd., 2004; Cenkseven ve Akbaş, 2007).

Finansal gelir, öz kabul ve bireysel gelişim gibi bazı psikolojik iyi oluş boyutlarında etkilidir (Ryff, 1989b).

Meslek, yaşanan yer ve eğitim seviyeleri ile bağlantılı olarak sosyo ekonomik seviyesi daha düşük olan kişiler kendilerini daha az iyi hissetmektedir (Marmot vd., 1997). Bir ülkenin kişi başına düşen geliri ile psikolojik iyi oluş arasında güçlü bir bağlantı varken, bireysel gelirin mutlulukla ilişkisi daha zayıftır (Biswas-Diener ve Diener, 2001). Bu bağlamda, sosyo ekonomik düzey, meslek, coğrafi konum ve eğitim gibi diğer faktörlerle de etkileşim halindedir.

Eğitim düzeyi, bireyin formal, informal ve nonformal eğitim yoluyla kazandığı, bilgi, beceri, tutum ve değerlerin bütünüdür (Aslan vd., 2012). Eğitimin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini anlamak için birçok kuramsal çerçeve sunulmuştur. Bu yaklaşımlardan biri, eğitimin bireyin bilişsel yeteneklerini ve becerilerini geliştirdiği ve bu sayede bireyin yaşamını daha iyi yönetebildiği, kararlarını daha rasyonel bir şekilde verebildiği ve sorunlarını daha etkili bir şekilde çözebildiği yönündedir (Becker, 1964; Mirowsky ve Ross, 2003). Bu yeteneklerin gelişimi, bireyin kendine olan inancını, kontrol duygusunu ve genel olarak yaşam

memnuniyetini arttırabilir (Mirowsky ve Ross, 2003). Bu eğitimin, psikolojik iyi oluşun bireysel gelişim ve yaşam amacı gibi boyutları üzerindeki olumlu etkisine işaretler. Öyle ki, eğitim seviyesi arttıkça bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerinde artış olduğu görülmüştür (Cenkseven ve Akbaş, 2007; Ryff ve Singer, 2002). Eğitim düzeyi yüksek olan bireyler, kendilerini daha iyi tanımakta, daha fazla sosyal destek almakta, yaşamlarının anlamını daha iyi kavramakta, çevrelerine daha fazla uyum sağlayıp kendi kararlarını daha rahat vermektedirler (Cenkseven ve Akbaş, 2007; Ryff ve Singer, 2002). Özellikle, daha eğitilmiş bireylerin, öz kabul ve bireysel gelişim gibi alanlarda daha olumlu sonuçlar aldığı, daha az eğitilmiş bireyler ise yaşamın amacı gibi kriterlerde daha az başarılıdır (Ryff ve Singer, 2002).

Bu olumlu perspektife rağmen, eğitimin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi her zaman doğrusal değildir. Eğitim seviyesinin artmasının psikolojik iyi oluşu arttırdığı veya azalttığı durumlar mevcuttur (Biswas-Diener ve Diener, 2001; Diener vd., 2010). Özellikle yüksek eğitim seviyelerine sahip bireyler, artan stres, rekabet ve beklentiler nedeniyle zorluklarla karşılaşabilmektedir (Biswas-Diener ve Diener, 2001).

Eğitim ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki, bireyin kültürel, sosyal ve ekonomik faktörlerine bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Diener vd., 2010). Kolektivist kültürlerde eğitimin bireyin topluma katkısını artırması ve toplumsal beklentileri karşılaması önemli iken, bireyci kültürlerde eğitimin bireyin kendini gerçekleştirme ve özgürlük kazanması önemli olabilmektedir (Diener vd., 2010).

#### 1.1.3.4. Psikolojik İyi Oluş ile Medeni Durum

Evlilik, bireylerin hayatlarını birleştirdikleri, birlikte sorumluluklar üstlendiği ve birbirlerine duygusal destek sağladığı kompleks bir sosyal kurumdur. Evliliğin bireylerin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi, çeşitli faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Bu faktörler arasında evliliğin niteliği, eşler arasındaki duygusal destek seviyesi ve evlilik doyumu öne çıkmaktadır (Mutlu Dünger ve Can, 2021).

Evliliğin psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif etkisi vardır (Gediksiz, 2013). Evli bireyler, eşleri ile paylaştıkları sosyal, duygusal ve ekonomik kaynaklardan dolayı daha fazla destek ve güven duymaktadır. Evlilikte duygusal destek, bireyin kendisini değerli ve güvenli hissetmesini sağlamaktadır (Pierce vd., 1996). Bu duygusal destek

ve ekonomik kaynakların birleştirilmesi ile evli bireyler daha fazla güven duygusu yaşamakta (Bayraktaroglu vd., 2017), toplumsal yapıyla olan ilişkisini güçlendirmekte ve sosyal desteğin artmasını sağlamaktadır (Cotten, 1999). Eşlerin yaşadığı tatmin, evlilikte psikolojik iyi oluşun temel belirleyicilerinden biridir ve bu tatmin, evli bireylerin evlenmemiş olanlara kıyasla psikolojik iyi oluşları üzerinde belirleyici rol oynamaktadır (Gove vd., 1983; Kim ve McKenry, 2002).

Evliliğin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi, evliliğin niteliğine ve eşler arasındaki uyumuna bağlıdır. Evli olma, bireyin psikolojik iyi oluşunu olumlu yönde etkileyebilir (Kim ve McKenry, 2002); fakat dikkate alınması gereken önemli husus doyumdur. Yüksek evlilik doyumunu, bireyin daha mutlu ve umutlu hissetmesini sağlamakta ancak düşük evlilik doyumunu stres, kaygı ve depresyon ile ilişkilendirilmektedir. Eşler arasında sağlıklı iletişim, uyum, çatışma çözme beceileri ve beklentilere uygunluk gibi faktörler, evlilik doyumunu ve psikolojik iyi oluşu doğrudan etkilemektedir (Çağ ve Yıldırım, 2013).

Evlilik ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki, cinsiyet boyutuyla da farklılık göstermektedir. Evlilik bazen hem erkek hem de kadın için sağlıklı olurken (Waite, 2000), bazen de kadınları olumsuz, erkekleri ise olumlu etkilemektedir (Simon, 2002). Bu görüş ayrılığının temelinde, evliliğin cinsiyetler için taşıdığı anlamların farklılık yaratabileceği düşünülmektedir. Kadınların, evlilikte daha çok ev işleri çocuk bakımı ve aile ihtiyaçlarına yönelik sorumluluklar üstlendiği görülmektedir. Bu durum kadınların evlilikte artan stres ile karşı karşıya kalmalarına yol açabilir. Öte yandan, erkekler geleneksel olarak evlilik içerisinde koruma, maddi destek sağlama ve aile kararlarında belirleyici olma gibi rolleri benimsemektedir. Bu roller, erkeklerin özgüvenlerini arttırarak kendilerini daha güçlü ve bağımsız hissetmelerini sağlayabilmektedir.

#### 1.1.3.5. Psikolojik İyi Oluş ile Aile ve Kültür

Psikolojik iyi oluşun gelişiminde ve sürdürülmesinde ailenin önemi büyüktür. Aile, bireylerin ilk sosyal çevresidir ve kişilik, değerler, tutumlar ve beklentilerin şekillenmesinde etkili rol oynar. Aile içinde yaşanan olumlu veya olumsuz deneyimler, bireyin psikolojik iyi oluşunu etkileyebilir. Bu nedenle, psikolojik iyi oluş ile aile arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırma yapılmıştır.

Aile üyeleri ile sık sık görüşen, onlara güvenen ve onlardan destek alan yaşlı bireyler daha yüksek psikolojik iyi oluşa sahiptir (Okabayashi vd., 2004).

Öz kabul, olumlu ilişkiler kurma, çevresel hakimiyet, otonomi, yaşam amacı ve bireysel gelişim gibi boyutlar ile sosyal destek arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Chen ve Feeley, 2014).

Kültür, insanların değerleri, inançları, normları, davranışlar ve duygusal deneyimlerini şekillendiren, toplumsal çevrelerini anlama ve yönetme yeteneklerini belirleyen kendine has bir olgudur (Nirun ve Özönder, 1988). Öte yandan, psikolojik iyi oluş, bireylerin diğer insanlarla olumlu ilişkiler kurma, anlamlı yaşam amacı bulma ve yaşamdan memnuniyet duyma gibi unsurları içeren bir terimdir. Kültür ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin anlaşılması, kültürün psikolojik iyi oluşu nasıl etkilediğini ve aynı zamanda psikolojik iyi oluşun kültürel farklılıklara nasıl uyum sağladığını açıklamak açısından önemlidir.

Christopher (1999), kültüre bağlı olarak psikolojik iyi oluşun hem içerik hem de yapısal boyutlarının değiştiğini göstererek Ryff'in modelinin bireyci kültürlerdeki psikolojik iyi oluş anlayışını yansıttığını ancak kültürel farklılıkların boyutlarda yeterince dikkate alınmadığını öne sürmüştür. Ayrıca, psikolojik iyi oluşun tanımı ve araştırılması sırasında kültürel çeşitliliğin göz önünde bulundurulması gerektiğini, kültürden bağımsız bir biçimde ölçülebileceğini veya anlaşılabilirliğini iddia etmenin yetersiz olduğunu vurgulayarak, bu iki faktör arasındaki ilişkinin önemini ortaya koymuştur (Christopher, 1999). Bu ilişki, iyi oluşun tanımını hem de iyi oluşu belirleyen faktörleri etkileyebilmektedir. Bireyci kültürlerdeki bireyler, mutluluğu kendini iyi hissetmeleri olarak tanımlarken, kolektivist kültürlerdeki bireyler ise mutluluğu kendilerini doğru hissetmek olarak açıklamaktadır (Tamir vd., 2017). Bireyci kültürlerde büyüyen bireyler, psikolojik iyi oluşun genellikle deneyime açıklık ve otonomi gibi kişilik özellikleri ile daha güçlü bir ilişkisi olduğunu düşünürken, kolektivist kültürlerde yetişen bireyler, psikolojik iyi oluşun daha çok uyum, sorumluluk ve çevresel kontrol gibi kişilik özellikleri ile bağlantılı olduğuna inanmaktadır (Tamir vd., 2017).

Sosyo kültürel uyumun psikolojik iyi oluşu arttırmada önemli rolü vardır (Akın, 2009; O'Reilly vd., 2010; Suh, 2002).

Psikolojik iyi oluş kültürel bağlama göre değişebilmekte ve kültürel duyarlılık gerektirmektedir (Fischer vd., 2021). Kültürel yapıların bireylerin toplumsal yaşama uyum sağlamalarına ve etkili bir şekilde rol almalarına olanak tanımakta ve bu nedenle psikolojik iyi oluşu doğrudan etkilemektedir.

#### 1.1.3.6. Psikolojik İyi Oluş ile Diğer Değişkenler

Kişilik, bireylerin kimliklerini belirleyen ve zaman içinde değişmeyen psikolojik niteliklere atıfta bulunan bir kavramdır. Bu nitelikler, duygusal, davranışsal ve bilişsel özellikleri içerir (Basım vd., 2009) ve psikolojik iyi oluş düzeyini etkileyen önemli bir etken olarak kabul edilir.

Kaliteli ve anlamlı sosyal ilişkilerin, bireyin psikolojik iyi oluşunu arttırmaktadır (Segrin ve Taylor, 2007). Sosyal beceriler, bireylerin etkili ve uyumlu bir şekilde diğer insanlarla ilişki kurmalarına ve ilişkilerini geliştirmelerine olanak sağlayan davranışları ifade etmektedir. Bireylerin diğer insanlarla olumlu ilişkiler kurmaları, sosyal beceriler ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkide aracılık etmektedir (Segrin ve Taylor, 2007).

Özsaygı, bireyin kendisi hakkındaki olumlu veya olumsuz değerlendirmelerinin toplamı, kendi değerini algılama şeklidir (Rosenberg, 1965). Özsaygı ile psikolojik iyi oluş birbirleriyle pozitif yönde ilişkilidir (Betton, 2001; Schimmack ve Diener, 2003).

Dinsel yaşantılar ve değerler, bireyin psikolojik iyi oluşuna katkıda bulunarak bireyleri travmatik olaylar karşısında daha dirençli hale getirmektedir (Park, 2007). Bunun yanı sıra bireylerin stresle başa çıkma yeteneklerini de arttırmaktadır (Pargament vd., 1998). Dini inanç ve uygulamaların çeşidi ne olursa olsun, maneviyatın psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi önemlidir (Ivtzan vd., 2013). Dini inançlara ve uygulamalara bağlı olan bireylerin yaşam doyumları daha yüksektir ve bu bireyler riskli davranışlardan kaçınmaktadır (Ellison ve Levin, 1998).

Stresle başa çıkma stratejileri ve psikolojik dayanıklılık, psikolojik iyi oluş ile ilişkilidir (Masten, 2001). Yüksek stres düzeyine sahip bireyler, psikolojik semptomları daha belirgin bir şekilde deneyimlemektedir (Felsten ve Wilcox, 1992).

Etkili başa çıkma stratejilerine sahip bireyler, stresle daha etkili bir şekilde başa çıkmakta ve genel yaşam memnuniyetleri artmaktadır (Lazarus ve Folkman, 1984).

Benzer bir şekilde başa çıkma stratejilerinin psikolojik iyi oluş üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (Carver vd., 1989; Nakano, 1991).

Sağlıklı bir fiziksel yapıya sahip bireyler otonomi, diğerleri ile olumlu ilişkiler ve bireysel gelişim gibi alanlarda daha olumlu sonuçlar elde etmektedir (Heidrich ve Ryff, 1993). Artan fiziksel sağlık sorunları bireylerin psikolojik iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Bisconti ve Bergeman, 1999).

Serbest zaman aktiviteleri ve uyku düzeni bireyin genel yaşam kalitesine, ruhsal dengesine ve genel sağlık durumuna etki etmektedir. Uyku, bireyin enerji seviyesinden konsantrasyonuna, duygudurumundan yaşam kalitesine kadar birçok alanda etkili olmaktadır. Uyku kalitesi ve süresi bireylerin psikolojik sağlık düzeylerini etkileyebilmektedir (Hamilton vd., 2007). Özellikle yaşlılarda uyku düzeninin psikolojik sağlık üzerinde kritik bir rol oynadığına dikkat çekilmiş, uykusuzluk ya da düzensiz uyku depresyon ve anksiyete gibi ruhsal rahatsızlıkların artmasına sebep olabilmektedir (Kupfer ve Reynolds, 1997).

Serbest zaman aktiviteleri yaşam memnuniyeti ve olumlu duygulanım ile ilişkilidir (Pondé ve Santana, 2000). Serbest zamanın niteliği, bireyin stresle başa çıkabilme yeteneğini de geliştirebilmektedir. Özellikle travma sonrası toparlanma sürecine olumlu etkileri olduğu bilinmektedir (Kleiber vd., 2002). Iso-Ahola (1980), serbest zamanın birey tarafından özgürce belirlenen bir süreç olduğuna ve bu sürecin, psikolojik iyi oluşu artıran bir öz yeterlilik ve kabul hissini desteklediğine dikkat çekmiştir. Bireylerin kendi tercihleri doğrultusunda zamanlarını değerlendirmesi, yaşam kalitelerini ve psikolojik iyi oluşlarını olumlu yönde etkileyebilmektedir.

Son dönemlerde, sosyal medya ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki psikoloji alanında mercek altına alınan bir konu haline gelmiştir. Sosyal medyanın hızla hayatımızda yer edinmesi, bu konuda yapılan araştırmaların artışına sebep olmuştur. Sosyal medyanın bireyler üzerindeki, sosyal, iletişimsel ve bilgilendirici etkileri tartışılmazken, psikolojik etkileri konusunda çeşitli görüşler mevcuttur.

Ancak bu olumlu bulguların yanı sıra, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş üzerinde bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Üniversite öğrencileri arasında yoğun sosyal medya kullanımı, internet bağımlılığıyla doğrudan ilişkili olup bu durum psikolojik iyi oluşu olumsuz etkilemektedir (Göktaş ve Öztürk, 2022).

Ayrıca sosyal medyada yaşanan kıskançlık duygusu gençlerin iyi olma durumunu olumsuz etkilemektedir (Frison ve Eggermont, 2017). Sosyal medya kullanımına ara veren bireyler, kullanmaya devam edenlere nazaran daha tatmin edici bir yaşam sürmekte ve daha az depresyon ve anksiyete belirtileri göstermektedir (Tromholt, 2016). Sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullananlar, az kullananlara kıyasla daha fazla psikolojik zorlukla karşılaşmaktadır (Twenge, 2019). Aşırı sosyal medya kullanımı gençlerde depresyon riskini arttırabilmektedir (Primack vd., 2017). Ayrıca sosyal medya, uyku alışkanlıkları üzerinde de olumsuz etkilere sahiptir. Özellikle gece geç saatlerde yoğun sosyal medya kullanımı, uyku kalitesini düşürmektedir (Woods ve Scott, 2016).

Bireyin toplum ile olan ilişkisi ve sosyal bağlarının, psikolojik iyi oluş üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Sosyal ilişkilerin bireyin yaşam kalitesi ve duygusal denge üzerinde olumlu yansımaları vardır (Ryff, 1989b). Adler'in toplumsal ilgi konsepti üzerine odaklanan çalışmalar, bu ilişkinin bireysel ve toplumsal seviyede nasıl önemli olduğunu göstermiştir (Rutter, 1993). Adler (1927), toplumsal ilginin bireyin toplum içindeki yerini, yaşam kalitesini ve sosyal uyumunu nasıl etkilediğini ifade etmiştir. Bu kavram, bireyin sosyal ilişkilerini ve bağlarını tanımlamakta, bireyin toplulukla etkileşimini bireysel ve toplumsal boyutlarda ele almaktadır (Ansbacher ve Ansbacher, 1956). Bu bağlamda, toplumsal ilgi, psikolojik iyi oluşun merkezi bir bileşeni olarak kabul edilebilir. Bireyin toplumla olan ilişkisi, yaşam memnuniyeti, yaşam amaçları ve duygusal denge üzerinde belirleyici bir rol oynar. Bu yüzden, psikolojik iyi oluşu desteklemek adına toplumsal ilgiye odaklanmak ve bu ilgiyi teşvik etmek önemlidir. Bireyin başkalarının ihtiyaçlarına duyarlı olması ve sorumluluk bilincine sahip olması önemlidir (Crandall ve Putman, 1980).

## 1.2. TOPLUMSAL İLGI

### 1.2.1. Toplumsal İlginin Tanımı ve Kavramsallaştırılması

Toplumsal ilgi kavramı, bireyin sosyal bir varlık olarak diğer bireyler ve toplum ile olan etkileşimini ve bu etkileşimdeki rolünü anlamada kilit önem taşıyan, bireysel psikoloji teorisinde merkezi bir kavramdır. Bireysel psikoloji, bireyin toplum içindeki rolünü, statüsünü, sorumluluklarını ve beklentilerini belirlemesine yardımcı

olan, bireyin toplumla kurduğu etkileşimlerin ve bu etkileşimlerin sonucunda ortaya çıkan davranışların bilimsel yöntemlerle incelenmesidir (Aytekin ve Aytekin, 2023). Bu davranışların yorumlanmasında, iki temel unsurdan bahsedilmektedir. İlk olarak, bireyin kendini değersiz hissettiği noktadan kendini üstün hissettiği bir konuma evrildiği süreçtir. Adler (1927)'in ileri sürdüğü üzere, bu evrim, bireyin çocukluk deneyimlerinde karşılaştığı güçlükler ile mücadele ederken geliştirdiği savunma mekanizmalarından kaynaklanmaktadır ve bireyin yaşamının ilerleyen dönemlerinde karakter yapısının bir parçası haline gelmektedir. İkincisi ise bireyin toplum içindeki etkileşim düzeyi, yani toplumsal ilgisidir. Bu düzey, bireyin diğer insanlar ile ne ölçüde ve nasıl etkileşimde bulunmak istediğini gösteren bir ölçüttür (Ionedes, 2008). Bireyin davranışları, bu ilgi düzeyini yansıtarak, toplum içindeki rolünün anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Adler (1927)'e göre bireysel davranışlar, sosyal bir çerçevede değerlendirildiğinde anlam kazanmakta, bireyin toplum içindeki varlığını ve topluma sunduğu katkıları belirlemektedir. Temel motivasyon ise bireyin sosyal duygularıdır; bu duygular kişinin toplum ile olan ilişkisinin ve bu bağlamda sergileyeceği davranışların şekillenmesinde kritik role sahiptir. Böylelikle, toplumsal ilgi, bireyin toplum ile olan ilişkisini anlamamızı sağlayan ve onun sosyal katılımını yönlendiren temel bir motivasyon kaynağı olarak ön plana çıkmaktadır.

Adler'in teorisi, insan davranışlarının ve düşüncelerinin incelenmesinde önemli bir yere sahiptir. Adler, kuramını bazı temel kavramlar üzerine inşaa etmektedir. Bu kavramların öne çıkanları, bireyin doğası gereği taşıdığı yetersizlik hislerinden kaynaklanan "aşağılık kompleksi" ve bu hissin üstesinden gelmeyi hedefleyen "üstünlük kompleksi"dir (Adler, 1927). Adler'in belirttiği üzere, insanlar çeşitli eksiklik ve yetersizlik hissi ile dünyaya gelirler; bu, onun "aşağılık duygusu" olarak adlandırdığı durumdur (Adler, 2023). Adler bu durumu, bireyin doğasının bir parçası olarak tanımlar ve bu duyguların bireysel gelişim ve kendini iyileştirme arzusuna, yani "üstünlük duygusu"na sebep olduğunu açıklar.

Aşağılık duygusunun kökenleri, bireyin doğal ve sosyal çevresi ile iç içe olup, bu çevre ile verimli iletişim kurma arzusunu etkilemektedir. Özellikle birey, yaşamının erken dönemlerinden itibaren bu duygular ile başa çıkmak için çaba göstermektedir.

Bu çaba, devamlılığı olan bir süreçtir ve bireyin yaşamı boyunca sürdürdüğü bir amaç haline gelmektedir (Adler, 2000).

Adler'e göre bireyin kimliğini şekillendiren temel dinamiklerden biri üstünlük arayışıdır; bu, içten gelen eksiklik hissini bir neticesidir (Adler, 2000, 2023). Ancak bu arayış, daima olumlu sonuçlanmamaktadır ve yaşamın farklı evrelerinde çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir (Adler, 2023; Geçtan, 2004; Hergenhahn, 1984). Adler, üstünlük arayışının ve içsel aşağılık hissi ile doğrudan ilişkisinin, doğal bir süreç olduğuna sıklıkla dikkat çekmektedir ancak asıl mühim olan, bireyin bu arayışını sosyal çevresi ve toplumsal değerler ile uyumlu bir şekilde yönetebilme kapasitesidir (Adler, 2023). Bu uyumu sağlayamayan bireyin, ruhsal karmaşa yaşayabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, bireyin toplumsal değerlerle uyumlu bir üstünlük arayışı içerisinde olması, onun ruhsal sağlığı için önem teşkil etmektedir (Adler, 2023).

Adler'in yaklaşımında bireyin iç dünyası ile sosyal çevresi arasındaki etkileşim önemli bir vurgu alanıdır. Adler'in teorisine göre insanlar temelde toplumsal ilgiye doğuştan sahiptir. Bu ilginin sürekliliği ve tutarlılığı, her bireyin deneyimine bağlı olarak farklılık gösterebilir. Belirli evrelerde sosyal etkileşimlerde zorlanan çocukların bu durumu, genellikle içsel eksiklik hissi veya atipik koşullar ile ilişkilendirilmektedir (Adler, 1938).

Çocukların toplumsal kabul ve üstünlük elde etme yönündeki çabaları, bu eksiklik hissini üstesinden gelme süreci ile ilintilidir. Özellikle bazı bireylerde, bu duygular, dışsal onay arayışına da yol açmaktadır. Bu durum, bireyin kendini değerli hissetme ve sosyal kabul görme isteği ile ilişkilidir (Hergenhahn, 1984). Adler "Toplumsal İlgi" kitabında insan organizmasını model olarak bu durumu açıklamıştır. İnsan bedeni bir güvenlik mekanizması prensibiyle inşa edilmiştir; bir organın işlev bozukluğu durumunda diğer organlar fonksiyonları üstlenir ve zarar gören organ onarıcı mekanizmaları devreye sokar. Tüm organlar, normalde onlardan istenenin ötesinde performans gösterebilir ve hatta bir organ birkaç hayati işlevi yerine getirebilir. Bu durum, bireyin adaptasyon kapasitesi ve hayatta kalma içgüdüsunü yansıtan doğal bir süreçtir (Adler, 1938). Adler, bireyin devamlı bir şekilde aşağılık duygusunu ve kendi eksikliklerini hissettiğini ve bu duyguların bireyi daha iyiye daha güvenli olana doğru ittiğini söyler. Sürekli olarak üstesinden gelme dürtüsü burada

kendini gösterir (Adler, 1938). Aşağılık kompleksinden kaynaklanan ve devam eden bu durum, toplumsal ilgi ile ilişkilendirilir (Adler, 1938). Bu yapı, bireyin sosyal çevresi ile uyum içinde gelişimini ve toplumda kabul görme amacını anlamada büyük bir öneme sahiptir.

Toplumsal ilgi perspektifinde Adler'in yaşam dönemlerine ilişkin yaklaşımı incelendiğinde çocukluk ve ergenlik döneminde, bireyin toplumsal ilgisinin temellerinin atıldığı ifade edilmiştir (Ansbacher, 1991). Erik Erikson (1968), söz konusu dönemi temel güven ile güvensizlik arasındaki mücadelenin olduğu dönem olarak ifade etmiştir. Çocukluk döneminde kurulan güven temelli ilişkilerin bireyin toplumsal ilgi duygusunu geliştirdiğine işaret ederken Adler'i de destekler niteliktedir. Sosyal etkileşimler, özellikle aile içi etkileşimler, çocuğun sosyal duyarlılığını ve ileri yaşlarındaki toplumsal ilgisini şekillendirmektedir. John Bowlby'nin bağlanma teorisi (1973), özellikle anne-çocuk etkileşiminin çocuğun güven duygusu ve sosyal becerilerinin gelişiminde etkisini açıklamaktadır. Ebeveyn ve kardeş ilişkilerinin bireyin sosyal duyarlılık kazanmasında ve toplumsal ilgi geliştirmesinde oynadığı rol, Adler'in teorisi ile paralellik göstermiştir. Adler, aile içi etkileşimlere özel bir önem atfeder ve bu bağlamda şımarık ve reddedilen çocukluk deneyimlerinin bireyin ileriki yaşantısında toplumsal ilgi anlayışına etki edebileceğini tartışmaktadır (Carducci, 2009). Ayrıca kardeşler arası dinamiklerin ve doğum sırasının, bireyin sosyal ilişkilerini ve toplumsal ilgisini nasıl etkilediği üzerindeki çalışmalarda bu konuda kritik bir perspektif sunmaktadır (Sulloway, 1996). Bu bağlamda Adler, bireysel gelişimin sadece içsel süreçlerle değil, aynı zamanda bireyin sosyal dünyasıyla olan karmaşık etkileşimleri ile de anlaşılabilirliğini önermektedir. Toplumsal ilginin ve bireysel gelişimin bu dışsal etkenlerle olan ilişkisi, bireyin toplumsal davranışlarının ve etkileşimlerinin anlaşılmasında önemli bir çerçeve oluşturmaktadır.

Ergenlik ve genç yetişkinlik, bireyin toplumsal ilgi duygusunun mesleki ve sevgi ilişkileri bağlamında daha da yoğunlaştığı dönemlerdir. Genç yetişkinlik döneminde birey, mesleki alanlarda topluma katkıda bulunma ve iş dünyasında anlamlı roller üstlenme arzusunu keşfetmeye başlamaktadır. Bu süreçte Super (1980)'in meslek gelişim teorisine göre, kariyer seçimleri ve mesleki yollar, bireyin toplumsal kimliği ile örtüşen ve onun topluma hizmet etme biçimini şekillendiren

temel unsurlar haline gelir. Adler, bireyin mesleki tercihlerini toplumsal ilgi duygusuyla ilişkilendirir ve meslek seçimi sürecinde, topluma hizmet etme ve toplumsal iyilik için bir şeyler yapma isteğinin öne çıktığını vurgular. Bireyin bu süreçteki amacı, topluma olumlu bir katkı sağlayarak kendini gerçekleştirmektir (Adler, 1938).

Yetişkinlik döneminde ise toplumsal ilgi duygusu özellikle sevgi ilişkileri ve aile içi dinamikler üzerinden kendini göstermektedir. Bireyin, başkalarının ihtiyaçlarına karşı empati ve duyarlılık geliştirdiği yakın ilişkilerde karşılıklı destek ve anlayışın ön planda olduğu bir dönemdir. Sosyal bağ kurma ihtiyacı temel motivasyon kaynağıdır (Baumeister ve Leary, 1995).

Yaşlılık evresinde ise toplumsal ilgi duygusu, genç kuşaklara rehberlik ederek ve onları destekleyerek kendini göstermektedir. Baltes ve Smith (2003)'e göre yaşlı bireylerin toplumsal yapıya katkıları ve genç nesillere deneyim ve bilgi aktarımları, toplumun sürekliliği için esastır ve bireysel yaşam kalitesine de olumlu etkileri vardır.

Tablo 1. Yaşam Boyu Toplumsal İlginin Gelişimi.

Gelişim Dönemi	Gelişimsel Görevin Tanımı
Çocukluk ve Ergenlik	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Çocuğun işbirliği yapmayı öğrenmesi ve diğerlerinin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurması, gereken sosyal becerilerin erken dönemde geliştirilmesi</li><li>○ Bu gelişim genellikle evde ebeveynler ve kardeşlerle etkileşim içerisinde gerçekleşir.</li></ul>
Genç Yetişkinlik	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Bireyin toplumsal ilgiyi ifade edebilmesine olanak tanıyacak bir kariyer seçim ve hazırlığı.</li><li>○ Bu gelişim genellikle lise, üniversite veya bir teknik eğitim enstitüsüne giderken gerçekleşir.</li></ul>
Yetişkinlik	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Çocuklara saygı gösterme ve onlara bakma konusundaki sevginin ifade edilmesi, toplumsal ilginin bir nesilden diğerine aktarılması.</li><li>○ Bu gelişim genellikle evlilik içerisinde gerçekleşir.</li></ul>
Yaşlılık	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Sevginin sonsuza dek devam edecek bir toplumsal ilgi formunda kendini göstermesi.</li><li>○ Bu tür bir gelişme genellikle yaşlı bireylerin toplumun iyileştirilmesine aktif olarak katılmaları için genç bireylere fırsat vermesi ile gerçekleşir.</li></ul>

Kaynak: (Carducci, 2009)

Tüm bu evrelerde Adler'in teorisine göre, bireyin yaşamı boyunca geliştirdiği toplumsal ilgi ve katkı sağlama isteği, hem bireysel gelişimin hem de toplumsal bağın temel taşıdır. Geçtan 2004 ve Adler (2000, 2023)'in çalışmalarına göre bireylerin düşüncelerini, inançlarını ve davranışlarını şekillendirmedeki toplumsal ilgi duygusu, nesnel gerçeklerden ziyade, bireyin bu gerçekleri nasıl yorumladığına bağlıdır. Bireyin yaşamı boyunca edindiği deneyimler ve bu deneyimlerin yorumlanması, kişiliğin ve davranışların oluşumunda belirleyici rol oynamaktadır. Yorumların doğruluğu ve bireylerin eylemleriyle uyumlu olup olmadığı kişinin bu gelişim dönemleri içerisinde değerlendirilir (Adler, 1938).

Adler'in perspektifi, topluma olan ilginin birey üzerindeki etkisini ve bu etkileşimin kişiliği nasıl şekillendirdiğini anlamamıza olanak tanır (Carducci, 2009). Kişiliğin sadece bireysel bir gelişim süreci olmadığını, aynı zamanda toplumsal değerler ve beklentilerle iç içe geçtiğini göstermektedir. Bireyin kendi içindeki düşünce ve inanç yapısı, dış dünya ile olan etkileşimini belirler. Carl Rogers (1961)'in insan merkezli yaklaşımında belirttiği gibi, kişinin kendini gerçekleştirme ve

toplumsal uyum sağlaması için iç ve dış dünyası arasında tutarlı bir bağ kurması gerekmektedir. Adler (1938), bireyin yaşamın sorunları hakkında bir takım fikirleri olduğunu ve bu fikirlerin yanlış olması durumunda çatışmalara yol açabileceğini söylemiştir. Bu çatışmaların kökeninde, bireyin toplum içindeki ilişkileri ve bu ilişkilerden aldığı geri bildirim, eksiklik hissi ve özsaygı üzerindeki etkisinin yattığını belirtmiştir (Adler, 1938).

Adler'in vurguladığı gibi, insanlar sosyal varlıklardır ve toplumsal ilişki kurma ihtiyacı duyarlar (Bandura, 1977). Adler, insanın yaşamındaki temel dayanağın toplum olduğunu ifade eder ve tüm sorunların çözümünü de toplumsal bağlamda arar (Drescher, 2007). Hatta "Bütün, onu oluşturan parçalardan daha önemlidir" ifadesi ile bireyin bütünsel bir varlık olarak ele alınması gerektiğinin altını çizmiştir (Hergenhahn, 1984). Bireyin toplumsal ilişkilerdeki duruşunu, genel iyi oluşu gösteren bir işaret olarak kabul etmiştir (Ansbacher, 1991). Bir bireyin toplumsal ilgi duygusunun olup olmadığı, onun ruh sağlığını doğrudan etkilemektedir (Dicaprio, 1974). Bu bağlamda, toplumsal ilginin varlığı ya da eksikliğinin, bireyin psikolojik dengesi açısından belirleyici bir öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Toplumsal ilgi kavramı "Gemeinschaftgefühl", Adler teorisinin merkezinde yer alan bir kavramdır. Adler'in yazılarında "toplum" kavramına sıkça rastlanmasına rağmen, bu kavramın ne anlama geldiği açıkça tanımlanmamıştır. Rietveld (2004)'in açıklamasına göre Adler "toplum" kavramını geniş ve ütopyanın bir parçası olarak tanımlamış, gelecekte var olabilecek ideal bir birliktelik olarak görmüştür. Bu, bireyin mevcut sosyal gerçekliği ile ideal toplumsal düzen arasında bir köprü kurma çabası olarak yorumlanabilmektedir.

Toplumsal ilginin temelde bir aidiyet ve birlik hissi olduğunu ifade eden Boeree (2006) gibi düşünürler, bu kavramın bireyin toplumsal yapının bir parçası olma yetisine işaret ettiğini belirtmişlerdir. Bireyin sosyal bağlarının niteliğinin göstergesidir (Franken, 1994) ve bireyin topluma ne şekilde entegre olduğunu, bu entegrasyonun ruh sağlığı üzerindeki etkilerini merkeze almaktadır (Clark ve Watson, 1995).

Toplumsal ilgi ayrıca bireyin evrenle olan bağını ve doğa ile kurduğu etkileşimi de içine alan geniş bir tanımdır (Adler, 2000; Geçtan, 2004; Nikelly, 1991).

Sınırları sadece insanlar arası ilişkilerle çizilmemekte, yaşamın bütününe olan bir bağlılık hissini içermektedir (Way, 1962). İnsanın doğa ile olan etkileşimi, ekosistem ile olan ilişkisi ve hatta cansız varlıklara karşı hissettiği duygular da bu kavramın kapsamına girmektedir (Schultz, 2000). Nikelly (1991), bu duygunun daha derin bir anlam içerdiğini, uyumun; topluma karşı sorumluluğu, ait olmayı, sosyalliği, kendisi ve çevresi arasında düzenli bir seçime yönelmeyi içerdiğini vurgulamıştır. Bu ilgi seviyesi, bireyin yaşamında karşılaştığı zorluklarla nasıl başa çıktığını etkilemektedir (Smith ve Lazarus, 1990). Psikolojik iyi oluş ile doğrudan ilişkili olan bu kavram, bireysel psikolojinin de en önemli amacıdır.

Dinkmeyer ve Dreikurs (1963), toplumsal ilginin iki boyutuna dikkat çekmiştir. İlk boyut, bireylerin sosyal etkileşimleri sırasında diğer bireylerle nasıl ilişki kurduğu ile ilgilidir. Bu boyut, diğer insanlarla olumlu ilişkiler kurma, işbirliği yapma, saygı duyma ve empati kurma yeteneklerini kapsamaktadır (Dicaprio, 1974). Sosyal duyarlılık olarak tanımlanmakta ve bireyin toplum içinde kabul görmesini ve pozitif roller üstlenmesini sağlayan etkileşimleri içermektedir (Jones ve Carpenter, 1986). Diğer boyut ise, bireyin öz bilinç ve özdeğerlendirme süreçleridir. Bireyin kendi hakkındaki gerçekçi inançlara sahip olması, değerlerini ve hedeflerini bilmesi ve “ben” odaklı yaklaşım yerine “biz” bilinci geliştirmesi ile ilgili olan bu boyut (Dicaprio, 1974), bireyin iç denge ve uyumunun dış dünya ile etkileşimini artırmaktadır (Atkinson vd., 1999). Dicaprio (1974), bu iki boyutun birbiriyle ilişkili olduğunu iddia etmiş, bireyin genel toplumsal ilgisi ve psikolojik iyi oluşunun bu iki boyutun dengeli gelişmesine bağlı olduğunu vurgulamıştır. Turner ve Reynolds (2010), bu birlikteliğin bireyin toplumsal ilgisini iyileştirdiğini belirtmiş, toplumsal ilginin geliştirilmesinin, yalnızca bireyin iyi oluşuna değil, toplumun iyi oluşuna da katkı sağlayabileceği ifade edilmiştir (Davis ve Franzoi, 1991).

Ansbacher (1991), bireylerin belirli aşamalardan geçerek toplumsal ilgi sürecini oluşturduğunu iddia etmiştir. İlk aşamada, bireyler toplum ile harmoni içerisinde yaşamının önemini kavramakta ve bu doğrultuda işbirliğine yönelik davranışlar kazanmaya başlamaktadır. Bireyler bu aşamada, işbirlikçi davranışlara, toplumsal normlara uyum sağlayabilme kapasiteleri üzerinden yönelir (Jones ve Carpenter, 1986). İkinci aşamada, empati yeteneği gelişmektedir. Bireyler, başkalarını

derinlemesine anlama ve duygularına, ihtiyaçlarına duyarlı olma becerisi kazanmaktadır (Atkinson vd., 2008). Üçüncü aşamada ise, bireylerin değerleri ve inançları etik tutumlarının şekillenmesi ve bu değerlerin sosyal etkileşimlerde yol gsetmesi ile karakterize edilmektedir (Turner ve Reynolds, 2010). Ansbacher ve Ansbacher (1956) ocukluk döneminde edinilen tecrübelerin toplumsal ilgi sürecinde önemli bir yer tuttuğunu ve bu dönemde yaşanan olumsuz deneyimlerin sosyal dünya hakkındaki algıları bozabileceğini, toplumsal ilginin gelişiminde sapsalara yol açabileceğini belirtmiştir. Ayrıca bu dönemde karşılaşılan başarısızlıklar veya reddedilme deneyimleri özellikle bireyin sosyal dünyaya olan güvenini zedeleyebilmekte ve onun toplumsal izolasyona yönelmesine sebep olabilmektedir (Davis ve Franzoi, 1991).

Kaplan (1991), toplumsal ilgi kavramının daha iyi anlaşılması için toplumsal ilgiyi bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak üç boyutta incelemiştir. Bilişsel boyut, bireyin toplumsal yapı ve sorunlar hakkında bilgi ve inançları ile ilgilidir ve topluma yönelik tutumlarıyla ilintilidir. Duyuşsal boyut, bireyin diğer insanlara karşı ne hissettiği ile alakalıdır; sempati, empati, duyarlılık gibi. Davranışsal boyut ise bireyin topluma ne derece katkıda bulunduğu ve toplumsal yarar için gösterdiği eylemleriyle ilişkilidir. Bu üç boyut, toplumsal ilginin daha geniş bir anlayışını sunar ve bireylerin toplumla nasıl etkileşime girdiğini daha ayrıntılı bir biçimde inceler.

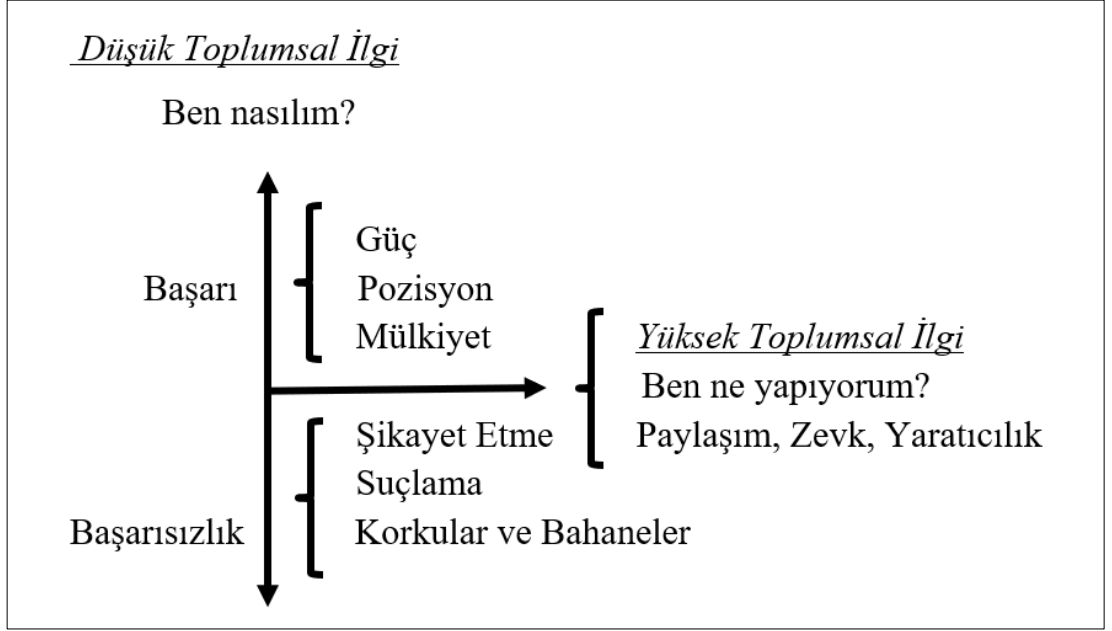
Tablo 2. Toplumsal İlginin Boyutları.

Bilişsel Boyutu	Duyuşsal Boyutu	Davranışsal Boyutu
<p>1. Bireyin toplum içerisindeki hak ve sorumlulukların, diğer bireylerin hak ve sorumluluklarıyla eş olduğu düşüncesi</p> <p>2. Bireysel amaçların, toplumsal fayda ile uyum içinde gerçekleşebileceği yaklaşımı</p> <p>3. Toplumun istikrar ve başarısının, bireylerin uyumlu bir şekilde var olma isteğine dayandığı görüşü</p> <p>4. Bir kişinin, diğerlerinden nasıl muamele bekliyor, aynı şekilde davranması gerektiği inancı</p> <p>5. Bir bireyin toplumsal refahı artırmadaki katkısının, onun karakter değerlendirmesinde temel bir referans olması fikri</p>	<p>1. Aidiyet: Bir ya da daha fazla topluluğun parçası olma hissi</p> <p>2. Yabancılaşma Hissetmeme: Diğerleri iletişimde duygularını kolay ve konforlu aktarabilme</p> <p>3. Toplumsallık: Diğer bireylerle benzer yönler ve farklı bağlamlarda ortaklık hissetme</p> <p>4. İnsanlara Güvenme: Bütün bireylere karşı toplumsal bağlamda olumlu yaklaşım ve nezaketle davranma eğilimi</p> <p>5. Kusurlu olmada cesaretlilik: Yanılgının insanın doğasında olduğuna dair içsel bir kavrayışa sahip olma</p> <p>6. İnsan olma: İnsan topluluğunu bir bölümü olma bilinci</p> <p>7. İyimserlik: Dünyanın daha yaşanabilir bir ortama dönüştürülebileceğine dair içten bir inanç</p>	<p>1. Yardım: Bilgi ve kabiliyetlerini diğerlerinin faydasına sunma isteği</p> <p>2. Paylaşım: Sahip olduğu kaynak ve varlıkların bir kısmını gönülden paylaşma niyeti</p> <p>3. Katılımcı: Bireyin topluluğa aktif olarak dahil olma ve katkıda bulunma eğilimi</p> <p>4. Saygılı: Diğerlerinin sahip olduğu bilgi, tecrübe ve yaklaşımlara değer verme, kabullenme</p> <p>5. Dayanışmacı- Birlikte: Ortak amaca, faydaya ulaşmak için diğerleriyle çalışma</p> <p>6. Uzlaşıcı-Esnek: Karşılaşılan sorunlarda veya meydan okumalarda birlikte çalışarak ortak çözüme yönlendirme eğilimi</p> <p>7. Empatik: Diğerlerinin hislerini, düşüncelerini anlama ve karşılık verme</p> <p>8. Cesaretlendirici: Diğer bireyleri eyleme geçmeye yönlendirme ve destek olma</p> <p>9. Onarıcı-Yapıcı: Genel olarak kabul edilen sosyal koşulları iyileştirmek için çaba gösterme</p>

Kaynak: (Soyer, 2004)

Toplumsal ilgiyi tanımlayan bu üç bileşen, bir diğerini etkileme kapasitesine sahiptir. Diğer iki öge, bir diğerini etkileme yönünden eş değer bir etkiye sahiptir.

Adler'in teorisinin görsel bir temsili olarak Sweeney (1998) özet bir model sunmuştur. Bu modelde, bireyin toplumsal bağlamda gelişimini yönlendiren temel güçler yaşam tarzı, canlılık ve yaşamda üstlenilen rollerin birbirleri ile olan etkileşimi ele alınmıştır.



Şekil 2. Toplumsal İlg Spektrumu: Dikey (Düşük), Yatay (Yüksek)

Kaynak: (Sweeney, 1998)

Şekil 2’de yer alan bu model, bireysel performans ve yetkinliklerin odak noktasını dikey ekseninde incelemektedir. Bu dikey eksen üzerinde, bireyler profesyonel ve şahsi başarılarını devamlı bir içsel değerlendirme sürecine tabi tutmaktadır. Bu değerlendirme, sıklıkla bireylerin kendilerini diğer insanlarla veya idealize edilmiş başarı standartlarıyla karşılaştırmaları şeklindedir. Bu bakış açısına sahip olanlar, kendi alanlarında başarıya ulaşmış kişiler olarak tanımlanabilmektedir. Fakat bu kişiler elde ettikleri sonuçlardan nadiren tatmin olur çünkü her olası yeni bir başarı, olası bir başarısızlık ihtimalinin gölgesi altında değerlendirilir. Bu durum, başarı seviyesi ne olursa olsun, özyetersizlik hissine yol açabilmektedir. Buna karşılık, yatay eksen, bireylerin yaşam aktivitelerinden aldıkları hazzı ve katılımlarını değerlendirir. Bu eksen üzerinde bireyler, gerçekleştirdikleri faaliyetlerin sağladığı tatmini, kişisel deneyimleri, sosyal çevreden alınan geri bildirimlere dayanarak ölçmektedir. Bu düşük toplumsal ilgiye sahip bireylerin yaşam aktivitelerinden memnuniyetsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Gerçekte, pek çok birey bu iki dinamik arasında denge kurmayı hedeflemektedir ve bu bireylerin toplumsal ve kişisel ihtiyaçları arasındaki karmaşık dengeyi yönetme biçimine ilişkin bir anlayış sunmaktadır (Sweeney, 1998).

Toplumsal ilgisi gelişmiş bireyler, değer bilinci, empati yeteneği, tolerans, işbirliğine açıklık ve daha iyileştirici bir toplum yönünde eğilim gibi niteliklere sahipken (Soyer, 2004), toplumsal ilgi eksikliği gösteren bireyler ise genellikle bireysel çıkarları toplumsal yararın önüne koyan bir eğilim sergilemektedir (Corey, 2019). Böyle bireyler, kişisel güç ve üstünlük elde etme yönünde aşırı bir çaba gösterebilir ve bu durum, çevre ile çatışmalı ilişkiler geliştirmesine yol açabilmektedir. Yüksek toplumsal ilgi seviyesi, bireyin kendini sürekli olarak başkalarıyla üstünlük çerçevesinde karşılaştırmasını içerdiğinde bu olumlu görünen özellik zararlı bir boyut kazanmaktadır (Ansbacher, 1991; Sweeney, 1998; Tuncer ve Voltan-Acar, 2006). Ayrıca, toplumsal ilgi yoksunluğu, sadece aşık patolojik vakalarda değil aynı zamanda farklı hayat mücadeleleri içinde olan bireylerde de görülebilmektedir. Adler'in bireylerin mutluluğunu elde etme sürecinde öne sürdüğü üç temel ilke; bireyin sosyal ve iç dünyasını kapsamlı bir şekilde anlama çabasını, diğerleri ile olumlu, objektif ilişkileri ve toplum içinde karşılaşılan sosyal kopukluklar ile mücadeleyi içermektedir. Bu prensipler, bireyin iyi oluşunu ve toplumsal ilgisini geliştirmede öneme sahiptir (Adler, 2017).

### **1.2.2. Toplumsal İlgi ile İlgili Yapılan Araştırmalar**

Adler'in toplumsal ilgi kavramı, bireylerin topluma olan bağlılıkları, toplumun bireyler üzerindeki etkileri ve etkileşimleri açısından önemli bir kavramdır (Ferguson ve Sheldon, 2013). Toplumsal ilgiyi tetikleyen ve etkileyen değişkenlerle ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Johnson vd., 2003). Bu faktörleri inceleyen araştırmalar, aile, sosyal ve kültürel etkileşimler ile bireyin psikolojik, eğitsel, mesleki gelişimleri gibi ilişkileri içermektedir. Bu çalışmalar, toplumsal ilginin bireylerin ruh sağlığı, sosyal uyumu ve genel yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamıştır.

#### **1.2.2.1. Toplumsal İlgi ile Cinsiyet**

Cinsiyet toplumsal ilgi üzerinde belirgin bir etkiye sahip olup özellikle kadınlar, erkeklere kıyasla daha yüksek toplumsal ilgiye sahiptir (Crandall, 1991; Johnson vd., 2003; Kaplan, 1991; Schneider ve Reuterfors). Genel fikir birliği,

kadınların toplumsal ilgi açısından erkeklere göre daha duyarlı ve daha yüksek düzeye sahip oldukları yönündedir.

#### 1.2.2.2. Toplumsal İlgi ile Yaş

Bireylerin özellikle yaşamın erken dönemlerinde edindiği deneyimler, toplumsal ilginin gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Adler, 1938). Belirli bir yaş grubunda, toplumsal ilgi seviyeleri yaş ile doğru orantılıdır (Meunier ve Royce, 1988). Yetişkinlerin toplumsal ilgi seviyeleri gençler ve üniversite öğrencilerine kıyasla daha yüksektir (Crandall ve Harris, 1976).

#### 1.2.2.3. Toplumsal İlgi ile Sosyoekonomik Düzey ve Eğitim

Akademik başarının öz algı ile toplumsal ilginin düzeyi arasında ilişki bulunmaktadır. Öğrenciler kendilerini akademik olarak başarılı bulduklarında, toplumsal ilgi düzeyleri de daha yüksektir (Soyer, 2001).

Sosyoekonomik durum, bireyin yaşam standartlarını belirleyen bir dizi faktördür (Bourdieu, 1984). Sosyoekonomik durum ve toplumsal ilgi kavramlarının birbirleri ile nasıl etkileşimde olduğu, bireylerin toplumsal yapı içinde nasıl bir konumda oldukları ve topluma nasıl tepki verdiği her zaman araştırma konusu olmuştur (Putnam, 2000). Sosyoekonomik düzey arttıkça toplumsal ilgi artabileceği (Li vd., 2020) gibi kimi zaman da tam tersi olmaktadır (Greever vd., 1973).

#### 1.2.2.4. Toplumsal İlgi ile Medeni Durum

Adler, “yaşam görevleri” kavramı ile bireylerin iş, arkadaşlık ve romantik ilişkilerindeki sosyal yükümlülüklerine dikkat çekmiştir (Leak ve Leak, 2006). Bu ilişkiler bireylerin kişiliklerinin temel bir bileşeni olan toplumsal ilgi ile doğrudan ilişkilidir (Soyer, 2004). Evlilik çerçevesinde toplumsal ilgi, çiftler arasındaki derin bağlantıların ve uyumun bir yansımasıdır. Yüksek toplumsal ilgiye sahip bireyler evliliklerindeki uyumsuzluk ve sorunları daha etkin bir şekilde yönetebilmektedir (Moschetta ve Moschetta, 1993).

Eşler arasındaki güçlü bağlar, bireylerin yaşam kalitesini olumlu bir biçimde etkiler (Flanagan, 1978). Çocukların varlığı ve onlarla kurulan sağlıklı ilişkiler bireyin yaşam memnuniyetine katkıda bulunur (Flanagan, 1978). Arkadaşlarla sürdürülen

ilişkiler ise bireyler için önemli bir sosyal destek kaynağıdır (Flanagan, 1978). Sosyal destek sistemleri kişilerin zorluklara karşı direnç geliştirmelerine olanak tanır (Campbell, 1981).

İlişkilerde uyum ve toplumsal ilgi arasındaki olumlu bir ilişki mevcuttur (Markowski ve Greenwood, 1984). Eşit eğitim seviyesine sahip çiftler arasında evlilik uyumu, bireylerin toplumsal ilgi düzeylerini de olumlu yönde etkilemektedir (Logan vd., 1993). Ayrıca toplumsal ilgi düzeyi az olan çiftler, evlilik içerisindeki uyumdan negatif etkilenmektedir.

Toplumsal ilgi, evlilikteki duygusal bağın kalitesini ve evlilik doyumunu pozitif yönde etkilemektedir (Leggett vd., 2012; Rennebohm vd., 2017). Ayrıca ilişki memnuniyetinde pozitif bir belirleyici role sahiptir (Akarsu, 2018).

#### 1.2.2.5. Toplumsal İlgi ile Aile ve Kültür

Toplumsal ilgi, insanların toplumsal çerçevede ortaya koyduğu, arkadaşlık, empati, işbirliği gibi duygusal ve bilişsel eğilimlerin bir araya geldiği kompleks bir yapıdır (Leak, 1982; Markowski ve Greenwood, 1984). Bu yapı, bireyin toplum içindeki etkileşimlerini ve uyumunu doğrudan etkilemektedir.

Psiko-sosyal gelişimin ilk evrelerinde başlayan ve özellikle ailevi etkileşimlerle şekillenen bu ilgi, destekleyici aile pratikleri ve anne-çocuk ilişkisinin kalitesi ile ilişkilendirilmiştir (Adler, 1938, s. 193; Leak ve Williams, 1991). Destekleyici ebeveyn tutumlarına sahip bireyler, daha yüksek toplumsal ilgiye sahiptir. Özellikle anne-çocuk ilişkisinin, toplumsal ilgi gelişiminin temelini oluşturduğu ve çocuğun sosyal davranışlarını belirgin şekilde etkilediği düşünülmektedir. Bu bağlamda, babanın rolünün de oldukça belirleyici olduğunu söylemek mümkün olurken, baba anneden sonra gelen ikinci önemli kaynaktır (İnanç vd., 2023). Çocuğun yaşadığı tecrübeler, onun toplumsal davranışlarını biçimlendirir, fakat karşılaştığı zorluklar ve engeller bu toplumsal yaklaşımı ve tepkileri değiştirebilir (Adler, 1997). Aile içinde eşitsiz ve işbiriksiz davranışlara maruz kalan çocuğun, toplumsal ilişkilerinde de bu davranışları yansıtması kaçınılmaz bir sonuçtur (Kalkan, 2022). Bu konuda kardeşler arası işbirliğinin, toplumsal ilgi gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu da ayrıca belirtilmiştir (Kalkan, 2022).

Toplumsal ilgi, kişinin çevresiyle kurduğu bağları ve sosyal çıkarlarını içselleştirmesiyle genişleyen bir alan olarak kabul edilebilir (Corey, 2019). Başkalarının ihtiyaç ve çıkarlarına duyarlılık, toplumda uyumu kolaylaştırır ve bireyin kendi iyi oluşunu toplumsal bir yaklaşım ile birleştirmesine imkan tanır (Leak ve Williams, 1991). Bununla birlikte çift kültürlülük ve asimilasyon toplumsal ilgi seviyesini olumlu yönde etkilemektedir (Miranda ve Umhoefer, 1998).

#### 1.2.2.6. Toplumsal İlgi ile Diğer Değişkenler

Toplumsal ilginin, hem bireylerin ruhsal iyilik hali üzerinde iyileştirici bir etkiye sahip olduğu hem de toplumsal katılımlarını ve toplum içindeki rollerini güçlendirme konusunda kritik bir rol üstlendiği söylenebilir. Bu etkileşim, bireysel ve toplumsal işlevsellik arasındaki karşılıklı ilişkiyi destekler ve stres yönetimi kapasitelerinin artışına ve yaşam doyumunun yükselmesine katkı sağlar. Toplumsal ilginin bu çift yönlü etkisi, Cohen ve Wills (1985)'in çalışmasının bulgularında da görülmüştür; sosyal destek ile toplumsal ilgi arasındaki pozitif ilişki, stres yönetimi üzerindeki olumlu etkileriyle öne çıkmıştır. Bu bağlamda, toplumsal ilgisi güçlü olan bireyler zorluklar karşısında daha dayanıklı olmakta ve bu durum yaşam memnuniyetini arttırmaktadır.

Toplumsal ilgi, yaşamın zorluklarına uyum sağlama sürecinde merkezi bir unsur olmaktadır. Ayrıca toplumsal ilgi ile psikolojik iyi oluş hali arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Leak ve Leak, 2006; Terzioğlu ve Çakır, 2020). Toplumsal ilgiye sahip genç kadınlar yüksek içsel motivasyonlara sahiptir (La, 1975).

Kişilik özellikleri ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda sosyal olma, pozitif deneyimler, sorumluluk, adaptasyon, olumlu algı, yetenek, normlara uyum ve bilişsel yetenekler gibi özellikler toplumsal ilgiyle pozitif ilişkiler sergilemekte; buna karşın adaptif esneklik gibi özelliklerin tersine ilişki göstermektedir (Greever vd., 1973).

Toplumsal ilginin olumlu başa çıkma yöntemleri ve psikolojik dayanıklılık (Ergüner-Tekinalp ve Terzi, 2016), zihinsel işlevler ve beklentiler (Erginsoy, 2018), aşk biçimleri (Helvacı, 2012) ve kişisel zaman yönetimi ve erken yaşam deneyimleri (Crandall ve Reimanis, 1976) ile de pozitif ilişki bulunmaktadır.

### 1.3. SOSYAL MEDYA

#### 1.3.1. Sosyal Medya Tanımı ve Kavramsallaştırılması

İletişim, insanların sosyal varlıklar olarak birbirleriyle uyum içinde yaşamalarını, değerlerini, beklentilerini ihtiyaçlarını karşılamalarını mümkün kılan temel bir tutum üzerine kurulu etkileşim sürecidir. İletişim, aynı zamanda, bireylerin sosyal çevrelerine uyum sağlamalarını ve psikolojik sağlıklarını korumalarını destekleyen bir araç olarak da bilinmektedir (Kim ve Lee, 2022). İnsanlar, çevrelerindeki bireyler ile bilgi, duygu ve fikir alışverişinde bulunarak iletişim kurma ihtiyacı duyar; bu durum, onların temel ihtiyaçları arasında yer almaktadır (Karakoç ve Bozkurt, 2015).

Teknolojinin gelişimi, iletişim yöntemlerinde önemli değişiklikler getirmiştir. Bilgisayarlar, cep telefonları ve diğer mobil cihazlar gibi teknolojik araçlar, insanların bilgi ve düşüncelerini paylaşma biçimlerini dönüştürmüştür. Bu kapsamda, 21. yüzyılda sosyal medya araçları, iletişimi daha hızlı gerçekleştiren araçlar olarak görülmeye başlanmıştır.

İletişim teknolojilerinin ilerlemesi, özellikle de internetin yaygınlaşması, günlük yaşantımızda radikal dönüşümlere sebep olmuş ve hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Otrar ve Argin, 2016). Son on yıl içinde, toplumda teknoloji ve internet kullanımı önemli bir artış göstermiştir (Kuss vd., 2014). 2023 itibariyle bu sayının 5,16 milyara çıktığı bilinmektedir (Kemp, 2023). 21. yüzyılın başından itibaren internet kullanımındaki bu artışın arkasında sosyal medya kullanımının yaygınlaşması yatmaktadır.

Sosyal medya, insanların etkileşim ihtiyacını karşılayan bir terimdir. Kaplan ve Haenlein (2010), sosyal medyayı Web 2.0 altyapısını kullanan internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlarken, Coşkun ve Başok (2014) bu tanımın yanı sıra sosyal ağları, çevrimiçi iletişim ve bilgi paylaşımını kolaylaştıran platformlar olarak nitelendirmiştir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların bilgi alışverişini destekleyen görsel ve işitsel araçları içermekte olup (Zafer ve Vardarlier, 2019) günümüzde yaygın kullanımı ile modern iletişimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Richards vd., 2015). Farklı sosyal ağ platformlarının birleşmesi ile oluşan, dünya çapında görsel ve işitsel içeriklerin paylaşıldığı bir alan olarak tanımlanan

(Akar, 2010; Mangold ve Faulds, 2009) sosyal medyanın temel amacı, bireylere herhangi bir zaman sınırlaması olmaksızın etkileşim imkanı sunmaktır.

Sosyal medya farklı tanımlara sahip olsa da genel olarak bireylerin bilgi ve görsel materyalleri paylaşabildikleri, tanıdıklarıyla bağlantı kurabildikleri ve etkinlikler düzenleyebildikleri (Acun vd., 2018) bir internet platformu olarak kabul edilir (Akıncı Vural ve Bat, 2010a). Bu platform, geleneksel medyanın aksine kullanıcıların etkileşimde bulunmalarına ve kendi içeriklerini yaratmalarına olanak tanıyarak aktif katılımcı olma imkanı sunmaktadır (Tiryaki, 2015).

Sosyal medyayı diğer medya türlerinden ayıran özelliklere bakıldığında sosyal medya platformları, kullanıcıların özgürlüğünü, içerik üretimindeki bağımsızlığını, mekan ve zaman kısıtlamalarını aşan etkileşim olanaklarını ve kullanıcı odaklı içerik paylaşımını destekleyen dört temel özelliğe sahip olmalıdır (Erkul, 2009). Gürsakal (2009)'a göre ise katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, bağlantısallık ve topluluk oluşturma gibi beş temel unsur barındırmaktadır. Bu platformlar ortak ilgi alanları etrafında toplanan kullanıcıların bir araya gelmesini sağlayarak, çeşitli yaş ve kültürlerden bireylerin kendi içinde özgün topluluklar kurmasına imkan tanımaktadır (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020). Bireylerin hem özel hem de kısmen kamusal profiller oluşturabildikleri, internet üzerinde kurulmuş sanal topluluklardır (Oberst vd., 2017).

Sosyal medya, kullanıcıların düşüncelerini, deneyimlerini ve yaratıcılıklarını geniş bir kitle ile paylaşmasına olanak tanıyan dinamik ortamlardır (Drury, 2008). Sosyal medyanın kullanımı, bireylerin güncel bilgileri takip etme, günlük rutinlerine mizah katma, sosyal destek ağları oluşturma ve kişisel markalarını geliştirme gibi çeşitli amaçlarla örtüşmektedir (Shao, 2009). Ayrıca bu platformlar, kullanıcıların sosyal, kültürel ve politik konularda bilgi edinmelerini ve bu konularda aktif katılımcılar olmalarını sağlayarak, toplumsal olaylara dair farkındalıklarını arttırmakta (Sezgin, 2019), coğrafi sınırları aşarak dünyanın her yerindeki insanlarla istedikleri zaman iletişim kurabilmelerini mümkün kılmaktadır (Franco ve Carrier, 2020; Kılıç, 2015). Bu etkileşimler, bireylerin toplumsal olaylara katılımını ve bu olaylar hakkında bilinçlenmelerini arttıran önemli faktörlerdendir. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımının altında yatan nedenler, bireylerin kendilerini ifade etme arzusu ve sosyal çevreleriyle etkileşim kurma ihtiyacı olarak tanımlanabilmektedir.

### Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi:

Sosyal medyanın evrimi, internet teknolojisinin gelişimi ile paralel olarak ilerlemiş ve yeni bir çağın başlangıcına işaret etmiştir. Sosyal medya tarihsel perspektiften bakıldığında yeni bir olgudur. Kökenleri, 1971 yılında gönderilen bir e-postaya dayanır ve bu e-posta çevrimiçi etkileşimin ilk adımlarından bir olarak kabul edilir (Sajithra ve Patil, 2013). Ardından, 1978’de Bulletin Board System (BBS) ve 1979’da Usenet gibi sistemler, kullanıcıların mesajlaşmalarını ve bilgi paylaşımlarını sağlayarak internetin sosyal yönünü şekillendirmeye başlamıştır. 1988 yılında geliştirilen Intenet Relay Chat (IRC), gerçek zamanlı metin tabanlı iletişim sağlayarak, internet üzerinden sohbet etme imkanı vererek iletişim kavramını değiştirmiştir. 1991 yılında, oluşturulan ilk web sayfası ile Amerika Birleşik Devletleri’nde internet ev kullanıcısına ulaşmıştır. 1994 yılında ilk kişisel blog ve 1995 yılında oluşturulan Classmates gibi platformlar, sosyal ağların ve kişisel ifadenin önünü açmıştır. 1997 yılında başlatılan SixDegrees.com, kullanıcıların profiller oluşturmasına ve sosyal ağlarını genişletmesine olanak tanıyarak ilk sosyal medya platformlarının temelini oluşturmuştur. Ardından 1999’da LiveJournal, 2002’de Friendster ve 2003 yılında Myspace gibi platformlar, kullanıcıların çevrimiçi sosyal etkileşimlerini daha da derinleştirmelerine ve genişletmelerine imkan vermiştir.

2004 yılında, internetin yeni sürümü kullanılmaya başlanmış, kullanıcıların sadece tüketici değil aynı zamanda içerik üreticisi oldukları aktif kullanımı dönemi başlamıştır (Şahin, 2018). 2004 yılında öğrencilerin birbirleri ile iletişim kurması için başlatılan Facebook adlı bir sosyal ağ sitesi ortaya çıkmış ve kısa sürede geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşarak sosyal medya alanında bir devrim yaratmıştır. Youtube’un 2005 yılında tanıtılması ile video paylaşımı, sosyal medyanın önemli bir parçası haline gelmiştir. 2000’lerin başından itibaren Myspace, Facebook, YouTube, Twitter, Whatsapp, Instagram, Snapchat gibi günümüzde popüler olan sosyal medya platformları oluşturulmuş, geniş kitlelere ulaşmıştır (Taş, 2011; Tektas, 2013).

Sosyal medyanın tarihçesinde, sosyal medya kullanımı ve kullanıcı davranışlarındaki değişim ve dönüşümler, teknolojik yeniliklerle yakından ilişkilidir; ilk bloglar, bireylerin kişisel deneyimlerini geniş kitlelerle paylaşma şeklini mevcut şekilden çok daha farklı bir şekle dönüştürmüştür. Facebook gibi sosyal ağların

yükselişi, kullanıcıların yaşamlarını paylaşma eğilimini arttırmış, çevrimiçi topluluklarda değişimlere işaret etmiştir (Boyd ve Ellison, 2007). Instagram ve Snapchat gibi görseli odak noktasına alan platformlar, kullanıcıların kendilerini ifade edebilme yollarını çeşitlendirerek iletişime farklılık getirmiştir (Hu vd., 2014). Sonuç olarak, sosyal medyanın evrimi, kullanıcıların kendilerini ifade etme, iletişim kurma ve topluluk oluşturma yöntemlerinde sürekli bir değişim sürecini tetiklemiştir (A. M. Kaplan ve Haenlein, 2010).

### **1.3.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Platformlar**

Sosyal medya platformu, çağımızın dijital iletişim gereksinimlerini karşılayan ve bireylerin kendi dijital varlıklarını oluşturabildikleri internet tabanlı platformlar olarak tanımlanabilir. Bu platformlar, bireylere sınırlı bir alan içerisinde dijital ağlarını oluşturma, inceleme ve geliştirme fırsatı sunar (Macit, 2019; Yilman, 2020).

Sosyal medya platformları, kullanıcıların içeriklerini sergilemelerine, düşüncelerini paylaşmalarına ve etkileşimde bulunmalarını sağlayan çevrimiçi ağları ifade eder. Bu platformlarda, insanlar anlık fikirlerini, kişisel bilgilerini, kariyer hedeflerini ve yaşam deneyimlerini, görsel ve işitsel materyaller ile paylaşabilmektedir (Macit, 2019; Yilman, 2020).

Sosyal medya platformlarının geniş çaplı benimsenmesi, toplumsal iletişim pratiklerinde, haber tüketim alışkanlıklarında ve kişisel ilişkilerde dönüştürücü bir etki yaratmıştır. Akademik çalışmalarda, bu platformların sınıflandırılmasına yönelik çeşitli kategoriler bulunmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3. Sosyal Medya Platformlarının Sınıflandırılması.

(Elisson, 2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sosyal Ağlar (Myspace, Facebook)</li> <li>▪ Bloglar</li> <li>▪ Wikiler (Wikipedia)</li> <li>▪ Podcastler (Apple iTunes)</li> <li>▪ Forumlar</li> <li>▪ İçerik Toplulukları (YouTube)</li> <li>▪ Microbloglar (Twitter)</li> </ul>
(İşlek, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sosyal Ağlar (Facebook)</li> <li>▪ Profesyonel Ağlar (LinkedIn, Plaxo)</li> <li>▪ Bloglar, İşaretleme Siteleri</li> <li>▪ Video Paylaşım Siteleri (YouTube)</li> <li>▪ Bilgi Paylaşım Siteleri (Wikipedia)</li> <li>▪ Özel Sosyal Ağ Kurma Siteleri (Ning)</li> <li>▪ İnteraktif e-Ticaret Siteleri (eBay, Amazon)</li> </ul>
(Kaplan ve Haenlein, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ İşbirlikçi Projeler (Wikipedia)</li> <li>▪ Blog, İçerik Toplulukları (YouTube, SlideShare)</li> <li>▪ Sosyal Ağlar (Facebook)</li> <li>▪ Sanal Oyun Dünyaları (World of Warcraft)</li> <li>▪ Sanal Sosyal Dünyalar (Second Life)</li> </ul>
(Zarrella, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bloglar</li> <li>▪ Twitter ve Microblogging</li> <li>▪ Sosyal Ağlar Medya Paylaşımı</li> <li>▪ Sosyal Haberler ve Etiketleme</li> <li>▪ Oylama ve Değerlendirme Siteleri</li> <li>▪ Forumlar</li> <li>▪ Sanal Dünyalar</li> </ul>
(Akar, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bloglar</li> <li>▪ Mikroblogging</li> <li>▪ Sosyal İşaretleme Siteleri</li> <li>▪ Medya Paylaşım Siteleri</li> <li>▪ Podcasting</li> <li>▪ Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri</li> <li>▪ Sanal Dünyalar</li> </ul>
(Koçak, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sosyal Ağ Siteleri (Facebook, LinkedIn)</li> <li>▪ Mikroblog (Twitter)</li> <li>▪ İçerik Paylaşım Siteleri (Instagram, YouTube)</li> <li>▪ Sosyal İmlleme Siteleri (CiteULike, del.icio.us)</li> <li>▪ Wiki (Wikipedia)</li> <li>▪ Podcast (iTunes)</li> <li>▪ Blog</li> <li>▪ Forum</li> </ul>

Bu araştırmada ele alınan sosyal medya platformlarına ait genel özellikler aşağıdaki başlıklarda incelenmektedir.

Facebook:

Facebook, 2004'te başlatılan ve kısa sürede bir fenomene dönüşen bir sosyal medya platformudur (Hazar, 2011). Türkiye'de ise 2007 yılında yaygınlaşmaya başlamıştır (Kuşay, 2013). Kişisel profil oluşturma, durum güncellemeleri, medya paylaşımı, grup katılımı ve arkadaşlarla iletişim gibi çeşitli özellikler sunmaktadır (Şener, 2009). Facebook'un kullanıcı sayısının yükselişinin, platformun güvenilir iletişim ve etkileşim aracı olarak görülmesinden kaynaklandığı düşünölmüştür (Bilginer, 2020). Araştırmalar, Facebook'un kullanıcıların sosyal ve bireysel ihtiyaçlarını karşılayan, çok yönlü bir araç olduğu iddiasındadır (Biçer, 2015; Raacke ve Bonds-Raacke, 2008).

Instagram:

Instagram, 2010 yılında kurulan ve "anlık" anlamına gelen bir isme sahip öncü sosyal medya platformlarından biridir (Yeniçikti, 2016). Kısa sürede geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşan Instagram, özellikle 25-34 yaş arası kullanıcılar tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir (Dixon, 2023). Görsel içerik paylaşımına odaklanan bu platform, kullanıcıların içerikleri kişiselleştirmelerine imkan tanıyan filtreler ve düzenleme araçları sunmakta; beğeniler, yorumlar, etiketlemeler ve özel mesajlar gibi etkileşim özellikleri ile kullanıcılar arası iletişimi güçlendirmektedir (Macit, 2019). Instagram'ın sosyal medya kullanımı üzerindeki rolü üzerine yapılan araştırmalar, platformun kendini ifade etme, sosyalleşme, yaşamı kaydetme, eğlenme ve yaratıcılık gibi motivasyonlarla kullanıldığını göstermiştir (Kocak vd., 2020). Ayrıca, popülerlik ve saygınlık kazanma, diğerlerini takip etme ve günlük sorunlardan kaçış gibi nedenlerle de tercih edildiği belirtilmektedir (Hussain vd., 2023).

YouTube:

YouTube, 2005 yılında hayata geçirilen ve sosyal medya alanında öne çıkan bir platformdur (Airoldi vd., 2016) ve dünya çapında en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarından bir olup, geniş bir yelpazede içerik sunarak farklı yaş ve ilgi gruplarına hitap etmektedir. Kullanıcıların "kanal" adı verilen kişisel sayfalar oluşturup diğerlerini takip edebilmesi, içerik üretmesi ve üretici ile iletişimde

bulunması gibi fırsatlar sunar (Lange, 2007; Yanar, 2015). Son yıllarda, YouTube içerik üreticiliği, profesyonel bir meslek olarak kabul görmüş ve içerik üretimi artmıştır. İlhan ve Aydoğdu (2019), YouTube'un kullanıcılar için sadece eğlence sunmakla kalmayıp, aynı zamanda öğrenme ve kültürel bağlantılar kurma aracı olarak da önemli bir rol oynadığını ifade etmişlerdir.

Twitter:

2006'da kısa mesajlaşmaya dayalı bir mikroblog platform olarak kurulmuştur. Bu platformda kullanıcılar, 140 karakter sınırlı "tweet"ler aracılığı ile düşüncelerini paylaşmaktadır (Kwak vd., 2010). Kullanıcıların paylaşımlarını özel veya genel olarak ayarlayabilmelerine olanak tanımaktadır (Hricko, 2010). Twitter'ın diğer sosyal medya platformlarından ayrılan yönü, kısa mesaj formatıyla hızlı ve yoğun bilgi akışını desteklemesidir (Macit, 2019). Günümüzde bilgi ve düşünce paylaşımının yanı sıra toplumsal etkileşim içinde yaygın olarak tercih edilen platform olan Twitter, özellikle toplumsal olaylar ve hareketler sırasında hızlı iletişim ve bilgi paylaşımı için tercih edilen bir platform olarak öne çıkmaktadır (Kwak vd., 2010).

LinkedIn:

LinkedIn, profesyonel ağ oluşturma, iş arama ve işe alım süreçlerini destekleme amacıyla 2002 yılında hayata geçirilmiş bir sosyal medya platformudur. Bu ağ, kullanıcılarına mesleki profillerini oluşturma, iş tecrübe ve becerilerini paylaşma, diğer profesyoneller ile bağlantı kurma ve mesleki bilgi alışverişinde bulunma imkanı tanımaktadır (Utz ve Breuer, 2019; van Dijck, 2013). Diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak LinkedIn'de özel bilgilerden ziyade profesyonel bilgiler ön plandadır (Davis vd., 2020).

WhatsApp:

WhatsApp, 2010 yılında geliştirilen, kullanıcılarına metin, ses ve görüntü tabanlı iletişim imkanları sunan bir anlık mesajlaşma ağıdır. Bu platform, kullanım kolaylığı, ücretsiz imkanları, doğrudan iletişim sağlaması ve geniş erişimi ile anlık mesajlaşma uygulamaları arasında öne çıkmaktadır. Kullanımına yönelik yapılan dikkat çekici araştırmada, özellikle düşük internet kullanımı ve geniş erişilebilirliği sayesinde, araştırmacıların veri toplama, hasta takibi ve proje yönetimi gibi çeşitli işlevler için bu platformu tercih ettikleri görülmüştür (Ro, 2023).

Snapchat:

Kullanıcılara anlık fotoğraf, video, mesaj ve ses kaydı paylaşım imkanı sunan bir sosyal medya platformudur. Bu platformu diğerlerinden ayıran özgün yanı, paylaşılan içeriklerin belirli bir süre içinde görüntülenebilir olması ve otomatik olarak silinmesi özelliğidir. Logosundaki hayalet, bu farklılığa işaret etmektedir (Akbaş, 2019). Platform, kullanıcılarına anlık, doğal ve eğlenceli bir iletişim ortamı sunmakta bu nedenle geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından tercih edilmektedir.

Pinterest:

“Pin” ve “Interest” terimlerinin sentezi ile oluşturulan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcıların görsel içerikleri “pin” olarak adlandırılan bir formatta kaydetmelerine ve ilgilerine özel oluşturdukları “pinboard” adı verilen koleksiyonlar aracılığıyla diğer kullanıcılar ile paylaşımlarına olanak tanımaktadır (Gilbert vd., 2013). Pinterest, görsel ilgi alanlarını keşfetme, ilham alma ve paylaşma imkanı sunarak sosyal medya kullanımı destekleyen bir platformdur. Özellikle eğitimcilerin, ilgi çekici konular hakkında geniş içerik toplamalarına, düzenlemelerine imkan tanıyan bir içerik derleme aracı olarak kullandıkları belirlenmiştir (Carpenter vd., 2018).

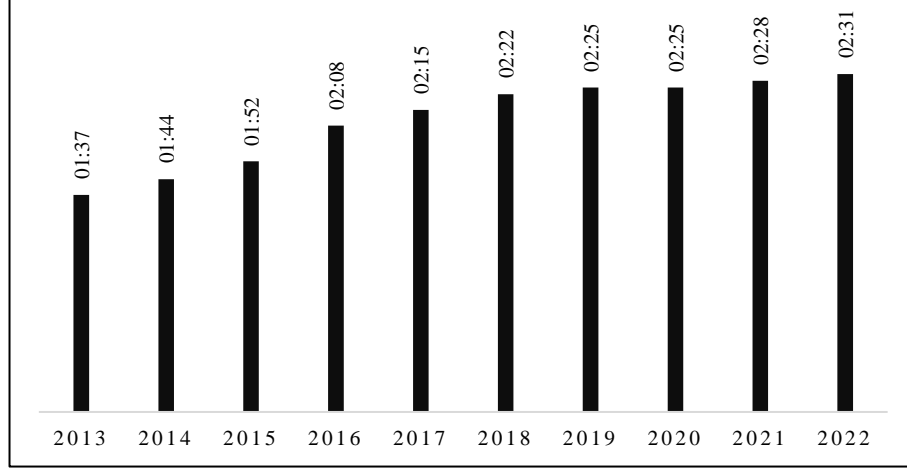
Söz konusu platformlar, global ölçekte ve Türkiye’de sıkça kullanılan sosyal medya platformları arasında yer almaktadır.

### **1.3.3. Sosyal Medya Kullanım Oranları**

İnternet başlangıçta insanların günlük yaşamlarını kolaylaştıran ve hızlandıran bir araç olarak ortaya çıksa da zaman içinde internetin işlevsel amaçlarının ötesinde eğlence ve sosyalleşme için kullanıldığı gözlenmiştir. Özellikle sosyal medya platformları, bireylerin internet üzerinde önemli ölçüde zaman geçirmelerine neden olmaktadır (İnce ve Koçak, 2017).

Meltware ve We Are Social tarafından 2023 yılında yayınlanan Digital Global Overview raporuna göre, dünya genelindeki internet kullanıcı sayısı bir yıl içinde %1.9 artarak 5.16 milyara ulaşmıştır. Bu rakam küresel nüfusun %64.4’ünü temsil etmektedir. Sosyal medya açısından ise kullanıcı sayısı %3 artarak 4.76 milyara yükselmiş ve dünya nüfusunun %60’ını oluşturmuştur. 2023 yılında, internet erişimi olan 4.76 milyar insanın %92.3’ü sosyal medya platformlarını kullanmaktadır ki bu

dünya nüfusunun yaklaşık %59.4'ünü temsil etmektedir. Sosyal medya kullanıcıları, günlük ortalama 2 saat 31 dakikalarını bu platformlarda geçirmektedir.



Şekil 3. Yıllan Yıla Günlük Sosyal Medya Kullanımı.

Kaynak: (Kemp, 2023)

Araştırmada sosyal medya kullanımının 2013'ten 2022'ye kadar istikrarlı bir şekilde artış gösterdiği sonucuna varılmış, kullanıcıların günümüzde günde ortalama 2 saat 31 dakika sosyal medya platformlarında zaman geçirdikleri görülmüştür (Şekil 3). 2019 yılı hariç artan bu süre, dijital bağlanmanın günlük yaşamdaki artan rolünü yansıtmıştır.

Aynı araştırmanın Türkiye raporuna göre, Türkiye'de 71,38 milyon internet kullanıcısı mevcuttur ve bu kullanıcıların 62,55 milyonu sosyal medya kullanıcısıdır. Kullanıcıların %40,4'ü kadın, %59,6'sı erkeklerden oluşmakta olup, 18 yaş ve üzerindeki sosyal medya kullanıcı sayısı 58,65 milyon olarak belirlenmiştir. Türkiye'de ortalama bir internet kullanıcısının günün 7 saat 24 dakikasını internette ve 2 saat 54 dakikasını sosyal medyada geçirdiği belirlenmiştir. Sosyal medyayı kullanma amaçları arasında ilk sırada haber okuma gelirken arkadaş ve aile ile bağlantı kurma, iletişimde kalma isteği ikinci sırada gelmektedir. Instagram, en çok tercih edilen sosyal medya platformu olup, ardından sırasıyla WhatsApp, Facebook ve Twitter kullanımı takip etmektedir. Kullanıcıların takip ettiği hesap türlerinde arkadaşlar, aile ve tanıdık kişiler yüzde 42,4 ile en üstte yer alırken, yazarlar ve edebiyat grupları bu sıralamada en altta yer almaktadır.

Sosyal medya kullanımı, bireysel ve kurumsal düzeyde artan bir ilgi alanı olarak literatürde karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son üç yılda, bu alanda kayda değer bir büyüme gözlemlenmiştir (*Digital in 2023*, 2023). Bu eğilim, dijital iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisinin ve öneminin arttığını göstermektedir.

#### **1.3.4. Sosyal Medyanın Etkileri**

Dünya çapında milyarlarca insanın düşünce, duygu ve ilişkilerini etkileyen sosyal medya, bilgiye erişim, iletişim kurma ve sosyal etkileşimde bulunma biçimlerimizi dönüştürmüştür (Diehl vd., 2016). Bu dönüşüm, günlük yaşamdan kamusal alana, iş dünyasından eğitime kadar geniş bir yelpazede toplumsal etkileri ile kendini göstermektedir. Bu etkilerin kapsamı ve derinliği, sosyal medyanın sadece bir iletişim aracı olmanın ötesinde, toplumsal dinamikleri şekillendiren güçlü bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu nedenle sosyal medyanın psikoloji, toplumsal dinamikler ve kültürel yapılar üzerindeki etkilerini incelemek, modern çağın gereksinimlerinden biri haline gelmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal medyanın birey ve toplum üzerindeki etkileri incelenirken, olumlu ve olumsuz sonuçlar arasında bir denge arayışı içinde olduğu görülmektedir. Örneğin, bu dijital arenalar bireylere kendilerini ifade etme, sosyal bağlantılar kurma ve benzer ilgi alanlarındaki kişilerle iletişimde bulunma olanağı tanımakta ve bu sayede kendi ilgi alanları ve hobilerini geliştirebilme, geniş kitlelere ulaşabilme fırsatı sunmaktadır. Sunulan ücretsiz eğitsel içerik ile sürekli öğrenme ve kendini geliştirme süreçlerine katkıda bulunmaktadır (Akram, 2018).

Ancak sosyal medyanın bireyler üzerindeki olumlu etkileri, potansiyel olumsuz sonuçları ile dengeli bir şekilde ele alınmalıdır. Ellison vd. (2007), sosyal medyanın özsaygı üzerindeki olumlu etkilerini sunarken, Fardouly vd. (2015) sürekli idealize edilmiş yaşam betimlemelerine maruz kalmanın gerçek hayattaki adaptasyon ve başa çıkma mekanizmalarını olumsuz etkilediğini göstermiştir.

Sosyal medyanın sağladığı etkileşim olanakları, psikolojik ve fiziksel boyutlarda belirli sonuçlara yol açabilmektedir. Dijital etkileşimler psikolojik sağlık üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmekte, kaygı ve depresyon gibi durumları tetikleyebilmektedir (Dibb, 2019; Seabrook vd., 2018). Öte yandan, yüksek sosyal kaygıya sahip bireyler için ise alternatif bir etkileşim alanı sunarak kısa süreli iyi oluş

sağlasa da bu geçici tatminin uzun vadede karşılaşılabilecek psikolojik ve sosyal zorluklara zemin hazırlayabilmektedir (Weidman vd., 2012).

Sosyal medyanın etkileri, sadece sosyal ve psikolojik boyutlarla sınırlı kalmayıp fiziksel sağlık üzerinde de izler bırakabilmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte bireylerin fiziksel aktivite düzeylerinde gözle görülür bir azalma meydana gelebileceği ve bu durumun beslenme düzenlerini olumsuz yönde etkileyebileceği ifade edilmiştir (Goodyear vd., 2021). Sosyal medya aracılığı ile yapılan müdahalelerin, özellikle gençler ve yetişkinler arasında fiziksel aktivite ve sağlıklı beslenmeye teşvik edebileceği de belirtilmiştir (Goodyear vd., 2021). Bu durum sosyal medyanın etkilerinin çift yönlü olabileceğini, kullanım amacı ile yöntemlerinin, bireyler üzerindeki etkilerini belirleyebileceğini göstermektedir.

Sosyal medya bireylerin küresel bilgi ağına erişimini kolaylaştırarak, bu alanlarda etkin bir katılım imkanı sunmakta, bu etkileşim imkanı ile geleneksel medya karşısında daha fazla ilgi görmektedir. Gündemin belirlenmesinde kritik bir işlev görmekte ve bireylerin algıları ile tutumlarını şekillendirebilmektedir (Kılıç, 2015). Bu yapısı ile doğru kullanılmadığı zaman, yanıltıcı veya eksik bilgilere maruz kalınmasına sebebiyet vermekte, ideolojik grupların kutuplaştırıcı etkilerine kapı açabilmektedir. Sosyal medyanın toplumsal rolü üzerine yapılan bir incelemede, sosyal medyanın bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıyarak farklı görüşler ile bir araya gelmelerine yardımcı olduğu ancak yanlış bilgilendirme ve ideolojik kutuplaşmaya yol açarak olumsuz etkiler yaratabildiği sonucuna varılmıştır (Jensen, 2020).

Kültürel etkileşimlerin artmasında ve kültürel değerlerin, normların ve pratiklerin yayılmasında ve dönüşümünde sosyal medya kilit bir role sahiptir. Jenkins (2006)'in "katılımcı kültür" kavramı, sosyal medyanın kültür üzerindeki etkisini açıklamakta; bu kavram, bireylerin pasif tüketicilerden aktif katılımcılara dönüşümünü ifade etmektedir. Bu geçiş, kitlesel medyanın kısıtlı erişiminden, bireylerin kendi hikayelerini ve deneyimlerini geniş kitlelerle paylaşabilecekleri interaktif platformlara doğru önemli bir dönüşüme işaret etmektedir. Bu dönüşüm sayesinde, bireyler kendi kültürel içeriklerini yaratmakta, paylaşmakta ve yeniden şekillendirmekte özgürdür, bu da kültürel değişim sürecinin hızlanması anlamına gelmektedir. Boyd (2014), sosyal medyanın, bireylerin farklı kültürel bağlamlar içinde nasıl etkileşime girdiğini

ve bu etkileşimlerin kültürel alanda nasıl değişim gösterdiğini incelerken, Kraidy (2006) sosyal medyanın hibrid kültürel oluşumları teşvik ettiğini belirtmiştir. Bu oluşumlar, farklı kültürel geçmişe sahip bireylerin etkileşimleri sayesinde meydana gelmekte ve yeni, eklektik kültürel formların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya kullanan kişiler, farklı kültürlerden bireylerle iletişim kurarak, kültürel farkındalık ve anlayışa katkıda bulunmaktadır.

Sosyal medyanın, bireyler arası etkileşimi teşvik eden yapısı, günümüzün iletişim dinamiklerinde önemli yer tutmaktadır ancak sunduğu avantajların yanı sıra, kültürel homojenizasyon ve gerçeklik algısının bozulması gibi olumsuz etkileri de eleştirilerin merkezinde yer alan bir diğer konudur. Araştırmacılar, sosyal medyanın kültürel çeşitliliği azaltarak tek tip bir yapıya yol açabileceği ve bu durumun yerel kültürel değerlerin göz ardı edilmesine neden olabileceği iddiasını gündeme getirmişlerdir (Jimada, 2020). Uluç ve Yarcı (2017), farklı coğrafyalarda yaşayan insanların sosyal medya aracılığı ile kültürel açıdan birbirlerine yakınlaşarak homojen yeni bir yapı ortaya çıkardıklarını ifade etmişlerdir. Yağmurlu Dara (2013), sosyal medyanın geleneksel kültürden uzaklaştırdığı ve yeni bir kültür oluşturduğu fikrini desteklemiştir. Bu fikri destekleyen çalışmalarda sosyal medyanın gastronomi alanında yerel mutfak ve tercihlerin dönüşümü (Çaycı, 2019; Ölçekçi, 2020), evlilik algısı ve pratikleri üzerindeki seçimler (Taylan ve Arklan, 2008) temaları üzerinde durulmuştur. Yanı sıra, toplumsal bellek ve kültürel kimliğin ayrılmaz parçası olan bayramlar, törenler ve özel günlerin sosyal medya etkisi ile yeniden şekillenışı ayrı bir inceleme konusudur.

### **1.3.5. Sosyal Medya ile İlgili Yapılan Araştırmalar**

İletişim teknolojilerinin hızla değiştiği bu dönemde, sosyal medya, bireylerin günlük hayatlarında iletişim ve etkileşim için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Boyd ve Ellison (2007) tarafından yapılan çalışmalar, sosyal medyanın, kişilerin bilgi alışverişinden sosyal ağ kurmaya kadar olan iletişim pratiklerini değiştirdiğini göstermiştir. İnsanlar, artan bir sıklıkla, düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini dijital ortamda paylaşmayı tercih etmekte, bu da sosyal medya kullanımını bireylerin psikolojik, sosyal ve kültürel yaşantılarının bir yansıması olarak konumlandırmaktadır.

Sosyal medya kullanımına yönelik literatür taramaları, araştırmacıların çoğunlukla genç popülasyon üzerinde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır (Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019; Kandell, 1998; Tutgun Ünal, 2016; Tutgun-Ünal, 2015). Gençlerin ve genç yetişkinlerin sosyal medya ve mobil internet kullanım alışkanlarına odaklanan çalışmalar, bu demografik grubun çevrim içi topluluklarda sosyal medyanın aktif kullanıcıları olarak öne çıktığını göstermiştir (Lenhart vd., 2010).

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, katılımcıların tamamının aktif olarak internet kullanıcısı olduğu, büyük bir kısmının zamanlarının çoğunu sosyal medya platformlarında geçirdiği ve hemen hemen her gün çevrimiçi oldukları görülmüştür (Akıncı Vural ve Bat, 2010). Benzer şekilde Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde yürütölen bir başka çalışmada ise, Instagram kullanım alışkanlıkları incelenmiş ve demografik faktörlerin kullanım motivasyonları üzerindeki etkileri belirgin olarak gözlemlenmiştir (Yayla, 2018). Bu bulgular, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki olumlu, olumsuz etkilerinin anlaşılmasında değişkenlerin dikkate alınması gerektiğini göstermiştir.

#### 1.3.5.1. Sosyal Medya Kullanımı ile Cinsiyet

Sosyal medya ve cinsiyet arasındaki ilişki, akademik ilgiyi büyük ölçüde çeken çok yönlü bir konudur. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2023 yılında yayınladığı "Hanehalkı ve Kişilere Yönelik Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanım Anketi" raporuna göre, erkeklerin internet kullanım oranı %90,9 iken, kadınların kullanım oranı %83,3 olarak tespit edilmiştir (*Digital in 2023*, 2023). Aynı çalışmada, erkeklerin sosyal medya ve mesajlaşma servislerini kadınlara kıyasla daha yoğun kullandıkları belirlenmiştir (TÜİK, 2023). Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirilen bir araştırma, kadınların %71'lik kısmının, erkeklerin ise %62'sinin sosyal medyayı kullandığını ortaya koymuştur (Duggan ve Brenner, 2013). Pempek vd. (2009) ise genç kadınların sosyal medya platformlarında daha fazla vakit geçirdiklerini ve daha aktif içerik paylaştıklarını bulmuşlardır. Yakın zamanda yapılan bir araştırma ise, kadınların günlük sosyal medya kullanımının erkeklerle göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ancak bu fark, yaş ilerledikçe azalmaktadır (*Digital in 2023*, 2023).

Hargittai ve Hsieh (2012)'in çalışmaları, kadınların internet kullanım becerilerinin erkeklere göre daha kısıtlı olduğunu göstermiştir. Bu durumun, kadınların teknolojiye olan ilgilerinin düşük olması, teknoloji eğitimine daha az erişimleri olması ve teknolojik uygulamalar ile daha az etkileşimde bulunmalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımı bağlamında bu fark, kadınların sosyal medyayı nasıl kullandıkları ve bu dijital platformlarda nasıl etkileşimde buldukları üzerinde de belirleyici olabilmektedir. Sosyal medya kullanımının dinamiklerinin incelendiği bir diğer çalışma, üniversite öğrencilerinin dört haftalık sosyal medya kullanım deneyimlerini analiz etmiş, sosyal medya kullanımının kullanıcıların ihtiyaçları ve tatmin düzeyleri arasındaki ilişkisini incelemiştir. Özellikle cinsiyet bazında, kadınların internet kullanım becerilerinin erkeklere göre daha kısıtlı olduğu; ancak sosyal medya kullanımında farklı ihtiyaç ve tatmin boyutlarını ortaya koyduğu gözlemlenmiştir. Erkeklerde duygusal tatminin daha belirgin olduğu görülürken, kadınlar için sosyal medya daha çok bilişsel ve sosyal tatmin sağlama amacıyla kullanılmaktadır. Bu bulgular, sosyal medyanın kullanımının cinsiyete özgü farklı dinamiklere sahip olduğunu göstermektedir.

#### 1.3.5.2. Sosyal Medya Kullanımı ile Yaş

Sosyal medya kullanımının yaş gruplarına göre oranları ve kullanım süreleri üzerine odaklanan araştırmalar, demografik farklılıkların bu alandaki etkileşimleri nasıl şekillendirdiğini göstermiştir. Anderson ve Jiang'ın 2018 yılında yaptıkları çalışma, 13-14 yaş aralığındaki gençlerin Facebook ve Twitter gibi platformları daha az kullanma eğiliminde olduklarını, buna karşın 15-17 yaş arasındakilerin bu platformlarda daha aktif olduklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı çalışma, genç yetişkinlerin gençlerden daha fazla Facebook ve Twitter kullanımına sahip olduğunu, ancak Youtube, Instagram ve Snapchat gibi diğer platformları da aktif olarak kullandıklarını belirtmiştir (Anderson ve Jiang, 2018).

PEW Araştırma Şirketi'nin 2003-2009 yılları arasında yürüttüğü çalışma, sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğunun (%93) 29 yaş altında olduğunu göstermiştir (Lenhart vd., 2010). Turgut vd. (2018)'nin gerçekleştirdiği çalışmada, 21 yaşından büyük bireylerin 21 yaş ve altındaki bireylere kıyasla sosyal medyayı daha yoğun kullandıkları ve bu platformlarda daha uzun süre vakit geçirdikleri sonucuna

varılmıştır. 2013 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan araştırmada, 18-29 yaş arasındaki internet kullanıcılarının %83'ü, 30-49 yaş arasındakilerin %77'si, 50-64 yaş arasındakilerin %52'si ve 65 yaş üstü kullanıcıların %32'sinin sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir (Duggan ve Brenner, 2013). Tüm bu bilgiler, sosyal medyanın, ergen ve gençler tarafından diğer yaş gruplarına oranla daha yoğun bir şekilde tercih edildiğini ortaya koymaktadır.

### 1.3.5.3. Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyoekonomik Düzey ve Eğitim

Eğitim seviyesinin, sosyal medya kullanım sıklığı ve tercihleri üzerindeki etkisi çalışmalarla desteklenmiştir. Skelton (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışma, eğitim seviyesinin sosyal medya platform seçimleri ve kullanım dinamikleri üzerindeki belirleyici rolünü ortaya koymuş; Facebook ve Twitter kullanıcılarının çoğunun yüksek eğitilmiş bireyler olduğunu belirlemiş ve eğitim düzeyinin, tercihlerin yanı sıra iletişim tarzlarını da biçimlendirdiğini vurgulamıştır.

Hargittai ve Hsieh (2013)'in çalışması, bireylerin eğitim seviyelerinin sosyal medya platformlarına ilişkin tutumlarını ve bu mecralardaki iletişim tarzlarını nasıl etkilediğine dair bir inceleme sunmuştur. Araştırma, yüksek eğitilmiş bireylerin sosyal medyaya eleştirel bir bakış açısıyla yaklaştıklarını ve bu mecraları daha bilinçli ve etkin bir şekilde kullandıklarını göstermiştir.

van Deursen ve van Dijk (2014) tarafından yapılan çalışma ise yüksek eğitilmiş bireylerin, bilgi edinme, kariyer gelişimi ve sosyal aktivizm gibi hedeflerle sosyal medya kullanımına ağırlık verdiklerini; buna karşın, daha az eğitilmiş bireylerin, eğlence, sosyal bağ kurma ve düşüncelerini paylaşma gibi sebeplerle bu platformları tercih ettiklerini ortaya koymuştur.

Sosyal medya kullanımında sosyoekonomik düzeyin etkisinin incelendiği araştırmalarda, teknolojik imkanlara eşit düzeyde erişimin toplum için önemine değinilmiş, farklılıkların sonuçlarına yer verilmiştir. Dimaggio vd. (2004) tarafından yapılan araştırmada, düşük sosyoekonomik düzeyin, internet erişimi ve dijital becerilerin kazanılmasında engel teşkil ettiği görülmüştür. Pew Research Center'in 2021 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yaptığı çalışma, yüksek gelir düzeyine sahip kişilerin sosyalmedya kullanım sıklığının düşük gelir düzeyindekilerden daha fazla olduğunu göstermiştir. Blank ve Lutz (2017)'un çalışması da bu bulguları

destekler niteliktedir; bu araştırmada, yüksek gelir seviyesine sahip bireyler, internet kullanımına ilişkin daha yüksek bir özgüvene sahiptir ve sosyal medya platformlarını daha yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar.

#### 1.3.5.4. Sosyal Medya Kullanımı ile Medeni Durum

Medeni durumun sosyal medya üzerindeki davranışsal dinamiklere etkisi, süregelen ve önemli bir inceleme konusudur. 2012 yılında gerçekleştirilen ve 2005-2010 yılları arasında evlenen 19.131 çift üzerinde yürütölen araştırmada, evliliklerin önemli bir kısmının çevrimiçi platformlarda başladığı görölmüş ve çevrimiçi ortamda tanışarak evlenen çiftlerin geleneksel yollarla tanışan çiftlere kıyasla boşanma olasılığının daha düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, çevrimiçi yollarla tanışan çiftlerin ilişki doyumlarının geleneksel yollarla tanışanlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır (Cacioppo vd., 2013).

Hampton vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışma, medeni durumun sosyal medya kullanımı üzerindeki etkilerini ele almıştır. Çalışmada, medeni durumun, bireylerin sosyal medya kullanım sıklığına etkileri üzerine yoğunlaşılmıştır. Elde edilen bulgular, bekar bireylerin sosyal medyayı günlük rutinlerinin bir parçası olarak daha yoğun bir şekilde kullandıklarını göstermiştir; bu kullanım, sosyal çevre ile iletişim kurma, eğlence, güncel olaylara katılım gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Öte yandan, evli veya ilişkisi olan bireylerin, bekarlara kıyasla sosyal medya kullanımının daha az sıklıkta ve daha ölçölü bir biçimde olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmada bu farklılık, günlük yaşamın getirdiği meşgüliyetler, ailevi yükümlölükler ve mahremiyete verilen önem şeklinde açıklanmıştır.

Duggan ve Smith (2014), sosyal medya kullanım alışkanlıklarının medeni durum özelinde nasıl farklılık gösterdiğini incelemiş; sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımların çeşitliliğinde ve sıklığında farklılıklar olduğunu göstermiştir. Bekar bireylerin sosyal medyada kişisel yaşamlarına dair günlük aktiviteler, hobiler ve duygusal içerikleri daha sık paylaştıkları gözlemlenirken; evli veya bir ilişki içinde olan bireylerin daha ölçölü ve genellikle aile odaklı içerikler paylaştıkları belirlenmiştir. Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, bireylerin ve çiftlerin ilişkileri üzerindeki etkileri de çeşitlenmiştir. Güleç (2018)'in çalışmasında, dijital ortamlardaki sosyalleşme eğiliminin, özellikle bilinmeyen kişilerle kurulan

iletişimin, evlilikler üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerini incelenmiştir. Çalışma, bu tür iletişimlerin eşler arasında güvensizlik hissini arttırabileceğini ve bunun sonucunda çiftler arasındaki anlaşmazlıklara yol açabileceğine değinmiştir. Mahmoud ve AhmedShafik (2020)'in araştırması ise, katılımcıların büyük bir kısmının sosyal medyanın eşler arası iletişimi olumsuz etkilediğine inandığını göstermiştir. Katılımcıların %34,8'i sosyal medya kullanımının eşleri ile olan duygusal bağlarını zayıflattığını hissettiğini söylemiş, sosyal medyanın eşlerinin kendilerine olan ilgisini azalttığını ve ilişkilerindeki özel anların mahremiyetini bozduğunu düşünmüştür. Ayrıca katılımcıların %47,7'si sosyal medya yüzünden eşlerinin başka ilişkiler yaşayabileceği endişesi taşıdıklarını ifade etmiştir.

2016 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından hazırlanan raporda, boşanma nedenleri arasında sosyal medya kullanım alışkanlıkları, eşler arasındaki iletişimsizlik ve dijital platformlarda kurulan yeni ilişkiler yer almakta, sosyal medyanın boşanmayı tetikleyen bir faktör olduğuna değinilmektedir.

#### 1.3.5.5. Sosyal Medya Kullanımı ile Aile

Son zamanlarda yapılan araştırmalarda, ebeveynlerin diğer ailelerin deneyimlerinden ve uzman görüşlerinden yararlanarak çocuk yetiştirme süreçlerine rehberlik eden bilgileri sosyal meda üzerinden edindiklerini göstermiştir (Altınkaya, 2022; Tali, 2021; Yazıcı ve Özel, 2017). Sosyal medya platformlarının özellikle annelerin ve giderek artan sayıda babanın, çocuk eğitimi ve bakımı konusunda destek aldıkları ve tecrübelerini paylaştıkları birer kaynak haline geldiği görülmüştür (Çevik, 2019). Aşırı korumacı veya otoriter ebeveyn tutumları, gençlerin sosyal medya üzerindeki riskli davranışlar sergilemelerine yol açarken (Eligül, 2020), dengeli bir ebeveyn yaklaşımı gençlerin bu platformlarda daha bilinçli olmalarını sağlamaktadır (Valcke vd., 2010).

Sosyal medya ve aile ilişkileri üzerine yapılan çalışmalar, bireylerin büyük bir kısmının sosyal medyanın aile içi iletişim üzerindeki olumsuz etkisini kabul etmektedir. Procentese vd. (2019), sosyal medyanın doğrudan iletişimi kısıtladığını ve aile birlikteliğini zedelediğini, aile mahremiyetini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Bu görüşü destekleyen bir diğer çalışmada, sosyal medyanın aile içi iletişimi azaltabileceğini, yalnızlık ve mutsuzluk hissine sebep olabileceğini ve birebir

iletişimi olumsuz etkileyebileceğini göstermiştir (Siddiqui ve Singh, 2016). Bu bulgular, sosyal medyanın aile ilişkileri üzerindeki etkileri, olumlu, olumsuz yönleri ile ebeveynlerin bu araçları nasıl kullandıklarına ve aile içi iletişim pratiklerine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

#### 1.3.5.6. Sosyal Medya Kullanımı ile Diğer Değişkenler

Sosyal medya kullanımının, bireylerin psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkilerini inceleyen bir dizi araştırma, bu konunun araştırılmasının önemini göstermiştir. Bu çalışmalar, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş, sosyal destek ve sosyal izolasyon gibi psikolojik değişkenler ile olan ilişkisini ele almıştır. Choi ve Noh (2019), sosyal medya kullanımının bireylerin intihara yönelik olumsuz tutumları üzerindeki etkisini incelemiştir. Bu çalışmada, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş, sosyal destek ve sosyal izolasyon arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sosyal medya kullanımının, psikolojik iyi oluş ve sosyal izolasyon ile pozitif bir ilişki içinde olduğu; sosyal medya kullanımının, intihara yönelik olumsuz tutumları arttırabileceği görülmüştür. Ayrıca Kore’de yapılan bir diğer çalışma (Kim vd., 2006), internet bağımlılığı olan gençlerin depresyon seviyelerinin ve intihar düşüncelerinin bağımlı olmayanlara kıyasla daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Lin vd. (2016)’nin araştırması da bu bulguları destekler niteliktedir.

Kabasakal (2015), Balcı ve Koçak (2017), sosyal medya kullanımının öğrenciler üzerindeki etkilerine odaklanmış; özellikle üniversite öğrencilerinin problemlili internet kullanımının yaşam doyumları üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu göstermişlerdir. Sosyal medya kullanımının en temel nedeninin “arkadaşlarla iletişim kurmak” olduğunu ifade etmişlerdir (Balcı ve Koçak, 2017).

Sosyal medya kullanımının sosyal ilişkiler ve yalnızlık hissi üzerindeki etkileri de önemlidir. Kraut vd. (1998), internet üzerinde daha çok zaman geçiren bireylerin, daha fazla yalnızlık ve depresyon duygusu yaşadığını iddia ettiği çalışmasına karşın internet kullanımından farklı olarak Özsarı ve Batdal (2016) sosyal medya kullanımının bireylerin yalnızlık hissi üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etkisinin olmadığını savunmuştur.

Genç yetişkinler ve yetişkinler arasında internet kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceleyen Chen ve Persson (2002), internet kullanan yetişkinlerin

kullanmayanlara göre daha olumlu bireysel gelişim ve yaşam amaçlarına sahip olduğunu göstermiştir. Uz Baş vd. (2016) ise, algılanan desteğin internetin olumsuz etkilerinden korunmada ve psikolojik iyi oluşu artırmada önemli bir rol oynadığını ifade etmişlerdir.

Sosyal medya kullanımı ve özsaygı arasındaki ilişkiyi inceleyen Balcı vd. (2019), sosyal medya kullanım sıklığı ile özsaygı arasında ters ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Özellikle sosyal kaygıya sahip bireylerin, bu platformlarda yüz yüze etkileşimin olmamasından ötürü kendilerini daha rahat hissettikleri düşünülmektedir.

Sosyal medya kullanımının, kullanıcının demografik özelliklerine ve tercih edilen platforma göre değişkenlik gösterdiği bilinmektedir. Şişman-Eren (2014) gençlerin sosyal medyada en aktif kullanıcı grubunu oluşturduğunu ve ağırlıklı olarak arkadaş ve aileleri ile iletişim kurmak için bu platformları tercih ettiklerini ifade etmiştir. Özgür Güler vd. (2019)'in yaptığı çalışma, üniversite öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıklarını ve sosyal medyanın yaşamları üzerindeki etkilerini ele almış; çalışmada gençlerin internet bağımlılığının üretkenliklerini olumsuz etkileyebileceği ve gerçek yaşamda yapılması gereken işleri ertelemelerine yol açabileceği sonucuna varılmıştır.

Sosyal medyaya getirilen eleştirilerin içinde; yanıltıcı haberlerin yayılması, özel hayatın gizliliği ile ilgili sınırların genişletilmesi, gerçek bilginin ayırt edilmesinin zorlaşması, sosyal hayattan izole yaşam tarzlarının ortaya çıkması gibi nedenler gösterilmektedir (Çömlekçi ve Başol, 2019; Kara, 2013; Öztürk, 2015). Sezgin (2019), genç bireylerin sosyal medyada günlük yaşamlarını sürdürerek mahremiyet duygularının zedelendiğini ifade etmiştir.

#### 1.4. AMAÇ

Bu araştırmada sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca toplumsal ilginin sosyodemografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği de incelenecektir.

Bu doğrultuda kurulan hipotezlere göre;

H<sub>1</sub>: Sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi oluş toplam puanları ve alt boyut puanları arasında negatif yönlü ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Sosyal medya kullanımı ile toplumsal ilgi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Sosyal medya kullanımı ile yaş arasında negatif yönlü ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Psikolojik iyi olma toplam puanları ile alt boyut puanları arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Psikolojik iyi olma toplam puanları ile yaş arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Toplumsal ilgi ile psikolojik iyi olma toplam puanları ve alt boyut puanları arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H<sub>7</sub>: Toplumsal ilgi ile yaş arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H<sub>8</sub>: Cinsiyet kategorilerine göre toplumsal ilgi düzeyleri farklılaşmaktadır.

H<sub>9</sub>: Medeni durum kategorilerine göre toplumsal ilgi düzeyleri farklılaşmaktadır.

H<sub>10</sub>: Eğitim durumu kategorilerine göre toplumsal ilgi düzeyleri farklılaşmaktadır.

H<sub>11</sub>: Yaş kategorilerine göre toplumsal ilgi düzeyleri farklılaşmaktadır.

H<sub>12</sub>: Ekonomik durum kategorilerine göre toplumsal ilgi düzeyleri farklılaşmaktadır.

H<sub>13</sub>: Toplumsal ilgi anne-baba eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H<sub>14</sub>: Toplumsal ilgi aile yapısına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>15</sub>: Sosyal medya kullanım süresi toplumsal ilgi düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>16</sub>: Sosyal medya ve psikolojik iyi oluş toplumsal ilgiyi anlamlı düzeyde yordamaktadır.

H<sub>17</sub>: Demografik değişkenlerin kategorilerine göre sosyal medya kullanımını ve psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerindeki etki düzeyleri değişecektir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. YÖNTEM

#### 2.1. KATILIMCILAR

Araştırma, çevrimiçi ve yüz yüze olmak üzere, gönüllülük esasına dayalı olarak yürütülmüştür. Araştırmaya katılan bireylerin %64,9'unu (n=200) kadınlar ve %35,1'ini (n=108) erkekler oluşturmuş, toplam katılımcı sayısı 308 olarak kaydedilmiştir. Katılımcıların yaş dağılımı 18 ile 63 yaş aralığında olup, %32,5'inin (n=100) 18-30, %35,7'sinin (n=110) 31-40 yaş aralığında, %31,8'inin (n=98) 41-63 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Örneklem grubunun yaş ortalaması 35,95 ve standart sapması 10,37'dir. Medeni durum açısından bakıldığında, katılımcıların %39,9'u (n=123) bekar, %60,1'i (n=185) evlidir. Eğitim seviyesine göre yapılan sınıflandırmada ise lise ve altı eğitim düzeyine sahip olan katılımcılar araştırmanın %33,7'sini (n=104), üniversite ve üstünde eğitim düzeyine sahip olanlar ise %66,2'sini (n=204) oluşturmaktadır. Gelir durumu düşük, orta ve yüksek olan katılımcıların oranları ise sırası ile %13,6 (n=42), %79,9 (n=246), %6,5 (n=20) şeklindedir.

#### 2.2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Tez çalışması kapsamında, Psikolojik İyi Olma Ölçeği, Toplumsal İlgi Ölçeği, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve araştırmacının hazırlamış olduğu demografik bilgi formu kullanılmıştır.

##### 2.2.1. Demografik Bilgi Formu

Demografik Bilgi Formu, çalışmanın amacına yönelik olarak iki farklı bölüm şeklinde oluşturulmuştur. Formun ilk bölümü, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi gibi sosyodemografik özelliklerini sorgulamaktadır (EK C). Ayrıca bu bölüm ebeveyn tutumları, yaşanan olumsuz olayların varlığı ve psikolojik yardım alma durumu gibi soruları içermektedir. Formun

ikinci bölümünde ise sosyal medya kullanımı, şekli ve sıklığı ile ilgili sorular yer almaktadır.

### 2.2.2. Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ)

Katılımcıların psikolojik iyi olma düzeylerini ölçmek amacıyla Ryff (1989) tarafından geliştirilen ve Akın (2008) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Psikolojik İyi Olma Ölçeğinin (PİOÖ) 84 maddelik formu kullanılmıştır (EK E). Ryff (1989) ve Ryff ve Keyes (1995) tarafından geliştirilen orijinal ölçek, psikolojik iyi olmanın altı boyutunu (otonomi, çevresel hakimiyet, bireysel gelişim, diğerleriyle olumlu ilişkiler, yaşam amacı ve özkabul) içeren bir model üzerine kurulmuştur. Her boyut için 14 maddeden oluşan 6 boyutlu ve toplamda 84 maddeden oluşan bir ölçme aracı geliştirmişlerdir. Her bir alt ölçek, psikolojik iyi olmanın farklı bir yönünü ifade etmektedir. Bu ölçek, bireyin kendisi hakkındaki değerlendirmelerini içeren ve alt boyutlarını ölçmek için tasarlanmış Likert tipi bir ölçektir. PİOÖ'nün her bir alt ölçekte yer alan maddelerinin yaklaşık yarısı ters kodlanmaktadır. Otonomi: 2, 20, 32, 44, 56, 62, 74; Çevresel Hakimiyet: 9, 15, 27, 45, 63, 75; Bireysel Gelişim: 4, 22, 34, 58, 76, 82; Diğerleriyle Olumlu İlişkiler: 7, 13, 31, 43, 55, 61, 73; Yaşam Amacı: 11, 17, 29, 35, 41, 65, 83 ve Özkabul: 18, 24, 42, 54, 60, 66, 84. Maddeleri ters kodlanmaktadır. Katılımcılardan, her bir maddeye katılım derecelerini 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 6 (kesinlikle katılıyorum) arasında puanlamaları istenmiştir. Ölçeğin puan aralığı 84 ile 504 arasındadır. Puanın yüksek olması ilgili ölçeğin değerlendirdiği özelliklere işaret etmektedir (Akın, 2008).

Ölçeğin Türkçeye uyarlanması sürecinde veri toplama aracı olarak PİOÖ (Ryff, 1989a), Öz Duyarlık Ölçeği (Akın vd., 2007) ve Depresyon Anksiyetesi Stres Ölçeği (Akın ve Çetin, 2007) kullanılmıştır. Ayrıca yaş, cinsiyet gibi demografik bilgileri elde etmek amacıyla demografik bilgi formu kullanılmıştır. Ölçeğin orijinal formu ile Türkçe formu, eğitim bilimleri bölümünde görev yapan üç öğretim görevlisi tarafından gözden geçirilmiş ve düzenleme yapılarak oluşturulmuştur. Dilsel eş değerlik için çalışma 124 İngilizce öğretmenine uygulanmış ve elde edilen sonuçlar, ölçeğin çevirisi ile orijinal maddeleri arasındaki puanların .85 ve .98 arasında yüksek korelasyonlar gösterdiğini ortaya koymuştur (Akın, 2008).

PİÖÖ'nün madde analizi sırasında, ölçekte bulunan maddelerin madde test korelasyonlarına bakılmış ve düzeltilmiş madde toplam korelasyonları .32 ile .90 arasında değişen değerler göstermiştir. Ölçeğin yapı geçerliği için açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır.

AFA sonuçlarına göre ilk belirlenen alt ölçek otonomidir. Bu ölçek içerisindeki maddeler, bireyin sosyal normlara uyma zorunluluğu hissetmeksizin, kendi içsel düşünce ve eylem süreçlerine dayalı olarak kararlar alabilme yeteneğini sosyal yapıya bağımlı olmadan yaşama yetisini değerlendiren maddeleri içermektedir. İkinci alt ölçek olan çevresel hakimiyet, bireyin çevresini düzenleme yeteneğini ve psikolojik ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılama becerisini ölçmektedir. Üçüncü alt ölçek, bireysel gelişim, bireyin kendi potansiyellerini gerçekleştirme yeteneğini, bu yetenekleri kullanabilme kabiliyetini değerlendiren maddeleri içermektedir. Dördüncü alt ölçek, diğerleri ile olumlu ilişkiler, bireylerin başkalarıyla samimi, güvene dayalı ilişkiler kurma, empatik ve şefkatli davranma, diğerlerine karşı sorumluluk bilincine sahip olma yeteneği ile ilgili maddelerden oluşmaktadır. Beşinci alt boyut, yaşam amaçları, bireyin geçmiş ve şu anki yaşamının anlamlı bir amacı olduğuna inanmasını, geçmiş deneyimlerinin ve mevcut durumunun anlamlı olduğunu hissetmesini ve amaçlarına ulaşmak için aktif adımlar atmaya odaklanmasını ölçmektedir. Son alt ölçek olan özkabul ise, bireyin kendi ile ilgili olumlu tutumları benimsemesi, geçmiş deneyimleri ve mevcut durumu hakkında olumlu düşüncelere sahip olması ve tüm kişisel özelliklerini olumlu ve olumsuz yönleriyle kabul etmesi ile ilişkili ölçektir (Springer vd., 2006).

Yapı geçerliğinde, ölçeğin orijinal formundaki faktörlerin doğrulanması amacıyla DFA analizi uygulanmış ve orijinal formdaki altı boyut ile uyumlu olduğu, ki-kare değerinin ( $\chi^2=577.91$ ) anlamlı olduğu gözlenmiştir. Uyum geçerliği üzerine yapılan araştırmada, 1214 öğrenciye Türkçe formu uygulanmış ve aynı zamanda Öz Duyarlık Ölçeği ve Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği ile ölçümler alınmıştır. Araştırma sonuçları, Öz Duyarlık Ölçeği toplam puanı ile PİÖÖ'nün alt boyutları olan otonomi, çevresel hakimiyet, bireysel gelişim, diğerleri ile olumlu ilişkiler, yaşam amaçları ve öz kabul boyutları arasında olumlu ilişkiler olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, Depresyon Anksiyeli Stres Ölçeği'nin alt boyutları ile PİÖÖ'nün tüm alt boyutları arasında negatif ilişki bulunmuştur (Akın, 2008).

PİÖÖ'nün güvenilirlik çalışmaları, iç tutarlık ve test-tekrar test güvenilirlikleri açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ölçeğin tamamı için iç tutarlık katsayısının .93, otonomi alt ölçeği için .91, çevresel hakimiyet için .94, bireysel gelişim için .90, diğerleri ile olumlu ilişkiler için .89, yaşam amaçları için .96 ve özkabul için .87 olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca ölçeğin Spearman-Brown iki yarı güvenilirlik puanlarının .87 ile .95 arasında değiştiği belirlenmiştir. Test-tekrar test güvenilirlik çalışması için PİÖÖ'nün Türkçe versiyonu, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde farklı bölümlerde öğrenim gören 178 üniversite öğrencisine dört hafta arayla iki kez uygulanmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik araştırmasından elde edilen verilerin analizi için SPSS 13.0 ve LISREL 8.54 yazılımları kullanılmıştır (Akın, 2008).

### **2.2.3. Toplumsal İlgili Ölçeği (TİÖ)**

Soyer (2001, 2004) tarafından Türkçe'ye uyarlanan geçerlik, güvenilirlik çalışmaları tamamlanan 5'li Likert tipindeki Toplumsal İlgili Ölçeği (TİÖ), toplumsal ilgiyi değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (EK F). Bireylerin toplumsal ilgi düzeyini ölçmek için tasarlanan, toplumsal ilginin farklı yönlerini değerlendirmek amacıyla kullanılan psikometrik ölçüttür. Bu ölçek, orijinal adı "Social Interest Index (SII)" olan ve 1970'lerde geliştirilen ölçüm aracının Türk kültür ve diline uyarlama sürecini içermektedir. Bu uyarlamada, orijinal maddelerin kültürel ve dilsel uyumu göz önünde bulundurularak düzenleme ve eklemeler yapılmıştır.

Uyarlama süreci boyunca, alanında uzman kişiler tarafından ölçeğin orijinal versiyonunun eksiklikleri tespit edilmiş ve iki aşamalı bir yaklaşım gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, yeni maddeler eklenmiştir. Bu ek maddeler, farklı toplumsal ilgi boyutlarını ölçmeyi amaçlamıştır. Uyumlu dil ve kültürel özellikler dikkate alınarak Türk toplumuna maddeler oluşturulmuş ve daha geniş bir yelpazede toplumsal ilgiyi yansıtmaya sağlanmıştır. Ölçeğin uygulandığı çalışma grubu, 400 üniversite öğrencisinden oluşmuştur. Yapılan çalışma sonucunda TİÖ'nün geçerli ve güvenilir bir şekilde kullanılabilirliği görülmüştür. Faktör analizi sonucunda, 80

maddelik ölçeğin beş farklı faktörde toplandığı tespit edilmiştir. Faktör yüklerinin büyüklüğünü değerlendiren .30 kriteri uygulandığında ölçeğin birinci faktöründe yeterli faktör yüklerine sahip olan 52 maddeye indirgenmiştir. Bu sonuçlar, ölçeğin tek boyutlu olduğunu göstermiştir ve bu da geçerlilik açısından önemli bir kanıt olarak görülmüştür (Soyer, 2004). Ölçeğin güvenilirliği; Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı ve testin tekrarı yöntemleri ile geçerliği ise; kapsam geçerliği ve faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Bu analizler neticesinde, ölçeğin iç tutarlık katsayısı .88 ve test-tekrar test güvenilirlik katsayısı .82 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, ölçeğin güvenilirliği konusunda güçlü destek sunmaktadır. TİÖ, “Hiç Uygun Değil (0), Çok Az Uygun (1), Kısmen Uygun (2), Genellikle Uygun (3) ve Tümüyle Uygun (4) şeklinde derecelendirilmektedir ve puan aralığı 0-208 şeklindedir. Yüksek puan, yüksek toplumsal ilgi düzeyini ifade etmektedir.

#### **2.2.4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)**

2019 yılında Levent Deniz ve Aylın Tutgun Ünal tarafından oluşturulan Sosyal Medya Kullanım Ölçeği, farklı kuşakların sosyal medya üzerindeki davranışlarını, tutumlarını ve farklılığa olan yaklaşımların incelenmesi amacıyla tasarlanmıştır (EK D). Bu ölçek, kullanıcıların sosyal medyayı ne sıklıkla kullandıklarını ve bu platformlarda ne derece yetkin olduklarını belirlemek üzere süreklilik ve yetkinlik alt ölçeklerinden oluşmaktadır. Süreklilik alt ölçeği, bireylerin sosyal medya etkinliklerine ne sıklıkta dahil olduklarını ölçerken, yetkinlik alt ölçeği kullanıcıların sosyal medya ortamında gerçekleştirebilecekleri günlük yaşam aktivitelerindeki yeterliliklerini değerlendirmektedir. Ölçek 5’li Likert tipidir ve “Bana hiç uygun değil” ile “Bana tamamen uygun” arasında değişen yanıtları içermektedir. Ölçekte ters yönlü madde bulunmamakta ve yüksek puanlar, bireyin sosyal medya kullanımında daha aktif ve yetkin olduğunu göstermektedir.

SMKÖ’nün güvenilirlik sonuçlarına göre süreklilik alt ölçeği için Cronbach alfa iç tutarlılık kat sayısı .721, yetkinlik alt ölçeği için .734 ve toplam ölçek için .824 olarak belirlenmiştir.

### 2.2.5. Kullanılan Ölçekler ve Alt Boyutlar için İç Tutarlılık Katsayıları

Çalışmada kullanılan ölçekler ve alt boyutlarının iç tutarlılık katsayıları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Kullanılan Ölçekler ve Alt Boyutlar İçin İç Tutarlılık Katsayıları.

Ölçek Toplam Puanları	k	Cronbach Alpha
Sosyal Medya Kullanım Ölçeği	8	0,905
Psikolojik İyi Olma Ölçeği	84	0,934
Otonomi Alt Boyutu	14	0,655
Çevresel Hakimiyet Alt Boyutu	14	0,705
Bireysel Gelişim Alt Boyutu	14	0,734
Diğerleri ile Olumlu İlişkiler Alt Boyutu	14	0,820
Yaşam Amaçları Alt Boyutu	14	0,719
Öz-kabul Alt Boyutu	14	0,793
Toplumsal İlgi Ölçeği	52	0,930

Araştırmada katılımcıların ölçeklerden aldıkları toplam puan ve alt boyut puanlarına ilişkin Cronbach Alfa iç tutarlılık değerleri incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin Cronbach Alfa iç tutarlılık değeri 0,905 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin standartlaştırılmış maddeler üzerinden elde edilmiş olup, 8 maddenin her birinin tutarlı şekilde ilgili kavramı ölçtüğüne işaret etmektedir. Psikolojik İyi Olma Ölçeğinin Cronbach Alfa değeri 0,934'tür. Ölçeğin alt boyutları için sırasıyla Cronbach Alfa değerleri, Otonomi için 0,655, Çevresel Hakimiyet için 0,705, Bireysel Gelişim için 0,734, Diğerleri ile Olumlu İlişkiler için 0,820, Yaşam Amaçları için 0,719 ve Öz-kabul için 0,793 olarak bulunmuştur. Son olarak Toplumsal İlgi Ölçeğinin Cronbach Alfa değeri 0,930 olarak elde edilmiştir.

### 2.3. UYGULAMA

Bu araştırmada veri toplama süreci, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Etik Kurulunun 29/12/2022 tarihli ve 20/11 sayılı kararı sonrası, toplam 313 bireyin katılımı ile gerçekleştirilmiştir (EK A). Araştırma verileri, bir kısmı yüz yüze görüşme şeklinde, bir kısmı ise sosyal medya (Whatsapp) üzerinden çevrimiçi ortamda gönüllülük esasına (gelişi güzel örneklem) uygun şekilde toplanmıştır. Katılımcılara, ankete başlamadan önce, araştırmanın kapsamına ilişkin bilgi verilmiş, verilerin

bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacağı ve kişisel bilgilerin saklı kalacağı ifade edilmiştir. Katılımın tamamen gönüllük ilkesine dayandığı onam formunda açıkça ifade belirtilmiştir (EK B). Araştırmada üç ölçek ve ek olarak hazırlanmış demografik bilgi formu kullanılmıştır. Bilgilendirilmiş onam formunun ardından ölçeklere geçiş yapılması sağlanmıştır. Uygulamanın yaklaşık 20-25 dakika sürdüğü yüz yüze yapılan görüşmelerde belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda beş kişinin verisi araştırmanın kapsamına uygun olmadığı gerekçesi ile çıkarılmış ve 308 katılımcı ile devam edilmiştir.

#### 2.4. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizi SPSS 25 (Statistical Package for Social Sciences) yazılımı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analize başlamadan önce, veri seti incelenmiş, standart puanlar hesaplanmış  $\pm 3$  z puanının dışında kalan beş katılımcı analiz dışı bırakılmış, normal dağılım varsayımıyla parametrik analizler kullanılmıştır. İlk olarak elde edilen verinin betimleyici istatistik ve frekans analizleri yapılmıştır. Ölçek toplam puan ve alt boyut toplam puanları alınarak güvenilirlik analizleri yapılarak Cronbach's Alpha katsayıları elde edilmiştir. Tüm ölçek toplam ve alt boyut puanları için tanımlayıcı istatistiksel analizlere bakılmıştır. Toplumsal ilgi puan ortalamasının cinsiyet ve medeni durum kategorilerinde farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Bağımsız t- testi; eğitim seviyesine göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Mann Whitney U testi; yaş, ekonomik durum, ebeveynlerin eğitim durumu, sosyal medya kullanım süresi kategorileri arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için Tek Yönlü Varyans Analizleri ve aile yapısı kategorilerine göre farklılıkların varlığını analiz etmek için ise Welch testi yapılmıştır. Tüm ölçek toplam ve alt boyutları ve yaş arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır. Son olarak, Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik İyi Oluşun Toplumsal İlgi üzerindeki yordayıcı rolünü değerlendirmek üzere Stepwise metodu ile Çoklu Doğrusal Regresyon modeli tahmin edilmiştir.

Bu modelleme süreci, belirli demografik değişkenlerin (medeni durum, cinsiyet, eğitim düzeyi, ekonomik durum) etkilerini dikkate alarak, bu değişkenlerin Toplumsal İlgi üzerindeki yordayıcı rolünü anlamak için tekrarlanmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. BULGULAR

#### 3.1. BETİMLEYİCİ İSTATİSTİKLER

Bu bölüm, araştırmada kullanılan demografik değişkenler ve ölçüm araçlarının tanımlayıcı istatistiklerini sunmaktadır. Ayrıca, ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarının güvenilirlik analizleri ile araştırma hipotezlerinin değerlendirilmesinde uygulanan istatistiksel analizlerin bulgularına yer vermektedir. Katılımcıların demografik değişkenlerin kategorilerine göre dağılımlarının incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen frekans analizlerinin sonuçları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı.

Değişken	Kategori	n	%
Cinsiyet	Kadın	200	64,9
	Erkek	108	35,1
	Toplam	308	100
Yaş	18-30	100	32,5
	31-40	110	35,7
	41-63	98	31,8
	Toplam	308	100
Medeni Durum	Bekar	123	39,9
	Evli	185	60,1
	Toplam	308	100
Eğitim Seviyesi	İlköğretim– Lise	104	33,7
	Lisans	171	55,5
	Lisansüstü	33	10,7
	Toplam	308	100
Çalışma Durumu	Çalışan	233	75,6
	Çalışmayan	75	24,4
	Toplam	308	100
Ekonomik Durumu	Düşük	42	13,6
	Orta	246	79,9
	Yüksek	20	6,5
	Toplam	308	100

Tablo 5 (devam). Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı.

Değişken	Kategori	n	%
Şu anda psikolojik/psikiyatrik yardım alıyor musunuz?	Evet	20	6,5
	Hayır	288	93,5
	Toplam	308	100
Daha önce Psikolojik/psikiyatrik tedavi gördünüz mü?	Evet	57	18,5
	Hayır	251	81,5
	Toplam	308	100
Psikolojik/Psikiyatrik Yardım İhtiyacı Hissediyor Musunuz?	Evet	54	17,5
	Hayır	254	82,5
	Toplam	308	100
Yalnızlık Sıklığı	Hiçbir Zaman	43	14
	Nadiren	120	39
	Bazen	113	36,7
	Her Zaman	32	10,3
	Toplam	308	100

Araştırmada toplam 308 katılımcı yer almıştır; katılımcıların %64,9'unu kadınlar (n=200) ve %35,1'ini erkekler (n=108) oluşturmuştur. Yaş kategorilerine göre incelendiğinde %32,5 18-30 yaş aralığında (n=100), %35,7 31-40 yaş aralığında (n=110), %31,8 41-63 yaş aralığında (n=98) bulunmaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin olarak, %39,9'unun bekar (n=123), %60,1'inin evli (n=185) olduğu görülmüştür. Verilerin incelenmesi sırasında ankette yer alana "ilişkisi var" seçeneğinin düşük frekansı dikkate alınarak, bu seçenek "bekar" kategorisi altında birleştirilmiştir. Eğitim seviyelerine bakıldığında, ilköğretim, ortaokul ve lise mezunu olanların oranı %33,7 (n=104), lisans mezunu olanların oranı %55,5 (n=171), yüksek lisans veya doktora mezunu olanların oranı ise %10,7 (n=33) olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %75,6'sı (n=233) aktif olarak çalışmakta, %24,4'ü (n=75) çalışmamaktadır. Ekonomik durumlarını değerlendiren katılımcıların %13,6'sı (n=42) ekonomik durumlarını düşük olarak belirtirken, %79,9'u (n=246) orta, %6,5'i (n=20) yüksek olarak nitelendirmiştir. Mevcut psikolojik veya psikiyatrik tedavi görme durumu %6,5 (n=20) ile tedavi görenler ve %93,5 (n=288) ile tedavi görmeyenler şeklinde belirlenmiştir. Psikolojik veya psikiyatrik tedavi geçmişine sahip olanlar

%18,5 (n=57) iken, sahip olmayanların oranı %81,5 (n=251) olarak kaydedilmiştir. Psikolojik yardım ihtiyacını ifade eden katılımcılar %17,5 (n=54) iken, bu ihtiyacı hissetmeyenlerin oranı %82,5 (n=254) oranındadır. Yalnızlık hissinin sıklığına yönelik olarak katılımcılar arasında kendisini hiçbir zaman yalnız hissetmeyenlerin oranı %14 (n=43), nadiren yalnız hissedenlerin oranı %39 (n=120), bazen yalnız hissedenlerin oranı %36,7 (n=113) ve her zaman yalnız hissedenlerin oranı %10,3 (n=32) olarak belirtilmiştir.

Araştırmada katılımcıların aile yapıları, anne ve babalarının sağlık durumları, eğitim seviyeleri ve ebeveynlerin yetiştirme tarzları ayrı ayrı dikkate alınmıştır (Tablo 6). Aile yapısı bağlamında, katılımcıların %61,4'ü (n=181) çekirdek ailede, %31,2'si (n=96) aile büyükleri veya akrabalarla birlikte, %7,5'i (n=23) anne babadan ayrı bir bireyin gözetiminde büyümüştür. Anne ve babaların hayatta olma durumları incelendiğinde, %63,4'ünün (n=195) ebeveynleri hayatta iken, %36,6'sının (n=113) ebeveynlerinden en az biri vefat etmiştir. Anne eğitim düzeyine bakıldığında, %16,2'si (n=50) okuryazar olmayan, %61'i (n=188) ilkokul ya da ortaokul mezunu, %13,6'sı (n=42) lise mezunu, %9,1'i (n=28) lisans ya da lisansüstü mezundur. Baba eğitim düzeyi ise, %64,9 (n=200) ilkokul ya da ortaokul mezunu, %20,1 (n=62) lise mezunu ve %15 (n=46) lisans ya da üstü eğitimlidir. Yetiştirme tutumlarına bakıldığında anne yetiştirme tutumunda, %6,8 (n=21) demokratik, %21,8 (n=67) otoriter, %3,9 (n=12) ihmalkar, %15,9 (n=49) aşırı koruyucu, %41,2 (n=127) hoşgörülü, %10,4 (n=32) kaygılı olarak belirtmiştir. Baba yetiştirme tutumları incelendiğinde ise, katılımcıların %11,4'ü (n=35) demokratik, %36,4'ü (n=112) otoriter, %11,4'ü (n=35) ihmalkar, %8,1'i (n=25) aşırı koruyucu, %27,6'sı (n=85) hoşgörülü, %3,9'u (n=12) kaygılı tutum içinde yetiştirildiğini ifade etmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı (Aile).

Değişken	Kategori	n	%
Aile Yapısı	Çekirdek aile	181	61,4
	Geniş aile	96	31,2
	Anne babadan birinin ölümü	23	7,5
	Toplam	308	100
Anne-Baba Durumu	Sağ	195	63,4
	Vefat	113	36,6
	Toplam	308	100
Anne Eğitim Durumu	Okuryazar Değil	50	16,2
	İlkokul- Ortaokul	188	61
	Lise	42	13,6
	Lisans- Lisansüstü	28	9,1
Baba Eğitim Durumu	Toplam	308	100
	İlkokul-Ortaokul	200	64,9
	Lise	62	20,1
	Lisans- Lisansüstü	46	15
Anne Yetiştirme Tutumu	Toplam	308	100
	Demokratik	21	6,8
	Otoriter	67	21,8
	İhmalkar	12	3,9
	Aşırı Koruyucu	49	15,9
	Hoşgörülü	127	41,2
Baba Yetiştirme Tutumu	Kaygılı	32	10,4
	Toplam	308	100
	Demokratik	35	11,4
	Otoriter	112	36,4
	İhmalkar	35	11,4
	Aşırı Koruyucu	25	8,1
Baba Yetiştirme Tutumu	Hoşgörülü	85	27,6
	Kaygılı	16	5,1
	Toplam	308	100

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları, günlük kullanım süresi ve kullanım geçmişi açısından incelenmiştir. Günlük sosyal medya kullanım süresine ilişkin olarak, %14,1'i bir saatten az (n=43), %42,1'i 1-3 saat arası (n=128), %35,5'i 4-6 saat arası (n=108) ve %8,3'ü (n=29) yedi saatten fazla sosyal medyada vakit geçirmektedir. Sosyal medya kullanım geçmişi değerlendirildiğinde, katılımcıların %3,6'sı 1-3 yıl arası (n=11), %16,7'si 4-6 yıl arası (n=51), %79,7'si yedi yıldan fazla (n=246) süredir sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Anket sürecinde katılımcıların sosyal medya kullanım geçmişine yönelik olarak sunulan "bir yıldan az"

kullanım seçeneği, katılımcılar tarafından tercih edilmediği için veri setinden çıkarılmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Katılımcıların Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Dağılımı (Sosyal Medya).

Değişken	Kategori	n	%
Sosyal Medya Kullanım Süresi	1 Saatten Az	43	14,1
	1-3 Saat Arası	128	42,1
	4-6 Saat Arası	108	35,5
	7 Saatten Fazla	29	8,3
	Toplam	308	100
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	1-3 Yıl Arası	11	3,6
	4-6 Yıl Arası	51	16,7
	7 Yıldan Fazla	246	79,7
	Toplam	308	100

Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarının toplam ortalama puanları, en düşük ve en yüksek değerleri, standart sapma değerleri Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Ölçek Toplam Puanı ve Alt Boyutlarının Betimleyici İstatistik Değerleri.

Değişkenler	En Düşük Değer	En Yüksek Değer	$\bar{X}$	Ss
Sosyal Medya Kullanım Ölçeği	8	40	2,66	7,16
Psikolojik İyi Olma Ölçeği	263	485	373,01	48,88
<i>Otonomi</i>	34	79	58,91	9,16
<i>Çevresel Hakimiyet</i>	28	84	60,23	9,56
<i>Bireysel Gelişim Alt</i>	37	78	60,99	8,72
<i>Diğerleri ile Olumlu İlişkiler</i>	36	84	67,03	11,09
<i>Yaşam Amaçları</i>	36	81	62,16	9,79
<i>Öz-kabul</i>	30	82	58,65	11,12
Toplumsal İlgil Ölçeği	93	208	165,67	21,10

Elde edilen tamamlayıcı istatistiklere göre katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ( $\bar{x}=2,66$ ;  $\pm 7,16$ ) en düşük puanı 8 iken en yüksek puanı 40’tır. Psikolojik İyi Olma Ölçeği ( $\bar{x}=373,01$ ;  $\pm 48,88$ ) en düşük puanı 263 iken en yüksek puanı 485’tir. Psikolojik İyi Olma Ölçeği alt boyutu olan Otonomi alt boyutu ( $\bar{x}=58,91$ ;  $\pm 9,16$ ) 34-79 puan aralığında, Çevresel Hakimiyet alt boyutu ( $\bar{x}=60,23$ ;

$\pm 9,56$ ) 28-84 puan aralığında, Bireysel Gelişim alt boyutu ( $\bar{x}=60,99$ ;  $\pm 8,72$ ) 37-78 puan aralığında, Diğerleri ile Olumlu İlişkiler alt boyutu ( $\bar{x}=67,03$ ;  $\pm 11,09$ ) 36-84 puan aralığında, Yaşam Amaçları alt boyutu ( $\bar{x}=62,16$ ;  $\pm 9,79$ ) 36-81 puan aralığında ve Öz-kabul alt boyutu ( $\bar{x}=58,65$ ;  $\pm 11,12$ ) 30-82 puan aralığında olarak bulunmuştur. Toplumsal İlgî Ölçeği ( $\bar{x}=165,67$ ;  $\pm 21,10$ ) en düşük puanı 93 iken en yüksek puanı 208'dir.

### 3.2. TOPLUMSAL İLGİ DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKEN KATEGORİLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Katılımcıların toplumsal ilgi puanlarının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için yapılan Bağımsız Örnek t-Testi sonucuna göre; kadınların toplumsal ilgi puan ortalaması ( $\bar{x}=164,54$ ) ile erkeklerin toplumsal ilgi puan ortalaması ( $\bar{x}=167,78$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $t_{(306)}=-1,286$ ;  $p>0,05$ ). Bekarların toplumsal ilgi puan ortalaması ( $\bar{x}=163,96$ ) ile evlilerin toplumsal ilgi puan ortalaması ( $\bar{x}=166,82$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $t_{(306)}=-1,164$ ;  $p>0,05$ ), (Tablo 9).

Tablo 9. Toplumsal İlgî Puanının Demografik Değişkenlerin Kategorilerine Göre Bağımsız Örnek t- Testi ile Karşılaştırılması.

Bağımsız Değişken	Kategoriler	n	$\bar{X}$	Ss	t	Serbestlik Derecesi	p
Cinsiyet	Kadın	200	164,54	21,14	-1,286	306	0,199
	Erkek	108	167,78	20,98			
Medeni Durum	Bekar	123	163,96	23,00	-1,164	306	0,245
	Evli	185	166,82	19,72			

Katılımcıların eğitim kategorilerine göre toplumsal ilgi puanları arasında farklılık olup olmadığının incelenmesi için yapılan Mann Whitney U Testi sonucuna göre eğitim düzeyini ilkökul, ortaokul ve lise olarak belirten katılımcılar ( $Me_{ilkökul-lise}=170,50$ ) ile eğitim düzeyini lisans ve lisansüstü olarak belirten katılımcılar ( $Me_{lisans-lisansüstü}=166,00$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $U=10347,500$ ;  $p>0,05$ ), (Tablo 10).

Tablo 10. Toplumsal İlgi Puanının Eğitim Kategorileri Açısından Mann Whitney U Testi ile Karşılaştırılması.

Toplam Puan	Kategoriler	n	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	p
Toplumsal İlgi	İlkokul-Lise	104	157,00	16328,50	10347,500	-0,353	0,72
	Lisans-Lisansüstü	204	153,22	31257,50			

Toplumsal ilgi puanlarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacı ile yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda 18-30 yaş aralığında olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalaması (n=100;  $\bar{x}$ =165,41), 31-40 yaş aralığında olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalaması (n=110;  $\bar{x}$ =162,37) ve 41-63 yaş aralığında olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalaması (n=98;  $\bar{x}$ =169,65) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $F_{(2,305)}=1,119$ ;  $p>0,05$ ), (Tablo 11).

Tablo 11. Toplumsal İlgi Puanlarının Yaş Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması.

Yaş	n	$\bar{X}$	Ss
18-30 Yaş Arası	100	165,41	23,23
31-40 Yaş Arası	110	162,37	20,97
41-63 Yaş Arası	98	169,65	18,34
Toplam	308	165,67	21,10

Kaynak	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	996,221	2	498,111	1,119	0,328
Gruplar içi	135715,311	305	444,968		
Toplam	136711,532	307			

Toplumsal ilgi puanlarının ekonomik duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucuna göre; ekonomik durumu düşük (n=42;  $\bar{x}$ =165,21), orta (n=246;  $\bar{x}$ =165,20) ve yüksek (n=20;  $\bar{x}$ =172,50) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $F_{(2,305)}=1,119$ ;  $p>0,05$ ) (Tablo 12).

Tablo 12. Toplumsal İlgı Puanlarının Ekonomik Durum Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması.

Ekonomik Durum	n	$\bar{X}$	Ss
Düşük	42	165,21	24,47
Orta	246	165,20	20,72
Yüksek	20	172,50	17,70
Toplam	308	165,68	21,10

Kaynak	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	996,221	2	498,111		
Gruplar içi	135715,311	305	444,968	1,119	0,328
Toplam	136711,532	307			

Katılımcıların toplumsal ilgi puanlarının anne eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucuna göre; okuryazar olmayan (n=50;  $\bar{x}$ =166,06), ilkokul-ortaokul (n=188;  $\bar{x}$ =167,47), lise (n=42;  $\bar{x}$ =164,24) ve lisans-lisansüstü (n=28,  $\bar{x}$ =155,07) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmiştir ( $F_{(3,304)}=2,937$ ;  $p<0,05$ ). Yapılan Scheffe Çoklu Karşılaştırma Testi sonucuna göre, farklılığın anne eğitim durumu ilkokul-ortaokul ve lisans-lisansüstü olarak belirten katılımcılardan kaynaklandığı, annesinin eğitim durumu ilkokul-ortaokul düzeyinde olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalamasının annesinin eğitim durumunu lisans ve üstü düzeyinde olan katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu söylenebilir. Analiz sonucu hesaplanan etki büyüklüğü bu farkın düşük düzeyde olduğunu göstermektedir ( $\eta^2=0,02$ ), (Tablo 13).

Tablo 13. Toplumsal İlgil Puanlarının Annenin Eğitim Durumu Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması.

Annenin Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	Ss
Okuryazar Değil	50	166,06	18,67
İlkokul-Ortaokul	188	167,47	21,75
Lise	42	164,24	18,65
Lisans-Lisansüstü	28	155,07	21,96
Toplam	308	165,67	21,10

Kaynak	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	3850,369	3	1283,456		
Gruplar içi	132861,163	304	437,043	2,937	0,034
Toplam	136711,532	307			

Katılımcıların toplumsal ilgi puanlarının baba eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucuna göre; ilkokul-ortaokul ( $n=200$ ;  $\bar{x}=166,12$ ), lise ( $n=62$ ;  $\bar{x}=169,16$ ) ve lisans-lisansüstü ( $n=46$ ;  $\bar{x}=159,04$ ) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmiştir ( $F_{(2,305)}=3,207$ ;  $p<0,05$ ), (Tablo 14).

Yapılan Scheffe Çoklu Karşılaştırma Testi sonucuna göre farklılığın babasının eğitim durumunu lise ve lisans-lisansüstü olarak belirten katılımcılardan kaynaklandığı, babasının eğitim durumu lise düzeyinde olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalamasının babasının eğitim durumunu lisans ve üstü düzeyinde olan katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalamasından daha yüksek olduğu söylenebilir. Analiz sonucu hesaplanan etki büyüklüğü bu farkın düşük düzeyde olduğunu göstermektedir ( $\eta^2=0,02$ ).

Tablo 14. Toplumsal İlgil Puanlarının Babanın Eğitim Durumu Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması.

Babanın Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	Ss
İlkokul-Ortaokul	200	166,12	21,61
Lise	62	169,16	20,70
Lisans-Lisansüstü	46	159,04	18,18
Toplam	308	165,67	21,10

Kaynak	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	2816,112	2	1408,056		
Gruplar içi	133895,420	305	439,001	3,207	0,042
Toplam	136711,532	307			

Toplumsal ilgi puanlarının aile yapısı kategorilerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulanmış ve kategorilere ait varyansların homojen olmaması nedeni ile Welch Testi uygulanmıştır (Tablo 15). Yapılan Welch Testi sonucuna göre çekirdek aile ortamında yetişen (n=189;  $\bar{x}$ =164,16), aile büyükleri ile yetişen (geniş aile) (n=96;  $\bar{x}$ =170,59) ve tek ebeveyn ile yetişen (anne-babadan birinin ölümü) (n=23;  $\bar{x}$ =157,61) katılımcı grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmiştir (Welch (2-56,110)=4,416; p<0,05), (Tablo 15). Yapılan Tamhane Çoklu Karşılaştırma Testi sonucuna göre farklılığın çekirdek aile ve geniş ailede yetişen katılımcılardan kaynaklandığı, geniş ailede yetişen katılımcıların toplumsal ilgi puan ortalamasının çekirdek ailede yetişen katılımcıların puan ortalamasından daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 15. Toplumsal İlgi Puanlarının Aile Yapısı Kategorileri Açısından Welch Testi ile Karşılaştırılması.

Aile Yapısı	n	$\bar{X}$	Ss
Çekirdek Aile	189	164,16	20,45
Geniş Aile	96	170,59	18,95
Anne – babadan birinin ölümü	23	157,61	18,18
Toplam	308	165,67	21,10

	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p
Welch	4,416	2	0,017

Katılımcıların toplumsal ilgi puanlarının sosyal medya kullanım süresi kategorilerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonucuna göre; sosyal medyayı günde bir saatten az kullanan (n=43;  $\bar{x}$ =164,93), 1-3 saat arası kullanan (n=128;  $\bar{x}$ =165,34), 4-6 saat arası kullanan (n=108;  $\bar{x}$ =164,69) ve yedi saatten fazla kullanan (n=29;  $\bar{x}$ =171,93) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir ( $F_{(3,304)}=0,956$ ;  $p>0,05$ ), (Tablo 16).

Tablo 16. Toplumsal İlgi Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Süresi Kategorileri Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile Karşılaştırılması.

Sosyal Medya Kullanım Süresi	n	$\bar{X}$	Ss
1 Saatten Az	43	164,93	23,91
1-3 Saat Arası	128	165,34	19,09
4-6 Saat Arası	108	164,69	21,02
7 Saatten Fazla	29	171,93	25,24
Toplam	308	165,67	21,10

Kaynak	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	1277,408	3	425,803		
Gruplar içi	135434,124	304	445,507	0,956	0,414
Toplam	136711,532	307			

### 3.3. KORELASYON ANALİZLERİ

Araştırmada kullanılan Sosyal Medya Kullanım Ölçeği toplam puanı, Psikolojik İyi Olma Ölçeği toplam puanı ve alt boyut puanları (Otonomi, Çevresel Hakimiyet, Bireysel Gelişim, Diğerleri ile Olumlu İlişkiler, Yaşam Amacı, Öz-kabul) ve Toplumsal İlgi toplam puanı ve Yaş puanı arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 17’de sunulmuştur.

Analizden elde edilen sonuçlara göre; Sosyal Medya Kullanımı ile Psikolojik İyi Olma toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=-0,084$ ;  $p>0,05$ ) Sosyal Medya Kullanımı ile Psikolojik İyi Olmanın alt boyutları olan Otonomi ( $r=-0,092$ ;  $p>0,05$ ), Bireysel Gelişim ( $r=0,036$ ;  $p>0,05$ ), Diğerleri ile Olumlu İlişkiler ( $r=-0,001$ ;  $p>0,05$ ), Yaşam Amaçları ( $r=-0,052$ ;  $p>0,05$ ) ve Öz-kabul ( $r=-0,95$ ;  $p>0,05$ ) ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir. Sosyal Medya Kullanım puanı ile Çevresel Hakimiyet alt boyut puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal, negatif yönlü zayıf bir ilişki gözlenmiştir, ( $r=-0,202$ ;  $p<0,01$ ). Sosyal Medya Kullanımı toplam puanı ile Toplumsal İlgi toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=0,054$ ;  $p>0,05$ ). Öte yandan Sosyal Medya Kullanımı ile Yaş arasında anlamlı, doğrusal negatif yönlü orta düzey bir ilişki gözlenmiştir, ( $r=-0,416$ ;  $p<0,01$ ). Psikolojik İyi Olma toplam puanı ile Sosyal Medya Kullanım puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=-0,084$ ;  $p>0,05$ ). Ancak alt boyutları olan Otonomi ( $r=0,699$ ;  $p<0,01$ ), Çevresel Hakimiyet ( $r=0,805$ ;  $p<0,01$ ), Bireysel Gelişim ( $r=0,793$ ;  $p<0,001$ ), Diğerleri ile Olumlu İlişkiler ( $r=0,840$ ;  $p<0,01$ ), Yaşam Amaçları ( $r=0,866$ ;  $p<0,01$ ) ve Öz-kabul ( $r=0,857$ ;  $p<0,01$ ) alt boyut puanları ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal, güçlü, pozitif yönlü ilişki gözlenmiştir. Psikolojik İyi Olma ile Toplumsal İlgi toplam puanı arasında pozitif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı ve doğrusal, orta düzey bir ilişki görülürken ( $r=0,501$ ;  $p<0,01$ ), yaş puanı ile arasında anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=0,88$ ;  $p>0,05$ ). Otonomi alt boyutu puanı ile Çevresel Hakimiyet alt boyutu ( $r=0,459$ ;  $p<0,01$ ), Bireysel Gelişim alt boyutu ( $r=0,513$ ;  $p<0,01$ ), Diğerleri ile Olumlu İlişkiler alt boyutu ( $r=0,512$ ;  $p<0,01$ ), Yaşam Amaçları alt boyutu ( $r=0,481$ ;  $p<0,01$ ) ve Öz-kabul alt boyutu ( $r=0,492$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı,

doğrusal, orta düzey bir ilişki gözlenmiştir. Otonomi alt boyutu ile Toplumsal İlgil toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal zayıf bir ilişki ( $r=0,274$ ;  $p<0,01$ ) ve yaş ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal zayıf bir ilişki gözlenmiştir, ( $r=0,118$ ;  $p<0,01$ ). Çevresel Hakimiyet alt boyut puanı ile Bireysel Gelişim alt boyut puanı ( $r=0,477$ ;  $p<0,01$ ), Diğerleri ile Olumlu İlişkiler alt boyut puanı ( $r=0,594$ ;  $p<0,01$ ), Yaşam Amaçları alt boyut puanı ( $r=0,638$ ;  $p<0,01$ ) ile Öz-kabul alt boyut puanı ( $r=0,731$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal, pozitif yönlü bir ilişki gözlenmiştir. Ayrıca çevresel hakimiyet ile Toplumsal İlgil ( $r=0,391$ ;  $p<0,01$ ) ve Yaş ( $r=0,138$ ;  $p<0,01$ ) arasında da istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmiştir. Bireysel Gelişim alt boyut puanı ile Diğerleri ile Olumlu İlişkiler alt boyutu ( $r=0,664$ ;  $p<0,01$ ), Yaşam amaçları alt boyutu ( $r=0,695$ ;  $p<0,01$ ) ile Öz-kabul alt boyutu ( $r=0,552$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı doğrusal, iyi düzeyde ilişki gözlenmiştir. Bireysel Gelişim alt boyutu ile Toplumsal İlgil ( $r=0,461$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal, orta düzey bir ilişki gözlenirken, Yaş ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir ( $r=-0,009$ ;  $p>0,05$ ). Diğerleri ile Olumlu İlişkiler alt boyutu ile Yaşam Amaçları alt boyutu ( $r=0,671$ ;  $p<0,01$ ) ve Öz-kabul alt boyutu ( $r=0,622$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenirken, Yaş ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir ( $r=0,096$ ;  $p>0,05$ ). Yaşam Amaçları alt boyutu ile Öz kabul alt boyutu ( $r=0,724$ ;  $p<0,001$ ) ve Toplumsal İlgil ( $r=0,452$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif, doğrusal bir ilişki gözlenirken, Yaş ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=0,064$ ;  $p>0,05$ ). Öz-kabul ile Toplumsal İlgil ( $r=0,344$ ;  $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal orta düzey bir ilişki gözlenirken, Yaş ile arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=0,017$ ;  $p>0,05$ ). Toplumsal İlgil ile Yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı, doğrusal bir ilişki gözlenmemiştir, ( $r=0,017$ ;  $p>0,05$ ).

Tablo 17. Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanları için Korelasyon Analizi Tablosu.

Değişkenler	Sosyal Medya Kullanımı	Psikolojik İyi Olma	Otonomi	Çevresel Hakimiyet	Bireysel Gelişim	Diğerleri ile Olumlu İlişkiler	Yaşam Amaçları	Öz-kabul	Toplumsal İlgi	Yaş
Sosyal Medya Kullanımı	1									
Psikolojik İyi Olma	-0,084	1								
Otonomi	-0,092	0,699**	1							
Çevresel Hakimiyet	-0,202**	0,805**	0,459**	1						
Bireysel Gelişim	0,036	0,793**	0,513**	0,477**	1					
Diğerleri ile Olumlu İlişkiler	-0,001	0,840**	0,512**	0,594**	0,664**	1				
Yaşam Amaçları	-0,052	0,866**	0,481**	0,638**	0,695**	0,671**	1			
Öz-kabul	-0,095	0,857**	0,492**	0,731**	0,552**	0,622**	0,724**	1		
Toplumsal İlgi	0,054	0,501**	0,274**	0,391**	0,461**	0,500**	0,452**	0,344**	1	
Yaş	-0,416**	0,088	0,118*	0,138*	-0,009	0,096	0,064	0,017	0,111	1

\*p<0,05; \*\*p<0,01

### 3.4. ÇOKLU DOĞRUSAL REGRESYON ANALİZLERİ

Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanım değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen bu modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(307)}=10,129$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 18).

Tablo 18. Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,216	0,021	0,501	10,129	0,000
Sabit	84,988	8,034		10,579	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,251$   $F_{(1,307)}=102,599$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını inceleme maksadı ile yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,307)}=102,599$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,251 olarak elde edilmiştir. Buna göre, katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %25'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,216 birim arttıracığı söylenebilir.

Kadın katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım Ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanım değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(199)}=7,758$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 19).

Tablo 19. Kadın Katılımcıların Toplumsal İlgı Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,224	0,029	0,483	7,758	0,000
Sabit	82,028	10,717		7,654	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgı puanı  
 $R^2=0,233$   $F_{(1,199)}=60,179$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacı ile yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,199)}=60,179$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,233 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgı puanlarının yaklaşık %23'ünün Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; kadın katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgı puanını 0,224 birim arttıracığı söylenebilir.

Erkek katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım Ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgı puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanım değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(107)}=6,337$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 20).

Tablo 20. Erkek Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,205	0,032	0,524	6,337	0,000
Sabit	89,305	12,502		7,143	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,275$   $F_{(1,107)}=40,164$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir, ( $F_{(1,107)}=40,164$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,275 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %28'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; erkek katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,205 birim arttıracığı söylenebilir.

Bekar katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için Stepwise tekniği ile en anlamlı Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli elde edilmiştir. Elde edilen modele göre, Psikolojik İyi Olma puanının eğitim parametresinin ( $t_{(122)}=8,402$ ;  $p<0,000$ ) ve Sosyal Medya Kullanım puanının eğitim parametresinin ( $t_{(122)}=2,004$ ;  $p<0,047$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 21).

Tablo 21. Bekar Katılımcıların Toplumsal İlgı Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,258	0,031	0,607	8,402	0,000
Sosyal Medya Kullanımı	0,451	0,225	0,145	2,004	0,047
Sabit	57,088	13,112		4,354	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgı puanı  
 $R^2=0,377$   $F_{(2,122)}=36,300$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelini de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir, ( $F_{(2,122)}=36,300$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,377 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgı puanlarının yaklaşık %38'inin Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; bekar katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgı puanını 0,258 birim arttıracakı söylenebilir. Sosyal Medya Kullanım puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgı puanını 0,451 birim arttıracakı söylenebilir.

Evli katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgı puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre sosyal medya kullanımı değişkenin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(184)}=6,113$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 22).

Tablo 22. Evli Katılımcıların Toplumsal İlgı Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,180	0,029	0,412	6,113	0,000
Sabit	99,631	11,071		8,999	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgı puanı  
 $R^2=0,179$   $F_{(1,184)}=37,364$   $p=0,000$

Evli katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgı puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre sosyal medya kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(184)}=6,113$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir. Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacı ile yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir,  $F_{(1,184)}=37,364$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon kat sayısı 0,179 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgı puanlarının yaklaşık %18'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; evli katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgı puanını 0,180 birim arttıracığı söylenebilir.

Eğitim seviyesini ilköğretim, ortaokul ve lise olarak belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgı puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre, elde edilen Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(103)}=5,216$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 23).

Tablo 23. Eğitim Düzeyini İlköğretim, Ortaokul ve Lise Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,240	0,039	0,459	5,216	0,000
Sabit	89,650	14,674		6,109	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgil puanı  
 $R^2=0,211$   $F_{(1,103)}=27,205$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir, ( $F_{(1,103)}=27,205$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,211 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgil puanlarının yaklaşık %21'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; eğitim seviyesini ilköğretim, ortaokul ve lise olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1birimlik artışın, Toplumsal İlgil puanını 0,204 birim arttıracığı söylenebilir.

Eğitim seviyesini lisans ve lisansüstü olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgil puanları üzerindeki etkisini incelemek için Stepwise tekniği ile en anlamlı Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(203)}=9,064$ ;  $p<0,000$ ) ve Sosyal Medya Kullanımı puanının eğim parametresinin ( $t_{(203)}=2,874$ ;  $p<0,002$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 24).

Tablo 24. Eğitim Düzeyini Lisans ve Lisansüstü Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,227	0,025	0,535	9,064	0,000
Sosyal Medya Kullanımı	0,476	0,166	0,170	2,874	0,004
Sabit	70,153	10,386		6,755	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,303$   $F_{(2,203)}=43,589$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(2,203)}=43,589$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,303 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %30'unun Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanım puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; lisans ve lisansüstü katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,227 birim arttıracığı söylenebilir. Sosyal Medya Kullanım puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,476 birim arttıracığı söylenebilir.

Ekonomik durumunu düşük olarak belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkarılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre, Psikolojik İyi Olma puanının eğitim parametresinin ( $t_{(41)}=3,261$ ;  $p<0,002$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 25).

Tablo 25. Ekonomik Durumunu Düşük Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgü Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,244	0,075	0,458	3,261	0,002
Sabit	73,669	28,278		2,605	0,013

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgü puanı  
 $R^2=0,210$   $F_{(1,41)}=10,634$   $p=0,002$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütölen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatıksel olarak anlamlı ( $F_{(1,41)}=10,634$ ;  $p<0,002$ ) ve determinasyon katsayısının 0,210 olduğu gözlenmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgü puanlarının yaklaşık %21'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklanmaktadır. Tüm bu sonuçlara göre; ekonomik durumunu düşük olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgü puanını 0,244 birim arttıracakđı söylenebilir.

Ekonomik durumunu orta olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgü puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlgünün yordayıcısı olmadığı gözlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniğı ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(245)}=9,079$ ;  $p<0,000$ ) istatıksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 26).

Tablo 26. Ekonomik Durumunu Orta Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,213	0,023	0,503	9,079	0,000
Sabit	86,427	8,751		9,876	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,253$   $F_{(1,245)}=82,432$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiş ( $F_{(1,245)}=82,432$ ;  $p<0,000$ ) ve determinasyon katsayısı 0,253 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %25'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlenmiştir. Tüm bu sonuçlara göre; ekonomik durumu orta olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,213 birim arttıracığı söylenebilir.

Ekonomik durumunu yüksek olarak belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı görüldüğünden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(19)}=2,698$ ;  $p<0,015$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 27).

Tablo 27. Ekonomik Durumunu Yüksek Olarak Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,213	0,079	0,537	2,698	0,015
Sabit	86,091	32,207		2,673	0,016

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgil puanı  
 $R^2=0,288$   $F_{(1,19)}=7,281$   $p=0,015$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,19)}=7,281$ ;  $p<0,015$ ). Determinasyon katsayısı 0,288 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgil puanlarının yaklaşık %29'unun Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; ekonomik durumunu yüksek olarak belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgil puanını 0,213 birim arttıracakı söylenebilir.

Daha önce psikolojik/psikiyatrik tedavi gördüğünü belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgil puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlgilinin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(56)}=4,773$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 28).

Tablo 28. Daha Önce Psikolojik/Psikiyatrik Tedavi Gördüğünü Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,278	0,058	0,541	4,773	0,000
Sabit	62,842	20,982		2,995	0,004

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgil puanı  
 $R^2=0,293$   $F_{(1,56)}=22,784$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,56)}=22,784$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,293 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgil puanlarının yaklaşık %29'unun Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; daha önce psikolojik/psikiyatrik tedavi gördüğünü belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgil puanını 0,278 birim arttıracığı söylenebilir.

Daha önce psikolojik/psikiyatrik tedavi görmediğini belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgil puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlgilinin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(250)}=8,866$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 29).

Tablo 29. Daha Önce Psikolojik/Psikiyatrik Tedavi Görmediğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,206	0,023	0,490	8,866	0,000
Sabit	88,756	8,837		10,043	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgil puanı  
 $R^2=0,240$   $F_{(1,250)}=78,607$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,250)}=78,607$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,240 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgil puanlarının yaklaşık %24'ünün Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; daha önce psikolojik/psikiyatrik tedavi görmediğini belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgil puanını 0,206 birim arttıracığı söylenebilir.

Şu anda psikolojik/psikiyatrik yardım aldığını belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgil puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlgilinin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(19)}=2,622$ ;  $p<0,017$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 30).

Tablo 30. Şu Anda Psikolojik/Psikiyatrik Yardım Aldığını Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,177	0,067	0,526	2,622	0,017
Sabit	98,948	24,558		4,029	0,001

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,276$   $F_{(1,19)}=6,877$   $p=0,017$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiş ( $F_{(1,19)}=6,877$ ;  $p<0,017$ ) ve determinasyon katsayısı 0,276 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %28'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; şu anda psikolojik/ psikiyatrik yardım aldığını belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,177 birim arttıracığı söylenebilir.

Şu anda psikolojik/psikiyatrik yardım almadığını belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlemlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(287)}=9,752$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 31).

Tablo 31. Şu Anda Psikolojik/Psikiyatrik Yardım Almadığını Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,219	0,222	0,500	9,752	0,000
Sabit	83,887	8,479		9,894	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,250$   $F_{(1,287)}=95,098$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,287)}=95,098$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,250 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgi puanlarının yaklaşık %25'inin Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; şu anda psikolojik/psikiyatrik yardım almadığını belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,219 birim arttıracığı söylenebilir.

Psikolojik/psikiyatrik yardım ihtiyacı hissettiğini belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için stepwise tekniği ile en anlamlı Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(53)}=3,508$ ;  $p<0,001$ ) ve Sosyal Medya Kullanımı puanının eğim parametresinin ( $t_{(53)}=2,046$ ;  $p<0,046$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 32).

Tablo 32. Psikolojik/Psikiyatrik Yardım İhtiyacı Hissettiğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgi Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,191	0,054	0,430	3,508	0,001
Sosyal Medya Kullanımı	0,751	0,367	0,251	2,046	0,046
Sabit	76,398	20,938		3,649	0,001

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgi puanı  
 $R^2=0,236$   $F_{(2,53)}=7,877$   $p=0,001$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(2,53)}=7,877$ ;  $p<0,001$ ). Determinasyon katsayısı 0,236 olarak elde edilmiştir. Tüm bu sonuçlara göre; psikolojik/psikiyatrik yardım ihtiyacı hissettiğini belirten katılımcıların Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgi puanını 0,191 birim arttıracığı ve Sosyal Medya Kullanım puanındaki 1 birimlik artışın ise Toplumsal İlgi puanını 0,751 birim arttıracığı söylenebilir.

Psikolojik/psikiyatrik yardım ihtiyacı hissetmediğini belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı ölçekleri toplam puanlarının Toplumsal İlgi puanları üzerindeki etkisini incelemek için tahmin edilen Çoklu Doğrusal Regresyon Modeline göre Sosyal Medya Kullanımı değişkeninin Toplumsal İlginin yordayıcısı olmadığı gözlendiğinden modelden çıkartılarak (stepwise tekniği ile) en anlamlı model elde edilmiştir. Elde edilen modele göre Psikolojik İyi Olma puanının eğim parametresinin ( $t_{(253)}=8,995$ ;  $p<0,000$ ) istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir (Tablo 33).

Tablo 33. Psikolojik/Psikiyatrik Yardım İhtiyacı Hissetmediğini Belirten Katılımcıların Toplumsal İlgil Puanının Psikolojik İyi Olma ve Sosyal Medya Kullanımı Puanları Tarafından Yordanmasının Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ile İncelenmesi.

Bağımsız Değişken	B	B'nin Standart Hatası	$\beta$	t	P
Psikolojik İyi Olma	0,216	0,024	0,493	8,995	0,000
Sabit	85,290	9,179		9,292	0,000

Bağımlı Değişken: Toplumsal İlgil puanı  
 $R^2=0,243$   $F_{(1,253)}=80,906$   $p=0,000$

Modelin genel olarak anlamlılığını incelemek amacıyla yürütülen F Testi sonucuna göre modelin genelinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $F_{(1,253)}=80,906$ ;  $p<0,000$ ). Determinasyon katsayısı 0,243 olarak elde edilmiştir. Buna göre katılımcıların Toplumsal İlgil puanlarının yaklaşık %24'ünün Psikolojik İyi Olma puanı tarafından açıklandığı gözlemlenmektedir. Tüm bu sonuçlara göre; psikolojik/psikiyatrik yardım ihtiyacı hissetmediğini belirten katılımcıların, Psikolojik İyi Olma puanındaki 1 birimlik artışın, Toplumsal İlgil puanını 0,216 birim arttıracığı söylenebilir.

## TARTIŞMA ve SONUÇ

### TARTIŞMA

Bu araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi olma ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma, güvenilirlik analizleri ile desteklenmiş, kullanılan ölçekler ve alt boyutlar için gerekli iç tutarlık katsayılarına ulaşılmıştır (bkz. Tablo 4). Bu bölümde elde edilen bulgular literatür ışığında tartışılacaktır. Öncelikle, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş, toplumsal ilgi ve yaş arasındaki ilişkileri anlamak için Korelasyon Analizleri kullanılmıştır (bkz. Tablo 17).

Psikolojik iyi oluşun toplam puanı ve alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Ancak, sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Literatürde, sosyal medyanın psikolojik iyi oluş üzerindeki etkileri netlik kazanan bir konu değildir. Doğan (2016) ve Choi ve Noh (2019), sosyal medyanın bireyler için sosyal destek kaynağı olarak işlev gösterdiğini ve psikolojik iyi oluşu bu sayede pozitif yönde artırabileceğini belirtmişlerdir. Bu çalışmalar, sosyal medyanın insanlar arası ilişkileri güçlendirmelerine ve sosyal izolasyonu azaltma potansiyeline işaret etmektedir. Bu olumlu bulguların yanı sıra, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ifade eden çalışmalar da mevcuttur. Lin vd. (2016), sosyal medya kullanımı ile depresyon arasındaki pozitif yönlü ilişkiye dikkat çekmiştir. Woods ve Scott (2016) ile Tromholt (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar ise, sosyal medya kullanımının uyku kalitesi üzerindeki olumsuz etkilerine ve sosyal medya kullanımına ara veren bireylerin, aktif kullanıcılar ile kıyaslandığında daha yüksek yaşam tatmini seviyelerine sahip olabildiğine dikkat çekmiştir. Bu bulgular, sosyal medya kullanım şeklinin psikolojik iyi oluş üzerindeki potansiyel zararlarına vurgu yapmıştır. Genç yetişkinler ve yetişkinler arasında internet kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceleyen Chen ve Persson (2002) ise internet kullanan yetişkinlerin kullanmayanlara göre psikolojik iyi oluşun alt boyutlarından olan bireysel gelişim ve yaşam amaçlarında daha olumlu düzeye sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Mevcut araştırmada psikolojik iyi oluş ile sosyal medya kullanımını arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmese de psikolojik iyi oluşun alt boyutu olan “evresel hakimiyet” boyutunda negatif yönlü bir ilişkiye ulaşılmıştır. Çevresel hakimiyet, bireyin yaşam alanını düzenleme, karşılaştığı zorluklarla başa çıkabilme, çevrelerini yönetebilme becerisidir ve kişinin çevresinde meydana gelen olaylara etki edebilme kapasitesini de içerir. Lee vd. (2010)’nin gerçekleştirdikleri çalışma, çevresel hakimiyet düzeyi düşük olan bireylerin depresyon, anksiyete ve yalnızlık gibi psikolojik sorunlara daha yatkın olduğunu göstermiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının artışında benzer ruhsal sorunları beraberinde getirebileceği söylenebilir (Kraut vd., 1998; Primack vd., 2017). Bu bağlamda araştırma sonucunda görüldüğü üzere sosyal medyanın artan kullanımının bireylerin çevresel farkındalıklarını ve çevreleri üzerindeki kontrol duygusunu azaltabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada sosyal medya kullanımı ile yaş arasında da negatif yönlü, orta düzeyde, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmüştür. Bu bulgu, yaş gruplarına göre değişen sosyal medya kullanım oranları ve kullanım süreleri üzerine yapılan araştırmalar ile desteklenmektedir. Sosyal medya kullanımının yaş ilerledikçe azalıp azalmadığı konusunda yapılan araştırmalar ve anketler, genellikle yaş ilerledikçe sosyal medya kullanımında azalma olduğunu göstermektedir, ancak 18-24 yaş aralığındaki kullanıcıların sayısının 25-34 yaş aralığındaki kullanıcıların sayısından daha az olduğu bilinmektedir. Mevcut araştırmada yaş aralığı 18-30, 31-40 ve 41-63 şeklinde kategorize edildiğinden bu farklılık doğrudan verilere yansımamıştır. Ayrıca Türkiye’de 2004 yılından beri gerçekleştirilen ve cinsiyete ve yaş grubuna göre bireylerin son 3 ay içinde internet kullanım oranlarını inceleyen TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (2004-2023) da yaş seviyesi yükseldikçe kullanımda bir azalma olduğunu göstermektedir (*Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023, 2023*). Bu veriler, sosyal medyanın, özellikle ergen ve gençler tarafından diğer yaş gruplarına kıyasla daha yoğun bir şekilde tercih edildiğini ortaya koymaktadır.

Yaş ile psikolojik iyi oluş üzerine yapılan inceleme, çalışmada yer alan sosyal medya kullanımı ile yaş arasındaki ilişkiden farklı sonuçlar ortaya koymuştur. Yaşın bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyi ile ilişkisi ve bu ilişkinin altında yatan faktörler

üzerine yapılan araştırmalar çeşitli bulgular sunmaktadır. Bireylerin psikolojik iyi oluş düzeyi ile yaş arasındaki ilişkiyi ele alan ilk araştırma bulguları, gençliğin psikolojik iyi oluş seviyesinin belirgin bir göstergesi olduğunu belirtirken (Gurin vd., 1984; Wilson, 1967), sonraki çalışmalar bu konuda daha çeşitli değişkenlerin dikkate alınması gerektiğine işaret etmiştir (Butt ve Beiser, 1987). Diener ve Suh (1998) tarafından yapılan bir çalışma, Latin Amerika'da yaş ile psikolojik iyi oluşun doğru orantılı olarak arttığını, Batı Avrupa'da ise azaldığını ve Asya'da genç ve yaşlı bireylerin, orta yaşlılara kıyasla daha yüksek bir iyi oluş seviyesine sahip olduğunu göstermiştir. Bu farklılıklar, ekonomik, sosyal ve kültürel unsurların etkisiyle açıklanmış, ekonomik olarak daha az gelişmiş ölkelerde yaşlıların psikolojik iyi oluş düzeyleri daha düşük iken, ileri ölkelerde ise daha yüksek görölmüştür (Diener ve Suh, 1998). Türkiye'de ise genç bireylerin psikolojik iyi oluşları, sağlık ve beden algısı gibi faktörlerle ilişkilendirilirken, yaşlı bireylerde bu durum, duygusal denge, deneyimler, bireysel gelişim ve başarılı bir şekilde yaşlanma kavramlarıyla yorumlanmıştır (Gediksiz, 2013). Araştırmanın örnekleminin Türkiye'de yaşayan bireylerden oluşması ve elde edilen bulguların, yaş ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki göstermemesi, Türk toplumunun benzersiz sosyo-kültürel yapısının bir yansıması olabileceği düşünölmektedir. Aile bağları, toplumsal destek ve yaşlılıkla ilişkilendirilen değerler, geniş aile yapısı içinde aktif rol alma gibi faktörler, bireylerin psikolojik iyi oluşunu yaş faktöründen bağımsız olarak olumlu yönde etkileyebilir.

Araştırmada psikolojik iyi oluşun alt boyutları olan otonomi ve çevresel hakimiyetin yaş ile ilişkisi incelenmiş ve Ryff (1991)'in çalışması ile paralel sonuçlar elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, çevresel hakimiyet ve otonomi kavramlarının gençlikten orta yaşa doğru bir artış gösterdiği görölmüştür. Bu bulgular, De-Juanas vd. (2020)'nin çalışmasında da desteklenmiş olup, bireyin yaşının ilerlemesiyle otonomi becerilerinin geliştiği ve bu durumun psikolojik iyi oluşu desteklediği gözlemlenmiştir. Otonomideki bu ilişki, bireylerin yaşları ilerledikçe kendi kararlarını daha bağımsız bir şekilde alabilmeleriyle ilişkilendirilebilir. Özellikle Türk toplumunda, genç yetişkinlerin ailelerinden bağımsızlaşma süreci ve orta yaşlı bireylerin kariyerlerinde ve kişisel yaşamlarında daha net bir konuma gelebilmeleri ele alınabilir. Benzer şekilde, çevresel hakimiyetin kolektivist toplumlarda yaşın

artmasıyla birlikte bireylerin özellikle sosyal çevrelerinde daha fazla etkiye sahip olmaları ile ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

Bu araştırmada, diğerleri ile olumlu ilişkiler, bireysel gelişim, yaşam amaçları ve öz kabul gibi psikolojik iyi oluşun alt boyutları ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Diğerleri ile olumlu ilişkiler boyutunda yaş ile olan ilişkinin yokluğunun sebebi Türk toplumunda güçlü aile bağları ve sosyal destek sistemlerinin varlığının yaş ne olursa olsun bireylerin sosyal ilişkilerden tatmin oluşları ile açıklanabilir. İlk sosyal deneyimler aile içinde yaşanmaktadır (Tezel, 2011). Öz kabul, genel anlamıyla bireyin kendini olduğu gibi kabul etmesidir ve bu boyutun yaş ile ilişkisinin olmaması, bu boyutun yaşam boyu edinilen deneyimler ve bireysel gelişim yoluyla ilişki olduğunu gösterebilir. Bireylerin kendilerini kabul etme süreçleri, kültürel değerler ve toplumsal normlardan etkilenebilir. Bu değerler ve normlar, bireylerin kendilerine yönelik algılarını yaşla önemli ölçüde değiştirmeyebilir. Bireyin kendini kabulü yaşamın belirli bir döneminde edinilen bir beceri değil süreçtir. Araştırmadan elde edilen diğerleri ile olumlu ilişkiler ve öz kabul alt boyutlarındaki sonuç literatürde desteklenirse de (Ryff, 1995); bireysel gelişim ve yaşam amaçları bulguları Ryff'in araştırmalarından farklılık göstermiştir. Ryff'in araştırmasında bireysel gelişimin orta yaştan ileri yaşlara doğru bir azalma görülmüştür. Bu sonuç, ileri yaş grubundaki bireylerin bireysel gelişimlerini sürdürmek adına daha sınırlı haklara sahip olduklarını ve bu durumun, bireysel gelişim ve yaşam amacı boyutlarında daha düşük değerlendirmelere yol açabileceği şeklinde açıklanmıştır (Ryff, 1995; Ryff ve Heidrich, 1997). Bireysel gelişim, yeteneklerinin ve potansiyelinin farkında olma ve bunları geliştirme sürecini ifade eder ve bu süreç öz kabul gibi yaş ile değerlendirilemeyebilir. Yani, bireyler yaşları ilerlese de bireysel gelişim konusunda sabit bir tutum sergileyebilirler. "Öğrenmenin yaşı yoktur" deyiminde ifade edildiği gibi öğrenme ve bireysel gelişimin herhangi bir yaş sınırı tanımadığı, yaşamın her aşamasında önemli bir değer olarak görüldüğü söylenebilir.

Araştırmada yaş ile ilgili elde edilen bulgular yaş ile toplumsal ilgi düzeyleri arasında da bir korelasyon olmadığını ve yaş faktörüne bağlı olarak toplumsal ilgi seviyelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığını göstermiştir. Yaş ile ilgili yapılan önceki araştırmalar, yaşın toplumsal ilgi üzerinde belirleyici bir etkiye

sahip olduğunu göstermiştir (Crandall ve Harris, 1976; Meunier ve Royce, 1988). Ancak, mevcut araştırmadaki bu farklılık, yaş gruplarının kategorize ediliş biçiminden kaynaklanıyor olabilir. Literatürde toplumsal ilgi ile yaş üzerine yapılan çalışmalar genellikle öğrenci ve yetişkin popülasyonu arasında gerçekleştirilmiş ve farklılığın yetişkin popülasyonda daha belirgin olduğu gözlemlenmiştir. Mevcut araştırmada belirlenen yaş aralıkları (18-30, 31-40 ve 41-63) nedeniyle, yaş ile ilgili değişkenin toplumsal ilgiyi yansıtmada yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Bu yaş grupları, kendi yaş kriterlerine özgü (eğitim, kariyer, yaşam deneyimleri gibi) ilgi alanları ile değerlendirildiğinde, heterojen bir demografik yapıyı temsil edebilir ve yaş ile toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi ve etkiyi maskeleyebilir. Ayrıca araştırmanın yapıldığı coğrafi ve kültürel çevre düşünüldüğünde, örneklem grubunun Türkiye’de yaşayan bireylerden oluşması toplumsal ilgi ve yaş sonuçlarının yorumlanmasında etkili olabilir. Türkiye’nin kendine özgü sosyo-kültürel dinamikleri, farklı yaş grupları arasında kültürel değerler ve normlar ile ilişkili olarak toplumsal ilgi açısından benzerlik gösterebileceği ve sonucunda yaş grupları arasında toplumsal ilgi düzeyinde belirgin farklılıkların görülmediği söylenebilir.

Araştırmadan elde edilen önemli bir bulgu, psikolojik iyi oluşun toplam puanı ve tüm alt boyutları ile toplumsal ilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığıdır. Ayrıca psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuç, alanda yapılan çalışmalarla uyumludur (Leak ve Leak, 2006; Terzioğlu ve Çakır, 2020). Adler’in toplumsal ilgi teorisine yönelik araştırmaları, bu ilişkinin bireysel ve toplumsal düzeydeki önemini göstermiştir (Rutter, 1993). Özellikle Ryff (1989b) araştırmalarında sosyal bağların bireyin duygusal denge ve yaşam kalitesi üzerindeki olumlu etkilerini ön plana çıkarmış, Lazarus (1966) ise toplumsal ilginin, yaşamın zorluklarına uyum sağlama sürecinde merkezi bir unsur olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Corey (2019), toplumsal ilgiyi, bireylerin psikolojik iyi oluşları ile doğrudan ilişkili bir kavram olarak ele alarak, bireylerin sosyal çevreleri ile kurdukları ilişkiler ile toplumsal meselelere olan bağlılıklarını ifade eden bir kavram olarak tanımlamıştır. Türkiye’nin kolektivist yapısı, bu ilişkiyi anlamada önemli bir faktör olarak ele alınabilir. Kolektivist toplumlarda aile, arkadaşlar ve geniş aile gibi sosyal gruplar ile olan bağlar daha

güçlüdür (Cerit, 2014). Bu çalışmada yapılan aile bağları incelemesinde toplumsal ilgi ile aile bağları arasında farklılık görülmüş, bu farklılığın geniş ailede yetişen bireylerden kaynaklı olduğu sonucuna varılmıştır. Kolektivist toplumlarda, bireylerin topluluk içindeki katılımları, adeta kimliklerinin bir parçasıdır. Bu etkileşimler birbirlerine karşı sorumluluğu, yardımlaşmayı ve beklentileri doğururken aynı zamanda bireyi toplumsal değerlere uyum sağlamaya teşvik eder. Bu uyum, bireyin psikolojik iyi oluşunu olumlu yönde etkileyerek toplum içindeki rolünü belirler ve toplumsal ilgisini artırır. Toplumsal ilgi, bireyin psikolojik iyi oluşunu toplum odaklı bir bakış açısıyla bütünleştirir (Leak ve Williams, 1991). Crandall ve Putman (1980) ile Segrin ve Taylor (2007), nitelikli ve anlamlı sosyal ilişkilerin bireyin psikolojik iyi oluşunu artırabileceğini ve toplumsal ilginin bu süreçte merkezi bir rol oynadığı fikrini desteklemektedir. Bireyin toplum ile olan iletişimi ve bu iletişimin sağladığı sosyal destek, psikolojik iyi oluşun önemli bir bileşenidir.

Araştırmada, katılımcıların cinsiyete bağlı toplumsal ilgi seviyelerindeki farklılıklar incelenmiş ve sonuçlar, cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Bu bulgu, genel kabul gören görüşün aksine, kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek toplumsal ilgi seviyesine sahip olduğu yönündeki varsayımı çeliştirmektedir. Crandall (1991), Johnson vd. (2003), Schneider ve Reuterfors (1981) ve Greever vd. (1973) tarafından yapılan çalışmalar, cinsiyet ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiyi özellikle üniversite öğrencileri ve genç yetişkinler üzerinde incelemiş ve kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek toplumsal ilgi düzeyleri sergilediğini ortaya koymuştur. Kaplan (1991)'ın lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışma da bu sonuçları desteklemiştir. Literatüre karşın araştırmada elde edilen bulguların anlamlı bir farklılık göstermemesi, toplumsal, kültürel ve demografik faktörler ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Önceki araştırmaların öğrenci popülasyonu üzerinde gerçekleştirilmiş olması, katılımcıların yaş, eğitim düzeyi ve sosyoekonomik statüsü gibi faktörlerin toplumsal ilgi düzeylerini etkileyebileceği ve cinsiyetler arasındaki farklılıkları gizleyebileceği düşünülmektedir. Ayrıca Crandall (1991), Kaplan (1991) ve bahsi geçen diğer çalışmaların gerçekleştirildiği dönemlerden bu yana toplumsal ve kültürel normlarda önemli değişiklikler meydana gelmiş olabilir. Özellikle son yıllarda cinsiyet

rollerindeki değişimler ve cinsiyet eşitliğine yönelik izlenen politika kadın ve erkeklerin yaklaşımlarını daha homojen hale getirmiş olabilir. Toplumsal normlar ve sosyal yapılar kadınlar ve erkekler için farklı koşullar yarattığı için cinsiyet eşitliğine yönelik artan vurgunun, toplumsal ilgi alanlarında cinsiyete dayalı farklılıkları azaltmış olabileceği düşünülebilir. Cinsiyetin psikolojik iyi oluş üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir (Eagly ve Wood, 1999). Erkeklerin kadınlara göre daha yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip olduğunu gösteren alışmalar (Haring vd., 1984; Mills vd., 1992) olduğu gibi aksini iddia eden sonuçlar da mevcuttur (Lee vd., 1991). Bu farklılaşmayı sosyal roller ve ilişkileri referans göstererek açıklayan araştırmacılar, bu rollerdeki artışı psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etki yarattığını ifade etmiştir (Pearlin, 1975; Radloff, 1975). Psikolojik iyi olma puanlarının cinsiyete göre toplumsal ilgi üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu gösteren bulgular bu perspektiften değerlendirilerek, sosyal beklentiler ve kültürel faktörler ile açıklanabilir. Örneğin, kadınların toplumsal standartlara daha duyarlı davranışlar göstermesi gerektiği ve erkeklerin duygusal tepkilerini sınırlandırma kalıpları, cinsiyetin psikolojik iyi oluş üzerindeki belirleyici etkisini yansıtırken, toplumsal ilgiye yaklaşımlarını farklılaştırabilir. Ryff, cinsiyetin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini değerlendirdiği çalışmasında, tüm boyutlarda anlamlı değişikliğe rastlamasa da bazı alt boyutlarda değişiklikler olduğunu ifade etmiştir (Demirci ve şar, 2017). Bu çalışmayı destekleyen Lindfors vd. (2006), kadınların yaşam amacı, öz kabul ve diğerleriyle olumlu ilişkiler kurma boyutlarında erkeklere oranla daha olumlu sonuçlar elde ettiğini; ancak evre hakimiyeti alt boyutunda erkeklerin daha yüksek sonuçlar aldığını göstermiştir. Bu durum, kadınların genellikle daha yakın ve duygusal destek odaklı ilişkiler kurarken erkeklerin daha geniş ilişki ağı kurma eğiliminde olabileceği şeklinde yorumlanmıştır. Ancak, kadınlara yüklenen aile içi ve duygusal sorumlulukların yanı sıra ie dönük olmanın saygı ve ahlaki erdemle ilişkilendirilmesi gibi geleneksel rollerin bu farklılığa sebep olduğu düşünülebilir.

Araştırmada, sosyal medya kullanımının cinsiyet kategorisinde toplumsal ilgi üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bu sonuç, sosyal medyanın cinsiyet rolleri ve psikolojik iyi oluş üzerindeki etkileri konusundaki literatürdeki karmaşayı yansıtılmaktadır. Araştırmada elde edilen sonuçların, sosyal medya kullanım

biçimlerinin çeşitliliği ve yaş faktörü ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Yakın tarihli bir araştırma, kadınların günlük sosyal medya kullanımının erkeklerle oranla daha yüksek olduğunu ancak bu farklılığın yaş ilerledikçe azaldığını göstermiştir (Kemp, 2023). Hargittai ve Hsieh'in (2012) çalışması ise, kadınların internet kullanım becerilerinin erkeklerle göre daha sınırlı olduğunu göstermiştir. Bu durumun, teknolojiye yönelik ilginin daha az olması, teknoloji eğitimine sınırlı erişim ve teknolojik platformlarla daha kısıtlı etkileşimde bulunma gibi faktörlerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımı bağlamında bu fark, kadınların sosyal medyayı nasıl kullandıkları ve bu dijital platformlarda nasıl etkileşimde buldukları üzerinde de belirleyici olabilmektedir. Erkeklerde duygusal tatmin ihtiyacının daha belirgin olduğu görülürken, kadınlar için sosyal medya daha çok bilişsel ve sosyal tatmin sağlama amacıyla kullanılmaktadır. Bu bulgular, sosyal medyanın kullanımının cinsiyete özgü farklı dinamiklere sahip olduğunu ancak bu farklılıkların toplumsal ilgi ile doğrudan bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Sosyal medyanın toplumsal ilgi üzerinde bir etkisinin olmaması, sosyal medya kullanım sürelerinin toplumsal ilgi düzeylerinde bir farklılık yaratmaması, bu araştırmanın beklenmedik sonucudur. Bu sonuç sosyal medya kullanımını ölçmek için kullanılan aracın toplumsal ilgiyi yakalamada sınırlı kaldığı ihtimalini düşündürmüştür. Sosyal medya kullanımının demografik özelliklere ve tercih edilen platforma göre değişkenlik gösterdiği bilinmektedir. Şişman Eren (2014)'in gerçekleştirdiği çalışma, gençlerin sosyal medyada en aktif kullanıcı grubunu oluşturduğunu ve bu platformları ağırlıklı olarak arkadaş ve aileleri ile iletişim kurmak için kullandıklarını belirtmiştir. Bu durum, sosyal medyanın kullanıcıları benzer düşüncelere sahip kişilerle sınırlı bir çevrede tutarak, toplumsal konulara karşı daha dar bir bakış açısı sunabileceği düşüncesini güçlendirmektedir. Sosyal medyanın kitlesel bir iletişim aracı olarak algılanmasına rağmen, kullanımının çoğunlukla bireysel ilgi alanlarına odaklanması, bu sonucun altını çizen bir başka önemli faktördür. Sosyal medya platformları, geniş kitlelere ulaşma potansiyeline sahip olmalarına rağmen, kullanıcıların bireysel tercihleri ve ilgi alanları doğrultusunda içerik sunma eğilimindedir. Bu durum, kullanıcıların toplumsal meseleler yerine kişisel ilgi alanlarına yönelik içeriklerle daha fazla etkileşimde bulunmalarına yol

açabilir. Bu eğilim, sosyal medya kullanım biçiminin toplumsal ilgiyi yansıtmada sınırlı kalabileceği ve genel toplumsal konulara olan ilginin mevcut ölçek ile tam olarak ölçülemeyebileceği anlamına gelmektedir. Ayrıca, sosyal medyada yanıltıcı haberlerin yayılması, aşırı bilgi yüklemesi, gerçek bilginin ayırt edilmesinin zorlaşması, dijital yorgunluk ve sosyal hayattan izole yaşam tarzlarının ortaya çıkması gibi konular (Çömlekçi ve Başol, 2019; Kara, 2013; Öztürk, 2015) araştırmada bir ilişki görülme de sosyal medyanın toplumsal ilgi üzerindeki olumsuz etkileri açısından değerlendirilebilir. Bu faktörler, sosyal medyanın kullanıcıların toplumsal ilgi düzeylerini etkileme biçimlerini ve kapasitesini sınırlayabileceği ihtimalini akla getirmektedir.

Araştırmada, toplumsal ilgi düzeyinin medeni duruma göre değişkenlik göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak evli bireylerde psikolojik iyi oluşun, bekar bireylerde ise sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde etkisi olduğu gözlenmiştir. Bu bulgu, bekar bireylerin sosyal medyayı geniş bir kullanım çeşitliliği ile özellikle çevre ile iletişim, eğlence ve güncel olaylara katılım amacıyla kullandıklarını göstermiştir (Hampton vd., 2011). Ayrıca bekar bireylerin sosyal medyada kişisel yaşamlarına dair günlük aktiviteleri ve duygusal içerikleri daha sık paylaştıkları görülmüştür (Duggan ve Smith, 2014). Bu durum, sosyal medyanın duygusal destek ihtiyacını karşılamada ve toplumsal konulara karşı duyarlılığı artırmada önemli bir rol oynadığını düşündürmektedir. Bu araştırmada bekar bireylerde psikolojik iyi oluşun, toplumsal ilgi düzeylerini olumlu yönde etkilediği sonucu desteklenmiştir. Öte yandan, evli bireylerde sosyal medya kullanımının değil, psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Bu grubun toplumsal ilgisinin, doğrudan kişisel ilişkiler ve ailevi bağlar üzerinden şekillendiği düşünülmektedir. Evli bireylerin sosyal çevreleri ve aile ilişkileri, sosyal ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmalar evli veya ilişkisi olan bireylerin sosyal medyayı daha az sıklıkta ve daha ölçülü bir biçimde kullandıklarını, ağırlıklı olarak aile içerikli paylaşımlar yaptıklarını göstermiştir (Hampton vd., 2011). Alfred Adler'in "yaşam görevleri" kavramı, bireylerin sosyal rolleri ve yükümlülükleri üzerine odaklanmaktadır (Leak ve Leak, 2006). Adler, bu sosyal rollerin bireylerin toplumsal ilgisinin temelini oluşturduğunu vurgulamıştır. Evlilik ve romantik ilişkiler,

bireylerin psikolojik iyi oluşları üzerinde etkilidir (Flanagan, 1978). Evlilik içerisindeki uyum ve sorunların yönetimi, bireylerin toplumsal çevreleriyle olan etkileşimlerini ve bu etkileşimlerin kalitesini yansıtarak, psikolojik iyi oluşlarına doğrudan etki etmektedir.

Araştırmada eğitim düzeyi ile toplumsal ilgi arasında farklılık görülmemesine rağmen farklı eğitim gruplarının psikolojik iyi oluş puanlarının toplumsal ilgi üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip bireylerde, psikolojik iyi oluşun yanı sıra sosyal medya kullanımının da toplumsal ilgi üzerinde yordayıcı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, van Deursen ve van Dijk (2014) tarafından yapılan çalışmayla uyumlu olup, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin sosyal medyayı bilgi edinme ve aktivizm gibi hedeflerle kullanma eğiliminde olduğunu desteklemektedir. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler, genellikle daha geniş bir bilgi yelpazesine erişim imkanına sahiptir. Bu durum, sosyal, politik ve çevresel konular hakkında daha fazla farkındalık yaratmaktadır. Elde edilen bu farkındalık, toplumsal sorunlara karşı daha duyarlı ve etkin bir ilgi geliştirmelerine katkıda bulunabilir. Ayrıca, sosyal medya kullanım şekilleri, bu bireylerin toplumsal meselelere karşı olan ilgisini ve bu konulara aktif katılımlarını da etkileyebilmektedir. Ryff (2014) ve Hill vd. (2016) tarafından yapılan çalışmalar, sürekli bireysel gelişime önem veren ve yeni deneyimlere açık olan bireylerin yaşam amacı ile eğitim durumu arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, Mirowsky ve Ross (2003) tarafından yapılan çalışmalarla uyumlu olup, bu yeteneklerin gelişiminin bireyin kendine olan inancını, kontrol duygusunu ve genel olarak yaşam memnuniyetini artırabileceğini göstermektedir. Bu sonuç, bireylerin kendilerine olan güvenlerini ve etkililik duygularını artırabilir zira eğitim seviyesi yüksek bireylerin çevre hakimiyetlerinin daha gelişmiş olduğu belirtilmiştir (Springer vd., 2006). Cenkseven ve Akbaş (2007) ile Ryff ve Singer (2002) tarafından yapılan çalışmalar, eğitim seviyesi arttıkça bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerinde artış olduğunu göstermiştir. Bu ilişki literatürde geniş bir yelpazede incelenmiştir. Araştırmanın örnekleminin Türkiye’de olması kolektivist kültürlerde eğitimin, bireyin topluma olan katkısını arttırması ve toplumsal beklentileri karşılaması sonucu ile örtüşmektedir (Diener vd., 2011). Bu faktörlerin birleşimi, yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin

psikolojik iyi oluşlarının toplumsal ilgiyi daha fazla etkilemesine yol açabilir. Bu bireyler, toplumsal konularda daha bilinçli, etkin ve katılımcı bir yaklaşım sergileyebilirler. Bu durum, eğitimin sadece bireysel gelişimi değil, aynı zamanda toplumsal katılımı ve ilgiyi de destekleyen bir araç olduğunu göstermektedir.

Araştırmada katılımcıların sosyo-ekonomik düzeyleri düşük, orta ve yüksek olarak sınıflandırılmış ve elde edilen bulgular gelir düzeyine göre katılımcıların toplumsal ilgilerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Bu sonuç, Greever vd. (1973)'nin gerçekleştirdikleri çalışmalarla uyumlu olup, sosyoekonomik düzey ile toplumsal ilgi düzeylerinde bir farklılık görülmediği sonucunu desteklemiştir. Soyer (2001)'in yaptığı çalışmada da benzer şekilde, öğrenciler arasında toplumsal ilgi düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Araştırmada gelir düzeyindeki farklılıkların psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi üzerindeki etkileri incelenmiş, ekonomik durumunu düşük, orta ve yüksek olarak belirten katılımcıların tümünde psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Bu sonuç, sosyoekonomik düzeyi ne olursa olsun psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çeşitli demografik değişkenler açısından incelenen psikolojik iyi oluş düzeyleri çalışmalarında, sosyoekonomik düzeyin psikolojik iyi oluş üzerinde etkili olduğu bilinmektedir (Diener vd., 2010). Ayrıca, gelir düzeyinin artmasıyla psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerindeki etkisinin arttığı gözlemlenmiş ve bu sonuç literatürle desteklenmiştir (Cenkseven ve Akbaş, 2007; Navarro-Carrillo vd., 2020). Psikolojik iyi oluş, bireyin genel yaşam memnuniyetini içeren bir kavramdır ve sosyo ekonomik düzey yaşam kalitesi üzerinde etkili olabilir. Öz ve Bahadır Yılmaz (2009) tarafından yapılan çalışma, düşük sosyo-ekonomik düzeyin psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilediği ve bireyin ulaşabildiği imkan ve kaynakların farklılaşmasına da işaret ettiği görüşünü desteklemektedir. Öte yandan, sosyoekonomik olarak daha yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin, kendilerini geliştirme ve potansiyellerini ortaya çıkarma konusunda, düşük gelir düzeyine sahip bireylere kıyasla daha fazla fırsat ve olanaklara erişebilir olmaları, bu grupların psikolojik iyi oluşlarının daha yüksek olmasının bir açıklaması olabilir. Ekonomik durum, bireylerin serbest zamanlarını nasıl geçirdiklerini ve hangi tür etkinliklere katıldıklarını da etkileyebilir. Pondé ve

Santana (2000)'nin çalışması, serbest zaman aktivitelerinin yaşam memnuniyeti ve olumlu duygulanımı artırdığını gösterirken, Iso-Ahola (1980)'nin çalışması, bireylerin serbest zamanlarını kendi tercihlerine göre değerlendirmelerinin, öz yeterlilik ve öz kabul hissini arttırarak psikolojik iyi oluş ve yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Araştırma sonuçları, gelir düzeyinin yükselmesiyle birlikte psikolojik iyi oluşun arttığını ve bu artışın, bireylerin toplumsal ilgilerini pozitif yönde etkilediği sonucunu desteklemektedir.

Ebeveyn eğitiminin bireylerin toplumsal ilgi seviyeleri üzerindeki etkisi, literatürde yeterince incelenmemiş bir konudur. Bu çalışmada anne ve baba eğitimi, katılımcıların toplumsal ilgi seviyeleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Literatürde daha önce bu konuya dair kapsamlı bir çalışma olmamasına rağmen, teorik temeller ve benzer çalışmalardan elde edilen bilgileri ile mevcut çalışmanın sonucuna katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Leak ve Williams (1991)'ın üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, aile ortamının algılanışı ile toplumsal ilgi düzeyleri arasında önemli bir ilişki olduğunu, yüksek toplumsal ilgi düzeyine sahip öğrencilerin aile içinde daha fazla bağlılık hissettiği bulunmuştur. Buna karşın, Soyer (2001)'in araştırması, anne ve babanın eğitim düzeyi ile öğrencilerin toplumsal ilgi seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Adler (1956), toplumsal ilginin temelini çocukluk ve ergenlik döneminde atıldığını ve bu dönemde edinilen tecrübelerin toplumsal ilgiyi etkileyebileceğini belirtmiştir. Anne ve babaların çocuklarına sağladığı destek, toplumsal ilgi ile ilişkilendirilmiştir (Adler, 1938; Leak ve Williams, 1991). Bu sebeple ebeveynlerin eğitim seviyelerinin, aile içindeki ilişkilerin niteliği ve psikolojik iyi oluşu etkileyebileceği düşünülmektedir (Hamurcu, 2011). Mevcut çalışmada, annesinin eğitim düzeyi ilköğretim ve ortaokul olan katılımcıların toplumsal ilgi düzeylerinin, annesinin eğitim düzeyi lisans ve üstü olanlardan daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Baba eğitim düzeyi açısından da benzer sonuç lise düzeyinde görülmüştür. Bu sonuçların sebepleri değerlendirildiğinde, daha düşük eğitim seviyesine sahip ebeveynlerin, çocuklarının akademik gelişimine yönelik desteğe kıyasla, sosyal ve duygusal becerilerin geliştirilmesine daha fazla ağırlık verdikleri şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca eğitim sistemi, bireysel başarı ve akademik yeterlilik üzerine odaklanmaktadır. Bu sistemin

dışında kalan bireyler, geleneksel bilgiler ve toplumsal değerler ile gelişimlerini desteklemektedir. Bu toplumsal etkinliklere katılma ve toplumsal sorumlulukları önemseyen değerler sistemi, çocuklara aktarılarak, onların toplumsal becerilerini ve ilgilerini artırabilir. Leak ve Williams'ın araştırması, yüksek toplumsal ilgi düzeyine sahip üniversite öğrencilerinin çoğunlukla sosyal, kültürel ve ahlaki değerlerin önemsendiği aile ortamlarında yetiştirildiğini ve bu sonucun aile yapısının bireylerin toplumsal ilgi ve katılımlarını şekillendirmede kritik bir rol oynadığını göstermiştir (Leak ve Williams, 1991). Belirli eğitim düzeylerine sahip ailelerin, çocuklarına sağladıkları sosyal deneyimlerin çeşitliliği ve niteliği, onların sosyal katılım ve etkileşim becerilerini şekillendirebilir. Örneğin, yüksek eğitim düzeyine sahip ailelerin çocukları beklenti ile orantılı akademik başarıya odaklanabilir ve toplumsal ilgi için gereken zamanı sınırlandırabilir. Öte yandan, daha az resmi eğitim görmüş ailelerin çocukları, erken yaşlardan itibaren toplumsal etkinliklere daha fazla katılım göstererek, erken yaşta toplumsal sorumluluklar üstlenerek sosyal becerilerini geliştirebilir. Toplumsal ilgi, bireylerin toplum içindeki etkileşimleri ve katılımları ile doğrudan ilgilidir; bu bağlamda, eğitim seviyesindeki farklılıklar, ailelerin yaşadığı çevreler ve çocukların toplumsal ilgiye olan yönelimleri arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır.

Son olarak geçmişte ya da şu anda psikolojik veya psikiyatrik tedavi gören ve görmeyen bireylerin psikolojik iyi oluş ve sosyal medya kullanımı ölçekleri toplam puanlarının toplumsal ilgi puanları üzerindeki etkileri incelenmiş, elde edilen bulgular psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu sonuç psikolojik veya psikiyatrik tedavi sürecinde olan veya bu süreci tamamlamış olan bireylerin, tedavi süreçleri boyunca kazandıkları becerileri ve içsel farkındalıkları aracılığıyla sosyal ilişkilerini şekillendirdikleri şeklinde yorumlanmıştır.

Psikolojik veya psikiyatrik yardım ihtiyacı hissedilen ve hissetmeyen bireylerin psikolojik iyi olma ve sosyal medya kullanımı ölçekleri toplam puanlarının toplumsal ilgi puanları üzerindeki etkilerinde ise, bu iki demografik grup için elde edilen bulgular, psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca diğer değişkenlerden farklı olarak

psikolojik veya psikiyatrik yardım ihtiyacı hisseden bireylerin, sosyal medya kullanımının da toplumsal ilgiyi yordadığı görülmüştür. Psikolojik yardım arayışı içinde olan bireylerin, sosyal medya kullanımının toplumsal ilgi üzerinde daha belirgin etkiye sahip olması, bu bireylerin çevresel kaynaklara olan duyarlılıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Sosyal medya platformları, bu bireyler için duygusal destek, bilgi paylaşımı ve sosyal bağlantılar kurma konusunda önemli bir kaynak olarak düşünülebilir. Bu durum, sosyal medya kullanımının yardım ihtiyacı hisseden bireylerin toplumsal ilgisini şekillendirmede önemli bir rolü olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, yardım ihtiyacı hissetmeyen bireylerde sosyal medyanın etkisinin görülmemesi, bireysel tercihler ve yaşam tarzlarına bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu bireyler, sosyal medya kullanımını, kişisel ilişkilerini geliştirmekten ziyade, belirli amaçlar için, örneğin bilgi edinme veya eğlence amaçlı olarak sınırlı tutabilirler. Bu bireyler, sosyal ilişkilerini ve toplumsal etkileşimlerini daha çok gerçek hayattaki ilişkiler ve kişisel deneyimleri üzerinden şekillendirebilir. Bu gözlem, sosyal medyanın toplumsal ilgiyi doğrudan etkileyen bir faktör olmaktan ziyade, bu ilgiyi destekleyen bir araç olarak işlev gördüğüne işaret edebilir, bu da sosyal medyanın toplumsal ilgi üzerindeki etkisinin sınırlı veya belirleyici olmadığı sonucunu destekleyebilir.

## SONUÇ

Bu araştırmada, günümüzün önemli fenomenlerinden olan sosyal medya, psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı, bu üç önemli faktör arasındaki dinamikleri anlamak ve bu bağlamda literatüre katkı sağlamaktır. Yaşları 18 ile 63 aralığında değişen 308 birey (200 kadın, 108 erkek) üzerinde yürütülen bu araştırmada güvenilir ölçüm araçları kullanılarak elde edilen veriler, Pearson Korelasyon Katsayısı ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi yöntemleriyle analiz edilmiştir.

Analizler, toplumsal ilgi ile psikolojik iyi oluş arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiş ve psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Bu sonuç, psikolojik iyi oluşun toplumsal ilgi üzerinde belirgin bir etkisinin olduğunu göstermekte ve Adler'in bireyin toplum içindeki uyumu ve topluluğun bir parçası olma yetisinin psikolojik iyi oluş açısından önem taşıdığı

teorisini desteklemiştir. Ayrıca araştırma, psikolojik iyi oluşun toplam puanı ile tüm alt boyut puanları arasında da anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiş ve yapılacak araştırmalarda psikolojik iyi oluşun bir bütün olarak ele alınmasının gerekliliğini vurgulamıştır. Toplumsal ilginin psikolojik iyi oluşun tüm alt boyutları ile de istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulgusu ise toplumsal ilginin bireylerin duygusal, bilişsel ve sosyal iyi oluşları üzerindeki etkilerinin gelecek çalışmalarda daha detaylı incelenmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Ancak, yapılan araştırmada sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Diğer yandan, gerçekleştirilen bu araştırmada, psikolojik iyi oluşun alt boyutu olan “çevresel hakimiyet” ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönlü orta düzeyde ilişki saptanmıştır. Bu bulgu, sosyal medya kullanımındaki artışın bireyin çevresel hakimiyetini düşürdüğünü ve sosyal medya kullanımının etkilerinin, bireyler arasındaki psikolojik, sosyal ve demografik farklılıklara bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğini işaret etmektedir. Sosyal medya kullanımının şekli ve niteliği de bu ilişkide önemli bir rol oynamaktadır. Bu sebeple bu çalışmanın sonucu, sosyal medya kullanımında psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi gibi ölçümü zor soyut kavramların etkilerini daha iyi anlamak için gelecekteki araştırmalarda daha kapsamlı metodolojik yaklaşımların değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

### **SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER**

Çalışmanın sınırlılıkları, uygulanan ölçeklerin yapısı ve içeriği, veri toplama yöntemleri, çevresel faktörlerin araştırma sonuçları üzerindeki potansiyel etkileri, bu çalışmanın bulgularının kapsamını etkileyebilecek önemli faktörlerdir. Ayrıca, literatürde yeterli ve yetkin çalışmanın olmaması, sınırlı alanlar ve değişkenler, çalışmanın kapsamını ve sonuçları sınırlayan unsurlar olarak belirlenmiştir. Buna göre öncelikle çalışmada veri toplama sürecini zorlayan konu ölçeğin güvenilirliğini artırmak amacıyla kullanılan ters maddelerin sayısının, katılımcıların motivasyonu ve dikkatini olumsuz yönde etkileyebilecek düzeyde fazla olmasıdır. Ters maddeler, anketin güvenilirliğini artırmada önemli bir rol oynasa da aşırı kullanımları, katılımcıların anketi çözme sürecini uzatmış, bu süreçte kafa karışıklığına ve motivasyon kaybına neden olmuştur. Bu durum, anket verilerinin doğruluğunu ve

güvenilirliğini potansiyel olarak etkileyebilir. Bu nedenle, ters maddelerin dengeli bir şekilde kullanılmasının, anketin çözüm sürecini kolaylaştıracağı ve daha güvenilir veri toplamaya katkıda bulunabileceği önerilmektedir.

Araştırmada veri toplama sürecinin çevrimiçi ve yüz yüze uygulanması, farklı demografik ve sosyal gruplardan katılımcılara ulaşılmasını sağlamış, hedef kitlenin çeşitliliğini arttırmıştır. Bu çeşitlilik araştırmanın kapsamını zenginleştirmiştir ancak farklı veri toplama yöntemlerinin kullanılması, verilerin tutarlılığını etkileyebilecek bir faktör olarak literatürde değerlendirilmektedir. Gelecekteki çalışmalarda, veri toplama yöntemlerinin daha standart hale getirilmesi, veri tutarlılığını artırabilir ve araştırma sonuçlarının güvenilirliğini iyileştirebilir.

Araştırma örneğinde kadın katılımcıların oranının erkeklere göre yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, araştırmanın belirli bir demografik grubu daha ayrıntılı olarak inceleme fırsatı sunmuş olsa da örneklem seçimi sırasında cinsiyet eşitliğine özen gösterilmesinin, araştırmanın çeşitliliği üzerinde önemli bir etkisi olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sürecinde, deprem gibi önemli toplumsal olayların araştırmaya etkisini minimize etmek amacı ile veri toplama sürecine en az altı ay sonra başlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarının güvenilirliğini artırmak için alınan bu kararda araştırmanın sonuçlarının çevresel koşullardan etkilenmemesi amaçlanmıştır ancak bu tür çevresel olayların zamanlaması, özellikle psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi gibi konular üzerinde çalışıldığında, katılımcıların yanıtları üzerinde uzun süreli etkiler bırakabilir. Özellikle de “asrın felaketi” olarak nitelendirilen ve toplumun genelini derinden sarsan bu büyük depremin, bireylerin ruhsal durumlarını ve toplumsal ilişkileri üzerinde önemli etkileri olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, gelecekteki araştırmalarda, çevresel olayların zamanlamasının ve bu olayların katılımcıların psikolojik durumları üzerindeki potansiyel etkilerinin daha detaylı bir şekilde incelenmesinin araştırma sonuçlarının yorumlanmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu tür bir analiz, araştırmanın kapsamını genişletebilir ve psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi üzerine yapılan çalışmalarda daha detaylı bir anlayış sunabilir.

Bu çalışmanın bir diğer sınırlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal medya üzerine yapılan literatürdeki araştırmaların çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Literatürde, özellikle psikolojik iyi oluş üzerine yapılan çeşitli çalışmalar, bu araştırmanın sürecine önemli katkılarda bulunmuştur. Bununla birlikte, sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmaların çeşitliliği, alandaki bilgi birikimini zenginleştirmiş, ancak aynı zamanda literatürde bir kalabalık oluşturarak, sosyal medya üzerine yapılan çalışmalarda farklı sonuçların elde edilmesine neden olmuştur. Çalışmada da ölçeğin sosyal medya kullanımının etkisini yakalamada yetersiz olduğu görülmüş, bu çalışmalar arasındaki tutarsızlıklar, detaylı ve destekleyici bilimsel verilerin eksikliğine işaret etmektedir. Bu durum, sosyal medya üzerine yapılan araştırmalarda sınıflandırmaya gidilmesinin mevcut bilgi eksikliğinin giderilmesine ve literatürdeki tutarsızlıkların azaltılmasına katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Ek olarak, toplumsal ilgi kavramının tanımına ilişkin literatürdeki farklı görüşler, incelenen çalışmaların değerlendirilmesinde ve ele alınmasında seçici bir unsur olarak ele alınmıştır. Ayrıca toplumsal ilgi konusunda literatürde yeterli düzeyde çalışmanın bulunmaması bu kavramın derinlemesine incelenmesini engellemekte ve bu kavramın uygulamalı bağlamlarda anlaşılmasını sınırlayan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle toplumsal ilgi kavramının diğer değişkenler ile ilişkisini inceleyen araştırmaya literatürde rastlanmamış olması, bu alandaki daha boşluğu belirgin hale getirmiştir. Bu bağlamda bu çalışma ileride yapılacak araştırmalar için önemli bir temel oluşturmak ve toplumsal ilgi kavramının detaylı incelenmesine yönelik bir yol haritası sunmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkiler hakkında önemli bulgular sunmuştur. Araştırmanın tasarımı ve uygulaması özenle planlanmıştır. Elde edilen bulgular, bu üç alanın etkileşimleri hakkında yeni perspektifler sunmakta ve bu konular üzerine yapılan gelecekteki araştırmalar için önemli bir temel oluşturmaktadır. Bu çalışmanın sınırlılıkları, gelecekteki araştırmaların daha etkili ve güvenilir sonuçlar elde etmesine yardımcı olacak bilgileri sunmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Acun, İ.**, Yücel, C., Belenkuyu, C., ve Keleş, S. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 23(4), 559-602.
- Adams, L.**, ve Clark, E. (2018). Exploring the Dimensions of Psychological Flourishing: A Longitudinal Study. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 44(7), 984-995.
- Adler, A.** (1927). *Understanding Human Nature*. Greenberg.
- Adler, A.** (1938). *Social interest, a challenge to mankind*. Faber and Faber.
- Adler, A.** (1989). Character and Talent. *Individual Psychology*, 45(4), 513.
- Adler, A.** (2000). *Psikolojik Aktivite: Üstünlük Duygusu ve Toplumsal İlgi* (B. Çorakçı, Çev.).
- Adler, A.** (2017). *İnsan Doğasını Anlamak* (D. Başkaya, Çev.). İlyayayınevi.
- Adler, A.** (2023). *İnsan Tabiatını Tanıma* (A. Yörükkan, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Airoidi, M., Beraldo, D., ve Gandini, A.** (2016). Follow the algorithm: An exploratory investigation of music on YouTube. *Poetics*, 57, 1-13.
- Akar, E.** (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*. Efil Yayınevi.
- Akarsu, Ş. K.** (2018). *Üniversite öğrencilerinin ilişki istikrarı ile sosyal ilgi, ilişkisel benlik saygısı ve maneviyatları arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Akbaş, M. C.** (2019). *The Relationship between snapchat users motivation, attitude and personality and the applications content and features*. [Yüksek lisans tezi]. Boğaziçi Üniversitesi.
- Akın, A.** (2008). Psikolojik İyi Olma Ölçekleri: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 8(3), 721-750.
- Akın, A.** (2009). *Akılci duygusal davranışçı terapi odaklı grupla psikolojik danışmanın psikolojik iyi olma ve öz-duyarlık üzerindeki etkisi*.
- Akın, A., Abacı, R., ve Akın, Ü.** (2007). Öz-duyarlık Ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 01-10.
- Akın, A., ve Çetin, B.** (2007). *Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*.

- Akıncı Vural, Z. B., ve Bat, M.** (2010a). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(20), Article 20. <https://doi.org/10.19168/jyu.65130>
- Akıncı Vural, Z. B., ve Bat, M.** (2010b). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(20), Article 20.
- Akram, W.** (2018). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5.
- Altinkaya, H.** (2022). *Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelenmesi*. İstanbul Ayyansaray Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Anderson, M., ve Jiang, J.** (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., 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), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Ansbacher, H. L.** (1991). The concept of social interest. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 47(1), 28-46.
- Ansbacher, H. L., ve Ansbacher, R. R.** (Ed.). (1956). *The individual psychology of Alfred Adler* (ss. ix, 503). Basic Books, Inc.
- Ansbacher, H. L., ve Ansbacher, R. R.** (1956). *The individual psychology of Alfred Adler* (ss. ix, 503). Basic Books, Inc.
- Aslan, K., Aslan, N., ve Arslan Cansever, B.** (2012). *Eğitim Bilimine Giriş*. Pegem Akademi.
- Atkinson, R., Atkinson, R., ve Hilgard, E.** (1999). *Psikolojiye Giriş* (K. Atakay, M. Atakay, ve A. Yavuz, Çev.). Sosyal Yayınlar.
- Aydiner, B. B.** (2011). *Üniversite öğrencilerinin yaşam amaçlarının alt boyutlarının genel öz- yeterlik yaşam doyumu ve çeşitli değişkenlere göre incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Aytekin, T., ve Aytekin, H.** (2023). Alfred adler'in bireysel psikoloji kuramı ve temel ilkeleri. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 5(1), 40-47. <https://doi.org/10.54089/ecider.1167532>
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O., ve Yeles Karaman, S.** (2019). Sosyal Medya Bağımlılığının Bir Belirleyicisi Olarak Öz Saygı: Konya Örneğinde Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 35-64.
- Balcı, Ş., ve Koçak, M. C.** (2017). *Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. 34-45.

- Baltes, P. B.** (1987). Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline. *Developmental Psychology*, 23(5), 611-626. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.23.5.611>
- Baltes, P. B., ve Smith, J.** (2003). New Frontiers in the Future of Aging: From Successful Aging of the Young Old to the Dilemmas of the Fourth Age. *Gerontology*, 49(2), 123-135. <https://doi.org/10.1159/000067946>
- Bandura, A.** (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Basım, H. N., Çetin, F., ve Tabak, A.** (2009). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi - TPD*, 24(63), 20-34.
- Bauer, J. J., ve McAdams, D. P.** (2004). Growth goals, maturity, and well-being. *Developmental Psychology*, 40(1), 114-127. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.40.1.114>
- 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.
- Baumeister, R. F., ve Vohs, K. D.** (2002). The pursuit of meaningfulness in life. İçinde *Handbook of positive psychology* (ss. 608-618). Oxford University Press.
- Bayraktaroglu, H., Tezer, M., Beyazit, U., ve Tansel, E.** (2017). The Development and Assessment of Psychometric Properties of Near East Marital Adjustment Scale. *International Journal of Educational Sciences*, 19, 205-213. <https://doi.org/10.1080/09751122.2017.1393965>
- Becker, G. S.** (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, First Edition*. NBER.
- Betton, A.** (2001). *Psychological Well-Being: A Comparison of Correlates Among Minority and Non-Minority Female College Students* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. The Ohio State University.
- Beydoğan Tangör, B., ve Curun, F.** (2016). Psikolojik iyi oluşun yordayıcıları olarak bireysel farklılıklar: Özgünlük, benlik saygısı ve sürekli kaygı. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 1-13.
- Biçer, S.** (2015). Akademisyenlerin sosyal ağlarda bulunma motivasyonları: Facebook örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40, Article 40.
- Bilginer, A.** (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlik düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Mardin ili örneği* [Yüksek lisans tezi]. Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bisconti, T. L., ve Bergeman, C. S.** (1999). Perceived social control as a mediator of the relationships among social support, psychological well-being, and

- perceived health. *The Gerontologist*, 39(1), 94-103. <https://doi.org/10.1093/geront/39.1.94>
- Biswas-Diener, R.**, ve Diener, E. (2001). Making the best of a bad situation: Satisfaction in the slums of Calcutta. *Social Indicators Research*, 55(3), 329-352. <https://doi.org/10.1023/A:1010905029386>
- Biswas-Diener, R.**, Diener, E., ve Tamir, M. (2004). The psychology of subjective well-being. *Daedalus*, 133(2), 18-25. <https://doi.org/10.1162/001152604323049352>
- Blank, G.**, ve **Lutz, C.** (2017). Representativeness of Social Media in Great Britain: Investigating Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+, and Instagram. *American Behavioral Scientist*, 61(7), 741-756. <https://doi.org/10.1177/0002764217717559>
- Boeree, C. G.** (2006). *Personality Theories*. Personality Theories. <https://webpace.ship.edu/cgboer/perscontents.html>
- Bourdieu, P.** (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*.
- Bowlby, J.** (1973). Attachment and loss. Volume II. Separation, anxiety and anger. İçinde *Attachment and loss. Volume II. Separation, anxiety and anger* (s. 429 p.-429 p.).
- Boyd, D.** (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M.**, ve **Ellison, N. B.** (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bradburn, N. M.** (1969). *The structure of psychological well-being* (ss. xvi, 318). Aldine.
- Brahem, M.**, ve **Boussema, S.** (2023). Social media entrepreneurship as an opportunity for women: The case of Facebook-commerce. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 24(3), 191-201. <https://doi.org/10.1177/14657503211066010>
- Burns, R. A.**, ve **Machin, M. A.** (2009). Investigating the Structural Validity of Ryff's Psychological Well-Being Scales Across Two Samples. *Social Indicators Research*, 93(2), 359-375. <https://doi.org/10.1007/s11205-008-9329-1>
- Butt, D. S.**, ve **Beiser, M.** (1987). Successful aging: A theme for international psychology. *Psychology and Aging*, 2(1), 87-94. <https://doi.org/10.1037/0882-7974.2.1.87>
- Cacioppo, J. T.**, **Cacioppo, S.**, **Gonzaga, G. C.**, **Ogburn, E. L.**, ve **VanderWeele, T. J.** (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues | PNAS. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(25). <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1222447110>
- Campbell, A.** (1981). The Sense of Well-Being in America. Recent Patterns and Trends. İçinde M. Briscoe (Ed.), *Psychological Medicine*. McGraw-Hill.

- Carducci, B. J.** (2009). *The Psychology of Personality: Viewpoints, Research, and Applications*. John Wiley & Sons.
- Carpenter, J., Cassaday, A., ve Monti, S.** (2018). *Exploring How and Why Educators Use Pinterest*. 2222-2229. <https://www.learntechlib.org/primary/p/182833/>
- Carver, C. S., Scheier, M. F., ve Weintraub, J. K.** (1989). Assessing coping strategies: A theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(2), 267-283. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.2.267>
- Cenkseven, F., ve Akbaş, T.** (2007). Üniversite Öğrencilerinde Öznel ve Psikolojik İyi Olmanın Yordayıcılarının İncelenmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 3(27), Article 27. <https://doi.org/10.17066/pdrd.57116>
- Cerit, Y.** (2014). Sınıf öğretmenlerinin iş doyumunun örgütsel kolektivizm ve bireycilik ile ilişkisi. *Eğitim ve Bilim*, 39(173), 55-65.
- Chamberlain, J. M., ve Haaga, D. A. F.** (2001). Unconditional Self-Acceptance and Psychological Health. *Journal of Rational-Emotive and Cognitive-Behavior Therapy*, 19(3), 163-176. <https://doi.org/10.1023/A:1011189416600>
- Chang, E. C.** (2006). Conceptualization and Measurement of Adaptive and Maladaptive Aspects of Performance Perfectionism: Relations to Personality, Psychological Functioning, and Academic Achievement. *Cognitive Therapy and Research*, 30(6), 677-697. <https://doi.org/10.1007/s10608-006-9060-7>
- Chen, C. (Yixin), ve Feeley, T.** (2014). Social support, social strain, loneliness, and well-being among older adults: An analysis of the Health and Retirement Study. *Journal of Social and Personal Relationships*, 31, 141-161. <https://doi.org/10.1177/0265407513488728>
- Chen, Vansteenkiste, M., Beyers, W., Boone, L., Deci, E. L., Van der Kaap-Deeder, J., Duriez, B., Lens, W., Matos, L., Mouratidis, A., Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Soenens, B., Van Petegem, S., ve Verstuyf, J.** (2015). Basic psychological need satisfaction, need frustration, and need strength across four cultures. *Motivation and Emotion*, 39(2), 216-236. <https://doi.org/10.1007/s11031-014-9450-1>
- Chen, Y., ve Persson, A.** (2002). Internet Use Among Young and Older Adults: Relation to Psychological Well-Being. *Educational Gerontology*, 28(9), 731-744. <https://doi.org/10.1080/03601270290099921>
- Cherry, K.** (2023). *What Autonomy Means in Psychology*. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/autonomy-in-psychology-how-to-make-your-own-choices-7496882>
- Choi, D.-H., ve Noh, G.-Y.** (2019). The influence of social media use on attitude toward suicide through psychological well-being, social isolation, and social support. *Information, Communication & Society*, 23, 1-17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1574860>
- Christopher, J. C.** (1999). Situating Psychological Well-Being: Exploring the Cultural Roots of Its Theory and Research. *Journal of Counseling &*

- Development*, 77(2), 141-152. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1999.tb02434.x>
- Cirhinlioğlu, F. G.** (2006). *Üniversite Öğrencilerinde Utanç Eğilimi, Dini Yönelimler, Benlik Kurguları ve Psikolojik İyilik Hali Arasındaki İlişkiler*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Clark, L. A., ve Watson, D.** (1995). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309-319. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.7.3.309>
- Cohen, S., ve Wills, T. A.** (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Cooper, H., Okamura, L., ve McNeil, P.** (1995). Situation and Personality Correlates of Psychological Well-Being: Social Activity and Personal Control. *Journal of Research in Personality*, 29(4), 395-417. <https://doi.org/10.1006/jrpe.1995.1023>
- Corey, G.** (2019). *Psikolojik Danışma, Psikoterapi Kuram ve Uygulamaları* (T. Ergene, Çev.). Mentis Yayıncılık. <https://www.nobelkitap.com/psikolojik-danisma-psikoterapi-kuram-ve-uygulamalari-6013.html>
- Coşkun, G., ve Başok, N.** (2014). Sanal ortamda halkla ilişkiler yönetiminin insan kaynakları seçim, yerleştirme ve geliştirme süreçlerine etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 270-299.
- Cotten, S. R.** (1999). Marital Status and Mental Health Revisited: Examining the Importance of Risk Factors and Resources. *Family Relations*, 48(3), 225. <https://doi.org/10.2307/585631>
- Crandall, J. E.** (1991). A scale for social interest. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 47(1), 106-114.
- Crandall, J. E., ve Harris, M. D.** (1976). Social interest, cooperation, and altruism. *Journal of Individual Psychology*, 32(1), 50-54.
- Crandall, J. E., ve Putman, E. L.** (1980). Relations between measures of social interest and psychological well-being. *Journal of Individual Psychology*, 36(2), 156-168.
- Crandall, J. E., ve Reimanis, G.** (1976). **Social interest and time orientation, childhood memories, adjustment and crime.** *Journal of Individual Psychology*, 32(2), 203-211.
- Çağ, P., ve Yıldırım, İ.** (2013). Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler Relational and Personal Predictors of Marital Satisfaction. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 13-23.
- Çaycı, A. E.** (2019). Sosyal Medya’da Dijital Yemek Kültürü. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(1), 120-136.

- Çevik, K.** (2019). *3-6 yaş arasındaki çocuklara sahip ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumları ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Çoban, G. S.** (2021). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizil Yetenekler. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6(1), Article 1.
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O.** (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Das, A. K.** (1998). Frankl and the Realm of Meaning. *The Journal of Humanistic Education and Development*, 36(4), 199-211. <https://doi.org/10.1002/j.2164-4683.1998.tb00392.x>
- Davis, J., Wolff, H.-G., Forret, M. L., ve Sullivan, S. E.** (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. *Journal of Vocational Behavior*, 118, 103396. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103396>
- Davis, M. H., ve Franzoi, S. L.** (1991). Stability and change in adolescent self-consciousness and empathy. *Journal of Research in Personality*, 25(1), 70-87. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90006-C](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90006-C)
- Deci, E. L., ve Ryan, R. M.** (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- De-Juanas, Á., Bernal Romero, T., ve Goig, R.** (2020). The Relationship Between Psychological Well-Being and Autonomy in Young People According to Age. *Frontiers in Psychology*, 11.
- Demirci, İ., ve Şar, A. H.** (2017). Kendini Bilme ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2710-2728.
- DeNeve, K. M., ve Cooper, H.** (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124(2), 197-229. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.2.197>
- Deniz, L., ve Tutgun-Ünal, A.** (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025-1057.
- Dibb, B.** (2019). Social media use and perceptions of physical health. *Heliyon*, 5(1), e00989. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00989>
- Dicaprio, N. S. (1974). *Personality Theories: Guides to Living*. Saunders.
- Diehl, T., Weeks, B. E., ve Gil De Zúñiga, H.** (2016). Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction. *New Media & Society*, 18(9), 1875-1895. <https://doi.org/10.1177/1461444815616224>

- Diener, E., Helliwell, J. F., ve Kahneman, D. (Ed.).** (2010). *International differences in well-being* (ss. xviii, 489). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199732739.001.0001>
- Diener, E., ve Lucas, R. E.** (2000). Explaining Differences in Societal Levels of Happiness: Relative Standards, Need Fulfillment, Culture, and Evaluation Theory. *Journal of Happiness Studies*, *1*(1), 41-78. <https://doi.org/10.1023/A:1010076127199>
- Diener, E., ve Seligman, M. E. P.** (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, *13*(1), 81-84. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>
- Diener, E., ve Suh, M. E.** (1998). Subjective well-being and age: An international analysis. İçinde *Annual review of gerontology and geriatrics, Vol. 17: Focus on emotion and adult development* (ss. 304-324). Springer Publishing Company.
- Diener, E., Tay, L., ve Myers, D. G.** (2011). The religion paradox: If religion makes people happy, why are so many dropping out? *Journal of Personality and Social Psychology*, *101*(6), 1278-1290. <https://doi.org/10.1037/a0024402>
- Dimaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., ve Shafer, S.** (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. İçinde *Social Inequality* (ss. 355-400). Russell Sage Foundation.
- Dinkmeyer, D. C., ve Dreikurs, R.** (1963). *Encouraging Children to Learn: The Encouragement Process*. Prentice-Hall.
- Dixon, S. J.** (2023). *Instagram: Distribution of global audiences 2023, by age and gender*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
- Doğan, U.** (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği. *Eğitim ve Bilim*, *41*, 217-231. <https://doi.org/10.15390/EB.2016.4616>
- Drescher, K. A.** (2007). *The Relationship between the Global Assesment of Functioning and Degrees of Social Interest* [Yayınlanmamış Doktora Tezi].
- Drury, G.** (2008). Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, *9*(3), 274-277. <https://doi.org/10.1057/palgrave.dddmp.4350096>
- Duggan, M., ve Brenner, J.** (2013). *The Demographics of Social Media Users—2012*. Pew Research Center.
- Duggan, M., ve Smith, A.** (2014). *Social media update 2013*. Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://pewinternet.org/Reports/2013/SocialMedia-Update.aspx>
- Eagly, A., ve Wood, W.** (1999). The Origins of Sex Differences in Human Behavior: Evolved Dispositions Versus Social Roles. *American Psychologist*, *54*, 408-423. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.6.408>

- Eligül, F.** (2020). *Algılanan ebeveyn tutumlarının internet bağımlılığı ve akademik başarı ile ilişkisinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Elisson, N. B.** (2008). *What is social media?* [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf).
- Ellison, C. G., ve Levin, J. S.** (1998). The religion-health connection: Evidence, theory, and future directions. *Health Education & Behavior: The Official Publication of the Society for Public Health Education*, 25(6), 700-720. <https://doi.org/10.1177/109019819802500603>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., ve Lampe, C.** (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Englar-Carlson, M., ve Carlson, J.** (2017). *Adlerian Psychotherapy*. <https://doi.org/10.1037/0000014-000>
- Erginsoy, D.** (2018). *Üniversite öğrencilerinin toplumsal ilgileri, bilişsel çarpıtmaları ve ilk anıları* [Doktora Tezi]. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ergüner-Tekinalp, B., ve Terzi, Ş.** (2016). Coping, Social Interest, and Psychological Birth Order as Predictors of Resilience in Turkey. *Applied Research in Quality of Life*, 11(2), 509-524. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9378-3>
- Erikson, E. H.** (1950). *Childhood and society* (s. 397). W W Norton & Co.
- Erikson, E. H.** (1968). *Identity Youth and Crisis I*. W. W. Norton & Company.
- Erkul, R. E.** (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Uygulanabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 116, 96-101.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., ve Halliwell, E.** (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women’s body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Felsten, G., ve Wilcox, K.** (1992). Influences of stress and situation-specific mastery beliefs and satisfaction with social support on well-being and academic performance. *Psychological Reports*, 70(1), 291-303. <https://doi.org/10.2466/pr0.1992.70.1.291>
- Ferguson, Y. L., ve Sheldon, K. M.** (2013). Trying to be happier really can work: Two experimental studies. *The Journal of Positive Psychology*, 8(1), 23-33. <https://doi.org/10.1080/17439760.2012.747000>
- Fischer, I. C., Secinti, E., Cemalcılar, Z., ve Rand, K. L.** (2021). Examining cross-cultural relationships between meaning in life and psychological well-being in Turkey and the United States. *Journal of Happiness Studies: An*

- Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 22(3), 1341-1358.  
<https://doi.org/10.1007/s10902-020-00275-z>
- Flanagan, J. C.** (1978). A research approach to improving our quality of life. *American Psychologist*, 33(2), 138-147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.33.2.138>
- Franco, J. A., ve Carrier, L. M.** (2020). Social media use and depression, anxiety, and stress in Latinos: A correlational study. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(3), 227-241. <https://doi.org/10.1002/hbe2.205>
- Franken, R. E.** (1994). *Human Motivation*. Brooks/Cole Publishing Company.
- Frankl, V. E.** (2009). *İnsanın Anlam Arayışı*. Okyanus.
- Frison, E., ve Eggermont, S.** (2017). Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships Between Different Types of Instagram Use and Adolescents' Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 20(10), 603-609. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0156>
- Gao, J., ve McLellan, R.** (2018). Using Ryff's scales of psychological well-being in adolescents in mainland China. *BMC Psychology*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-018-0231-6>
- Geçtan, E.** (1988). *Psikanaliz ve Sonrası*. Metis Yayınları. <https://www.metiskitap.com/catalog/book/4591>
- Geçtan, E.** (2004). *Psikanaliz ve Sonrası*. Metis Yayınları. <https://www.metiskitap.com/catalog/book/4591>
- Gediksiz, E.** (2013). *Alçakgönüllülük ile psikolojik iyi olma arasındaki ilişkisinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Gilbert, E., Bakhshi, S., Chang, S., ve Terveen, L.** (2013). "I need to try this"?: A statistical overview of pinterest. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2427-2436. <https://doi.org/10.1145/2470654.2481336>
- Goodyear, V. A., Wood, G., Skinner, B., ve Thompson, J. L.** (2021). The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: A systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(1), 72. <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01138-3>
- Gove, W. R., Hughes, M., ve Style, C. B.** (1983). Does marriage have positive effects on the psychological well-being of the individual? *Journal of Health and Social Behavior*, 24(2), 122-131. <https://doi.org/10.2307/2136639>
- Göktaş, P., ve Öztürk, F.** (2022). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(36), 1097-1116. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1070004>

- Greever, K. B., Tseng, M. S., ve Friedland, B. U.** (1973). Development of the Social Interest Index. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3), 454-458. <https://doi.org/10.1037/h0035198>
- Gurin, G., Veroff, J., ve Feld, S.** (1984). *Americans View Their Mental Health, 1957: Version 1* [dataset]. ICPSR - Interuniversity Consortium for Political and Social Research. <https://doi.org/10.3886/ICPSR03503.V1>
- Gülaçtı, F.** (2009). *Sosyal Beceri Eğitime Yönelik Programın Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Beceri, Öznel ve Psikolojik İyi Olma Düzeylerine Etkisi* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güleç, V.** (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/2.105-120>
- Gülşen, M.** (2013). *Sosyal öz-yeterlik ile psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Gürsakar, N.** (2009). *Sosyal ağ analizi*. Dora Yayınları.
- Hamilton, N. A., Nelson, C. A., Stevens, N., ve Kitzman, H.** (2007). Sleep and psychological well-being. *Social Indicators Research*, 82(1), 147-163. <https://doi.org/10.1007/s11205-006-9030-1>
- Hampton, K., Goulet, L. S., Rainie, L., ve Purcell, K.** (2011). *Social Networking Sites and Our Lives (Vol. 1)*. Pew Research Center.
- Hamurcu, H.** (2011). *Ergenlerin Yetkinlik İnançları ve Psikolojik İyi Oluşlarını Yordamada Psikolojik İhtiyaçlar*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Hancock, J. T., Liu, S. X., Luo, M., ve Mieczkowski, H.** (2022). Social media and psychological well-being. İçinde *The psychology of technology: Social science research in the age of Big Data* (ss. 195-238). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000290-007>
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023.* (2023). Türkiye İstatistik Kurumu. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Hargittai, E., ve Hsieh, Y. P.** (2012). Succinct Survey Measures of Web-Use Skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95-107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>
- Hargittai, E., ve Hsieh, Y. P.** (2013). Digital inequality. İçinde W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of internet studies* (ss. 129-150). Oxford University Press.
- Haring, M. J., Stock, W. A., ve Okun, M. A.** (1984). A Research Synthesis of Gender and Social Class as Correlates of Subjective Well-Being. *Human Relations*, 37(8), 645-657. <https://doi.org/10.1177/001872678403700805>

- Hazar, Ç. M.** (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 0(32), Article 32.
- Heidrich, S. M., ve Ryff, C. D.** (1993). Physical and mental health in later life: The self-system as mediator. *Psychology and Aging*, 8(3), 327-338. <https://doi.org/10.1037//0882-7974.8.3.327>
- Hergenhahn, B. R.** (1984). *An Introduction to Theories of Personality*. Prentice-Hall.
- Hill, P. L., Turiano, N. A., Mroczek, D. K., ve Burrow, A. L.** (2016). The value of a purposeful life: Sense of purpose predicts greater income and net worth. *Journal of Research in Personality*, 65, 38-42. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2016.07.003>
- Hricko, M.** (2010). Using Microblogging Tools for Library Services. *Journal of Library Administration*, 50, 684-692. <https://doi.org/10.1080/01930826.2010.488951>
- Hu, Y., Manikonda, L., ve Kambhampati, S.** (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 595-598. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578>
- Huppert, F. A.** (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137-164. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>
- Hussain, Z., Kircaburun, K., Savcı, M., ve Griffiths, M.** (2023). *The role of aggression in the association of cyberbullying victimization with cyberbullying perpetration and problematic social media use among adolescents*. <https://doi.org/10.54127/AOJW5819>
- Huta, V., ve Ryan, R. M.** (2010). Pursuing pleasure or virtue: The differential and overlapping well-being benefits of hedonic and eudaimonic motives. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 11(6), 735-762. <https://doi.org/10.1007/s10902-009-9171-4>
- Huta, V., ve Waterman, A. S.** (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 15(6), 1425-1456. <https://doi.org/10.1007/s10902-013-9485-0>
- Ionedes, N. J.** (2008). *An exploration of social interest therapy as a treatment for depression in the elderly* [Doktora tezi]. Capella University.
- Iso-Ahola, S. E.** (1980). Toward a dialectical social psychology of leisure and recreation. *Toward a Dialectical Social Psychology of Leisure and Recreation.*, 19-37.
- Ivtzan, I., Chan, C. P. L., Gardner, H. E., ve Prashar, K.** (2013). Linking religion and spirituality with psychological well-being: Examining self-actualisation, meaning in life, and personal growth initiative. *Journal of Religion and Health*, 52(3), 915-929. <https://doi.org/10.1007/s10943-011-9540-2>

- İlhan, E., ve Görgülü Aydoğdu, A.** (2019). Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1130-1153.
- İnanç, B., Yazgan İnanç, B., ve Yerlikaya, E. E.** (2023). *Kişilik Kuramları Psikolojik Danışma ve Rehberlik* (19. bs). Pegem Akademi.
- İnce, M., ve Koçak, M. C.** (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- İşlek, M. S.** (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma* [Yüksek lisans tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jenkins, H.** (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>
- Jensen, K. B.** (Ed.). (2020). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. Routledge.
- Jimada, U.** (2020). Global Digital Technologies and the Homogenization of Culture in Africa. *Global Journal of Human-Social Science*, 20(C9), 23-28.
- Johnson, P., Smith, A. J., ve Nelson, M. D.** (2003). Predictors of social interest in young adults. *The Journal of Individual Psychology*, 59(3), 281-292.
- Jones, W. H., ve Carpenter, B. N.** (1986). Shyness, Social Behavior, and Relationships. İçinde W. H. Jones, J. M. Cheek, ve S. R. Briggs (Ed.), *Shyness: Perspectives on Research and Treatment* (ss. 227-238). Springer US. [https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0525-3\\_17](https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0525-3_17)
- Kabasakal, Z.** (2015). Life satisfaction and family functions as-predictors of problematic Internet use in university students. *Computers in Human Behavior*, 53, 294-304. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.019>
- Kağıtçıbaşı, Ç.** (2005). Autonomy and Relatedness in Cultural Context: Implications for Self and Family. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36(4), 403-422.
- Kahneman, D., Diener, E., ve Schwarz, N.** (Ed.). (1999). *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (ss. xii, 593). Russell Sage Foundation.
- Kalkan, M.** (2022). Sosyal ilgi. İçinde B. Ergüner Tekinalp ve Ş. Işık (Ed.), *Eğitimde Pozitif Psikoloji Uygulamaları* (6. bs, ss. 283-314). Pegem Akademi Yayıncılık. <https://doi.org/10.14527/9786053180685>
- Kandell, J. J.** (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 11-17. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.11>
- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M.** (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Kaplan, H. B.** (1991). Sex differences in social interest. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 47(1), 120-123.
- Kara, T.** (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. Beta Yayınevi.
- Karakoç, E., ve Bozkurt, İ.** (2015). İlköğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma: Elazığ örneği. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 37, 437-455.
- Karayığit, N.** (2017). Sosyo-ekonomik düzeyin psiko-sosyal gelişim ve dindarlığa etkileri. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(7), Article 7. <https://doi.org/10.17859/pauifd.292235>
- Kashdan, T., Biswas-Diener, R., ve King, L.** (2008). Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia. *The Journal of Positive Psychology*, 3, 219-233. <https://doi.org/10.1080/17439760802303044>
- Kemp, S.** (2023). *Digital 2023: Turkey*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>
- Keyes, C. L. M.** (2002). The Mental Health Continuum: From Languishing to Flourishing in Life. *Journal of Health and Social Behavior*, 43(2), 207-222. <https://doi.org/10.2307/3090197>
- Keyes, C. L. M.** (2007). Promoting and protecting mental health as flourishing: A complementary strategy for improving national mental health. *The American Psychologist*, 62(2), 95-108. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.62.2.95>
- Keyes, C. L. M., ve Ryff, C. D.** (2003). Somatization and mental health: A comparative study of the idiom of distress hypothesis. *Social Science & Medicine (1982)*, 57(10), 1833-1845. [https://doi.org/10.1016/s0277-9536\(03\)00017-0](https://doi.org/10.1016/s0277-9536(03)00017-0)
- Kılıç, Ç.** (2015). *Gündem belirleme kuramı çerçevesinde siyasal karar verme sürecine sosyal medya etkisinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kim, H. K., ve McKenry, P. C.** (2002). The relationship between marriage and psychological well-being: A Longitudinal analysis. *Journal of Family Issues*, 23(8), 885-911. <https://doi.org/10.1177/019251302237296>
- Kim, J., Lee, J. E., ve Lee, Y.** (2014). The relationship of purpose in life and hope to the psychological well-being and the family attitude of adults. İçinde K. C. Bronk (Ed.), *Purpose in life: A critical component of optimal youth development* (ss. 161-176). Springer.
- Kim, K., Ryu, E., Chon, M.-Y., Yeun, E.-J., Choi, S.-Y., Seo, J.-S., ve Nam, B.-W.** (2006). Internet addiction in Korean adolescents and its relation to depression and suicidal ideation: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*, 43(2), 185-192. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2005.02.005>
- Kim, Y. S., ve Lee, S. C.** (2022). Adaptive Personality, Communication Competence and Psychological Health. *Journal of Intercultural Communication*, 21(1), 1-18.

- Kleiber, D. A.,** Hutchinson, S. L., ve Williams, R. (2002). Leisure as a resource in transcending negative life events: Self-protection, self-restoration, and personal transformation. *Leisure Sciences*, 24(2), 219-235. <https://doi.org/10.1080/01490400252900167>
- Kocak, E., Nasir, V. A.,** ve Turker, H. B. (2020). What drives Instagram usage? User motives and personality traits. *Online Information Review*, 44(3), 625-643. <https://doi.org/10.1108/OIR-08-2019-0260>
- Koçak, G. N.** (2012). *Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklasımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama* [Doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kraidy, M.** (2006). *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press. [https://doi.org/10.26530/oopen\\_626979](https://doi.org/10.26530/oopen_626979)
- Kraut, R.,** Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., ve Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.9.1017>
- Kupfer, D. J.,** ve Reynolds, C. F. (1997). Management of insomnia. *The New England Journal of Medicine*, 336(5), 341-346. <https://doi.org/10.1056/NEJM199701303360506>
- Kuss, D. J., D. Griffiths, M.,** Karila, L., ve Billieux, J. (2014). Internet Addiction: A Systematic Review of Epidemiological Research for the Last Decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4026-4052.
- Kuşay, Y.** (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*. Beta Basım Evi.
- Kuyumcu, B.,** ve Güven, M. (2012). Türk ve İngiliz Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Oluş Duygusal Farkındalık ve Duygularını İfade Etmelerinin Ülke ve Cinsiyet Değişkenlerine Göre İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(3), 589-607.
- Kwak, H., Lee, C.,** Park, H., ve Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*, 591-600. <https://doi.org/10.1145/1772690.1772751>
- La, H.** (1975). Relationship of social interest to internal-external control and self-actualization in young women. *The Journal of Individual Psychology*.
- Lange, P. G.** (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361-380. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x>
- Larsen, R. J., Diener, E.,** ve Emmons, R. A. (1985). An Evaluation of Subjective Well-Being Measures. *Social Indicators Research*, 17(1), 1-17.
- Lawton, M. P.** (1983). The dimensions of morale. İçinde *Research planning and action for the elderly: The power and potential of social science* (ss. 144-165). Behavioral Publications.

- Lazarus, R. S.** (1966). *Psychological stress and the coping process*. McGraw-Hill.
- Lazarus, R. S.**, ve Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. Springer Publishing Company.
- Leak, G. K.** (1982). Two social interest measures and social desirability response sets. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 38(1), 42-46.
- Leak, G. K.**, ve Leak, K. C. (2006). Adlerian Social Interest and Positive Psychology: A Conceptual and Empirical Integration. *The Journal of Individual Psychology*, 62(3), 207-223.
- Leak, G. K.**, ve Williams, D. E. (1991). Relationship between social interest and perceived family environment. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 47(1), 159-165.
- Lee, E. J., Park, S. H.**, ve Uhlemann, M. R. (2010). The role of environmental mastery and social support in the stress–depression relationship among older Korean immigrants. *International Journal of Aging and Human Development*, 70(1), 1-21.
- Lee, G. R.**, Seccombe, K., ve Shehan, C. L. (1991). Marital Status and Personal Happiness: An Analysis of Trend Data. *Journal of Marriage and Family*, 53(4), 839-844. <https://doi.org/10.2307/352991>
- Leggett, D. G.**, Roberts-Pittman, B., Byczek, S., ve Morse, D. T. (2012). Cooperation, conflict, and marital satisfaction: Bridging theory, research, and practice. *The Journal of Individual Psychology*, 68(2), 182-199.
- Lenhart, A.**, Purcell, K., Smith, A., ve Zickuhr, K. (2010). Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials. *Pew Internet & American Life Project*. <https://eric.ed.gov/?id=ed525056>
- Lent, R. W.**, ve **Brown, S. D.** (2013). Social cognitive model of career self-management: Toward a unifying view of adaptive career behavior across the life span. *Journal of Counseling Psychology*, 60(4), 557-568. <https://doi.org/10.1037/a0033446>
- Lerner, R. M.** (2018). *Concepts and Theories of Human Development* (4. bs). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203581629>
- Li, J., Wang, J.**, Li, J., Qian, S., Jia, R., Wang, Y.-Q., Liang, J., ve Xu, Y. (2020). How do socioeconomic status relate to social relationships among adolescents: A school-based study in East China. *BMC Pediatrics*, 20. <https://doi.org/10.1186/s12887-020-02175-w>
- Lin, L. Y., Sidani, J. E.**, Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., ve Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Lindfors, P., Berntsson, L.**, ve **Lundberg, U.** (2006). Factor structure of Ryff's psychological well-being scales in Swedish female and male white-collar

- workers. *Personality and Individual Differences*, 40(6), 1213-1222. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.10.016>
- Logan, E., Kern, R., Curlette, W., ve Trad, A.** (1993). Couples adjustment, life-style similarity, and social interest. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 49(3-4), 456-467.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., ve Schkade, D.** (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111-131. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.111>
- Macit, H.** (2019). *Marmara bölgesi 'nde sosyal medya bağımlılığı bulunan bireylerin psikolojik semptomlarının incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Maddux, J. E.** (2008). Positive Psychology and the Illness Ideology: Toward a Positive Clinical Psychology. *Applied Psychology*, 57(s1), 54-70. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2008.00354.x>
- Mahmoud, H., ve AhmedShafik, S.** (2020). The Effect of Social Media on Family Relationships. *IOSR Journal of Nursing and Health Science*, 9(6), 47-57.
- Mangold, W. G., ve Faulds, D. J.** (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Markowski, E., ve Greenwood, P.** (1984). *Marital adjustment as a correlate of social interest*.
- Marmot, M., Ryff, C. D., Bumpass, L. L., Shipley, M., ve Marks, N. F.** (1997). Social inequalities in health: Next questions and converging evidence. *Social Science & Medicine* (1982), 44(6), 901-910. [https://doi.org/10.1016/s0277-9536\(96\)00194-3](https://doi.org/10.1016/s0277-9536(96)00194-3)
- Masten, A. S.** (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227-238. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.227>
- Merriam, S. B., Caffarella, R. S., ve Baumgartner, L. M.** (2007). *Learning in adulthood: A comprehensive guide, 3rd ed* (ss. xvi, 533). John Wiley & Sons Inc.
- Meunier, G. F., ve Royce, S.** (1988). Age and social interest. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*.
- Mills, R. J., Grasmick, H. G., Morgan, C. S., ve Wenk, D.** (1992). The Effects of Gender, Family Satisfaction, and Economic Strain on Psychological Well-Being. *Family Relations*, 41(4), 440-445. <https://doi.org/10.2307/585588>
- Miranda, A. O., ve Umhoefer, D. L.** (1998). Depression and social interest differences between Latinos in dissimilar acculturation stages. *Journal of Mental Health Counseling*, 20(2), 159-171.
- Mirowsky, J., ve Ross, C. E.** (2003). *Education, Social Status, and Health*. Aldine Transaction.

- Moschetta, P. V., ve Moschetta, E. F.** (1993). Encouraging social interest between married partners. *Individual Psychology: Journal of Adlerian Theory, Research & Practice*, 49(3-4), 399-405.
- Mroczek, D. K., ve Kolarz, C. M.** (1998). The effect of age on positive and negative affect: A developmental perspective on happiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(5), 1333-1349. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.5.1333>
- Mutlu Dünger, D., ve Can, F. Y.** (2021). Evli Bireylerde Evlilik Uyumu Ve Aşk Tutumunun Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi. *International Journal of Economics Administrative and Social Sciences*, 4(1), Article 1.
- Nakano, K.** (1991). [The cause-effect relationship between coping and psychological/physical symptoms]. *Shinrigaku Kenkyu: The Japanese Journal of Psychology*, 61(6), 404-408. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.61.404>
- Nathan, P. E., ve Langenbucher, J. W.** (1999). Psychopathology: Description and Classification. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 79-107. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.79>
- Navarro-Carrillo, G., Alonso-Ferres, M., Moya, M., ve Valor-Segura, I.** (2020). Socioeconomic Status and Psychological Well-Being: Revisiting the Role of Subjective Socioeconomic Status. *Frontiers in Psychology*, 11, 1303. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01303>
- Nikelly, A. G.** (1991). Social Interest A Paradigm for Mental Health Education. *Individual Psychology*, 47(1), 79.
- Nirun, N., ve Özönder, M. C.** (1988). Türk Sosyo-Kültür Yapısı İçindeki Normlar ve Fonksiyonları. *Erdem*, 5(11), Article 11.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., ve Chamarro, A.** (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Okabayashi, H., Liang, J., Krause, N., Akiyama, H., ve Sugisawa, H.** (2004). Mental health among older adults in Japan: Do sources of social support and negative interaction make a difference? *Social Science & Medicine*, 59(11), 2259-2270. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.02.024>
- O'Reilly, A., Ryan, D., ve Hickey, T.** (2010). The psychological well-being and sociocultural adaptation of short-term international students in Ireland. *Journal of College Student Development*, 51(5), 584-598. <https://doi.org/10.1353/csd.2010.0011>
- Otrar, M., ve Argin, F. S.** (2016). Ergenlerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Çok Boyutlu İncelenmesi. *Eğitim Ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori Ve Uygulama*, 10, Article 10.
- Ölçekçi, H.** (2020). Dijital İletişim ve Küresel Kültürel Etkileşimin Homojenleşme, Kutuplaşma ve Melezleşme Süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50, 146-163.

- Öz, F.**, ve Bahadır Yılmaz, E. (2009). Ruh Sağlığının Korunmasında Önemli Bir Kavram: Psikolojik Sağlık. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 16(3), 82-89.
- Özen, A.** (2017). Otonomluk Destekleyici Ebeveynlik, Otonomi ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7(47), 1-16.
- Özgür Güler, E.**, Veysikarani, D., ve Keskin, D. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), Article 1.
- Özsarı, İ.**, ve Batdal Karaduman, G. (2016). Investigation of Education Faculty Students' Social Media Usage and Loneliness. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim*, 9(1), 287-311.
- Pargament, K. I.**, Smith, B. W., Koenig, H. G., ve Perez, L. (1998). Patterns of positive and negative religious coping with major life stressors. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 37(4), 710-724. <https://doi.org/10.2307/1388152>
- Park, C. L.** (2007). Religiousness/spirituality and health: A meaning systems perspective. *Journal of Behavioral Medicine*, 30(4), 319-328. <https://doi.org/10.1007/s10865-007-9111-x>
- Pearlin, L. I.** (1975). Sex Roles and Depression. İçinde N. Danan ve L. H. Ginsberg (Ed.), *Life-Span Developmental Psychology* (ss. 191-207). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-203550-0.50018-9>
- Pempek, T. A.**, Yermolayeva, Y. A., ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Pierce, G. R.**, **Sarason, B. R.**, Sarason, I. G., Joseph, H. J., ve Henderson, C. A. (1996). Conceptualizing and assessing social support in the context of the family. İçinde *Handbook of social support and the family* (ss. 3-23). Plenum Press. [https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1388-3\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1388-3_1)
- Pinquart, M.** (2002). Creating and maintaining purpose in life in old age: A meta-analysis. *Ageing International*, 27(2), 90-114. <https://doi.org/10.1007/s12126-002-1004-2>
- Pistrang, N.**, Barker, C., ve Rutter, C. (1997). Social support as conversation: Analysing breast cancer patients' interactions with their partners. *Social Science & Medicine*, 45(5), 773-782. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(96\)00413-3](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(96)00413-3)
- Pondé, M. P.**, ve Santana, V. S. (2000). Participation in Leisure Activities: Is It a Protective Factor for Women's Mental Health? *Journal of Leisure Research*, 32(4), 457-472. <https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949927>
- Primack, B. A.**, Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., ve Miller, E. (2017). Social Media Use and Perceived Social

- Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- Procentese, F., Gatti, F., ve Di Napoli, I.** (2019). Families and Social Media Use: The Role of Parents' Perceptions about Social Media Impact on Family Systems in the Relationship between Family Collective Efficacy and Open Communication. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 5006. <https://doi.org/10.3390/ijerph16245006>
- Putnam, R. D.** (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community* (s. 541). Touchstone Books/Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Raacke, J., ve Bonds-Raacke, J.** (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Journal of Cybertherapy and Rehabilitation*, 11(2), 169-174. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0056>
- Radloff, L.** (1975). Sex differences in depression. *Sex Roles*, 1(3), 249-265. <https://doi.org/10.1007/BF00287373>
- Rennebohm, S. B., Seebeck, J., ve Thoburn, J. W.** (2017). Attachment, dyadic adjustment, and social interest: An indirect effects model. *The Journal of Individual Psychology*, 73(3), 208-224. <https://doi.org/10.1353/jip.2017.0017>
- Richards, D., Caldwell, P. H. Y., ve Go, H.** (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 51(12), 1152-1157. <https://doi.org/10.1111/jpc.13023>
- Rietveld, G.** (2004). Similarities Between Jewish Philosophical Thought and Adler's Individual Psychology. *Journal of Individual Psychology*, 60(3).
- Ro, C.** (2023). How scientists are using WhatsApp for research and communication. *Nature*. <https://doi.org/10.1038/d41586-023-01575-z>
- Rogers, C. R.** (1957). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95-103. <https://doi.org/10.1037/h0045357>
- Rogers, C. R.** (1961). *On becoming a person*. Houghton Mifflin.
- Rosenberg, M.** (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt183pjhh>
- Ruggeri, K., Garcia-Garzon, E., Maguire, Á., Matz, S., ve Huppert, F. A.** (2020). Well-being is more than happiness and life satisfaction: A multidimensional analysis of 21 countries. *Health and Quality of Life Outcomes*, 18(1), 192. <https://doi.org/10.1186/s12955-020-01423-y>
- Rutter, M.** (1993). Resilience: Some conceptual considerations. *The Journal of Adolescent Health: Official Publication of the Society for Adolescent Medicine*, 14(8), 626-631, 690-696. [https://doi.org/10.1016/1054-139x\(93\)90196-v](https://doi.org/10.1016/1054-139x(93)90196-v)

- Ryan, R. M., ve Deci, E. L.** (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>
- Ryff, C. D.** (1989a). Beyond Ponce de Leon and Life Satisfaction: New Directions in Quest of Successful Ageing. *International Journal of Behavioral Development*, 12(1), 35-55. <https://doi.org/10.1177/016502548901200102>
- Ryff, C. D.** (1989b). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Ryff, C. D.** (1991). Possible selves in adulthood and old age: A tale of shifting horizons. *Psychology and Aging*, 6(2). <https://doi.org/10.1037//0882-7974.6.2.286>
- Ryff, C. D.** (1995). Psychological well-being in adult life. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 99-104. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10772395>
- Ryff, C. D.** (2014). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 83(1), 10-28. <https://doi.org/10.1159/000353263>
- Ryff, C. D., ve Heidrich, S. M.** (1997). Experience and well-being: Explorations on domains of life and how they matter. *International Journal of Behavioral Development*, 20(2), 193-206. <https://doi.org/10.1080/016502597385289>
- Ryff, C. D., ve Keyes, C. L.** (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.69.4.719>
- Ryff, C. D., ve Marshall, V. W.** (1999). *The Self and Society in Aging Processes*. Springer Publishing Company.
- Ryff, C. D., ve Singer, B.** (1996). Psychological well-being: Meaning, measurement, and implications for psychotherapy research. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 65(1), 14-23. <https://doi.org/10.1159/000289026>
- Ryff, C. D., ve Singer, B. (Ed.).** (2002). From Social Structure to Biology: Integrative Science in Pursuit of Human Health and Well-Being. İçinde *Handbook of positive psychology* (ss. 541-555). Oxford University Press.
- Ryff, C. D., ve Singer, B. H.** (2008a). Know Thyself and Become What You Are: A Eudaimonic Approach to Psychological Well-Being. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 13-39. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9019-0>
- Ryff, C. D., ve Singer, B. H.** (2008b). Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 9(1), 13-39. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9019-0>

- Sajithra, K., ve Patil, R. (2013). Social Media – History and Components. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(1), 69-74. <https://doi.org/10.9790/487X-0716974>
- Schimmack, U., ve Diener, E.** (2003). Predictive Validity of Explicit and Implicit Self-Esteem for Subjective Well-Being. *Journal of Research in Personality*, 37, 100-106.
- Schlamm, L.** (2020). Individuation. İçinde D. A. Leeming (Ed.), *Encyclopedia of Psychology and Religion* (ss. 1163-1166). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-24348-7\\_329](https://doi.org/10.1007/978-3-030-24348-7_329)
- Schneider, L. J., ve Reuterfors, D. L.** (1981). The impact of birth order and sex on social interest. *Journal of Individual Psychology*, 37(1), 102-106.
- Schultz, P. W.** (2000). New Environmental Theories: Empathizing With Nature: The Effects of Perspective Taking on Concern for Environmental Issues. *Journal of Social Issues*, 56(3), 391-406. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00174>
- Seabrook, E. M., Kern, M. L., Fulcher, B. D., ve Rickard, N. S.** (2018). Predicting Depression From Language-Based Emotion Dynamics: Longitudinal Analysis of Facebook and Twitter Status Updates. *Journal of Medical Internet Research*, 20(5), e9267. <https://doi.org/10.2196/jmir.9267>
- Segrin, C., ve Taylor, M.** (2007). Positive interpersonal relationships mediate the association between social skills and psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 43(4), 637-646. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.01.017>
- Seligman, M. E. P.** (2001). Positive Psychology, Positive Prevention, and Positive Therapy. İçinde C. R. Snyder ve S. J. Lopez (Ed.), *Handbook of Positive Psychology* (ss. 3-7). Oxford University Press New York, NY. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195135336.003.0001>
- Sezgin, E. H.** (2019). *Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya reklamlarına karşı tutumun incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sfekas, S.** (2004, Haziran 27). *Aristotle's Principle of Individuation*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1068.6169>
- Shao, G.** (2009). Understanding the Appeal of User-Generated Media: A Uses and Gratification Perspective. *Internet Research*, 19, 7-25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Siddiqui, S., ve Singh, T.** (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75.
- Simon, R. W.** (2002). Revisiting the relationships among gender, marital status, and mental health. *AJS; American Journal of Sociology*, 107(4), 1065-1096. <https://doi.org/10.1086/339225>

- Skelton, A.** (2012). *Social Demographics: Who's Using Today's Biggest Networks*. Mashable.com.  
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=7135443052297573790&hl=en&oi=scholar>
- Smith, A., ve Anderson, M.** (2018). *Social Media Use in 2018*.  
<https://policycommons.net/artifacts/617452/social-media-use-in-2018/1598263/>
- Smith, C. A., ve Lazarus, R. S.** (1990). Emotion and adaptation. İçinde *Handbook of personality: Theory and research* (ss. 609-637). The Guilford Press.
- Smith, Johnson, R., ve Brown, A.** (2020). Subjective well-being and its relation to psychological well-being: An empirical study. *Journal of Positive Psychology*, 15(3), 201-215.
- Soyer, M.** (2001). *Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal İlgil Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi* [Doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soyer, M.** (2004). Toplumsal İlgil Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 3(21), Article 21. <https://doi.org/10.17066/pdrd.29889>
- Söner, O., ve Yılmaz, O.** (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-73.
- Sperry, J., ve Sperry, L.** (2020). Individual Psychology (Adler). İçinde V. Zeigler-Hill ve T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (ss. 2227-2231). Springer International Publishing.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3\\_1387](https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3_1387)
- Springer, K. W., Hauser, R. M., ve Freese, J.** (2006). Bad news indeed for Ryff's six-factor model of well-being. *Social Science Research*, 35(4), 1120-1131.  
<https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2006.01.003>
- Suh, E. M.** (2002). Culture, identity consistency, and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1378-1391.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1378>
- Sulloway, F. J.** (1996). *Born to rebel: Birth order, family dynamics, and creative lives*. Pantheon Books.
- Super, D. E.** (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3), 282-298. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(80\)90056-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(80)90056-1)
- Sweeney, T. J.** (1998). *Adlerian Counseling: A Practitioner's Approach*. Taylor & Francis.
- Şahin, A.** (2018). *Bireylerin hedonik tüketim davranışlarına sosyal medyanın etkisi / The effect of social media on hedonic consumption of individuals* [Yüksek lisans tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şener, G.** (2009). *Türkiye’de Facebook Kullanımı Araştırması*. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Şişman Eren, E.** (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Tali, T.** (2021). *Çocuk sahibi olan bireylerde sosyal medya bağımlılığının çocukluk çağı yaşantılarıyla olan ilişkisinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tamir, M., Schwartz, S. H., Oishi, S., ve Kim, M. Y.** (2017). The secret to happiness: Feeling good or feeling right? *Journal of Experimental Psychology: General*, 146(10), 1448-1459. <https://doi.org/10.1037/xge0000303>
- Tang, Y.-Y., Tang, R., ve Gross, J. J.** (2019). Promoting Psychological Well-Being Through an Evidence-Based Mindfulness Training Program. *Frontiers in Human Neuroscience*, 13, 237. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2019.00237>
- Taş, İ.** (2011). *Öğretmenlerde yaşamın anlamı yaşam doyumu sosyal karşılaştırma ve iç-dış kontrol odağının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Taylan, H. H., ve Arklan, Ü.** (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.
- Tektas, N.** (2013). Üniversite öğrencilerinde öznel ve psikolojik iyi olmanın yordayıcılarının incelenmesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014(17). <https://doi.org/10.14225/Joh474>
- Terzioğlu, Z. A., ve Çakır, S.** (2020). Üniversite öğrencilerinde öznel iyi oluş ve stres belirtilerinin yordayıcılarının incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 55, 206-225. <https://doi.org/10.21764/maeuefd.662923>
- Tezel, A.** (2011). Aile içi iletişim. *Journal of Human Sciences*, 8(1).
- The Changing World of Digital in 2023.* (2023). We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Thoits, P. A., ve Hewitt, L. N.** (2001). Volunteer Work and Well-Being. *Journal of Health and Social Behavior*, 42(2), 115-131. <https://doi.org/10.2307/3090173>
- Thornicroft, G.** (2006). *Shunned: Discrimination against people with mental illness*. Oxford University Press.
- Tiryaki, S.** (2015). *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı* (Ş. Balcı ve M. Kazaz, Ed.). Literatürk Academia.
- Tripathi, N. M.** (2018). *A valuation of Abraham Maslow’s theory of self-actualization for the enhancement of quality of life*. 9(3), 499.

- Tromholt, M.** (2016). The Facebook Experiment: Quitting Facebook Leads to Higher Levels of Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19(11), 661-666. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0259>
- Tuncer, B., ve Voltan-Acar, N.** (2006). Kaygı Düzeyleri Farklı Üniversite Hazırlık Sınıfı Öğrencilerinin Mükemmeliyetçilik Özelliklerinin incelenmesi. *Kriz Dergisi*, 14(2), 1-15. [https://doi.org/10.1501/Kriz\\_0000000247](https://doi.org/10.1501/Kriz_0000000247)
- Turgut, M., Kutlu, G., ve Mut, S.** (2018). Sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin iletişim becerileri ve sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6(1), 185-205.
- Turner, J., ve Reynolds, K. J.** (2010). The story of social identity. İçinde T. Postmes ve N. R. Branscombe (Ed.), *Rediscovering Social Identity: Key Readings* (ss. 13-32). Psychology Press, Taylor & Francis.
- Tutgun Ünal, A.** (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3, 155-155.
- Tutgun-Ünal, A.** (2015). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.*
- Tutgun-Ünal, A., ve Deniz, L.** (2020). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1289-1319. <https://doi.org/10.26466/opus.626283>
- Twenge, J. M.** (2019). More Time on Technology, Less Happiness? Associations Between Digital-Media Use and Psychological Well-Being. *Current Directions in Psychological Science*, 28(4).
- Uluç, G., ve Yarcı, A.** (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Utz, S., ve Breuer, J.** (2019). The relationship between networking, LinkedIn use, and retrieving informational benefits. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(3), 180-185. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0294>
- Uz Baş, A., Öz Soysal, S., ve Aysan, F.** (2016). Üniversite Öğrencilerinde Problemler İnternet Kullanımının Psikolojik İyi-oluş ve Sosyal Destek ile İlişkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 1035-1046.
- Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., ve Rots, I.** (2010). Internet parenting styles and the impact on Internet use of primary school children. *Computers & Education*, 55(2), 454-464. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.02.009>
- Vallerand, R. J., Salvy, S.-J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P. L., Grouzet, F. M. E., ve Blanchard, C.** (2007). On the Role of Passion in Performance. *Journal of Personality*, 75(3), 505-534. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00447.x>
- Van Deursen, A. J., ve van Dijk, J. A.** (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507-526. <https://doi.org/10.1177/1461444813487959>

- Van Dijck, J.** (2013). 'You have one identity': Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2), 199-215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
- Waite, L. J.** (2000). Trends in men's and women's well-being in marriage. *The ties that bind: Perspectives on marriage and cohabitation*, 368.
- Waterman, A. S.** (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678>
- Way, L. M.** (1962). *Adler's Place in Psychology: An Exposition of Individual Psychology*. Collier Books.
- Weidman, A. C., Fernandez, K. C., Levinson, C. A., Augustine, A. A., Larsen, R. J., ve Rodebaugh, T. L.** (2012). Compensatory internet use among individuals higher in social anxiety and its implications for well-being. *Personality and individual differences*, 53(3), 191-195. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.03.003>
- Wilson, W. R.** (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67(4), 294-306. <https://doi.org/10.1037/h0024431>
- Wood, W., Rhodes, N., ve Whelan, M.** (1989). Sex differences in positive well-being: A consideration of emotional style and marital status. *Psychological Bulletin*, 106(2), 249-264. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.249>
- Woods, H. C., ve Scott, H.** (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Yağmurlu Dara, A.** (2013). Diyalojik iletişim çerçevesinden ankara büyükşehir belediyesi sosyal medya uygulamaları. *Selçuk İletişim*, 8(1), 95-115.
- Yanar, A.** (2015). *Combining topology-based & content-based analysis for followee recommendation on Twitter* [Yüksek lisans tezi]. Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Yayla, H. M.** (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 40-65.
- Yazıcı, T., ve Özel, M.** (2017). Sosyal medyada anneliğin eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1715-1730.
- Yeniçikti, N. T.** (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak Instagram: Sosyal medya kullana 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.18094/si.84410>

- Yilman, M. A.** (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zafer, C., ve Vardarlier, P.** (2019). Toplumsal Gürültüden Toplumsal Hareketlere Sosyal Medyanın Rolü: Arap Baharı ve Gezi Parkı Olayları Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 379-390. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.472857>
- Zarrella, D.** (2010). *Das Social Media Marketing Buch*. Auflage.

## **EKLER**

EK A. Etik Kurul Onayı.....	159
EK B. Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu.....	160
EK C. Demografik Bilgi Formu.....	161
EK D. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği.....	162
EK E. Psikolojik İyi Olma Ölçeği.....	163
EK F. Toplumsal İlgil Ölçeği.....	165

## EK A. Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 05.01.2023-236



### FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARARI

Karar Tarihi	29/12/2022	Karar Sayısı	20/12
--------------	------------	--------------	-------

#### KURUL ÜYELERİ

Prof. Dr. Fahameddin BAŞAR / Rektör Yardımcısı - Başkan  
Prof. Dr. Erol KILIÇ / Güzel Sanatlar Fakültesi - Dekan - Üye  
Prof. Dr. Esra AKGÜL / MYO – Müdür - Üye  
Prof. Dr. Hasan BACANLI / Eğitim Fakültesi - Üye  
Prof. Dr. İbrahim KOCABAŞ / Eğitim Fakültesi – Dekan - Üye  
Prof. Dr. Fatma ALİSİNANOĞLU / Eğitim Fakültesi - Üye  
Prof. Dr. Sefa SAYGILI / Edebiyat Fakültesi - Üye  
Doç. Dr. Eyup Sabri KALA / Hukuk Müşaviri - Raportör

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 29.12.2022 tarihinde saat 10:00'da toplanmış ve aşağıdaki karar alınmıştır.

#### KARAR

**KARAR NO 2022-20/12** Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Hilal Burc UZDUR YAZICI'nın "Sosyal Medya Kullanımı, Psikolojik İyi Olma Hali ve Toplumsal İlgü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" isimli araştırmasında kullanacağı anket ve ölçeklerinin etik yönden uygunluğuna,

Toplantıya katılan Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin oy birliğı ile karar verildi.

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. Fahameddin BAŞAR  
Başkan

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. Hasan BACANLI  
Üye

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. Erol KILIÇ  
Üye

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. Sefa SAYGILI  
Üye

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. İbrahim KOCABAŞ  
Üye

*e-imzalıdır*  
Prof. Dr. Esra AKGÜL  
Üye

*Katılmadı*  
Prof. Dr. Fatma ALİSİNANOĞLU  
Üye

Doküman No: E0.FR-201; İlk Yayın Tarihi: 07.03.2019; Revizyon Tarihi: 20.07.2020; Revizyon No: 01; Sayfa: 1 / 1

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

## EK B. Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu

Tarih: ...../...../.....

### Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı tezi kapsamında Doç. Dr. İtir TARI CÖMERT danışmanlığında Hilal Burcu Yazıcı Uzdur tarafından yürütülmektedir. Bu araştırma ile sosyal medya kullanımı, psikolojik iyi oluş hali ve toplumsal ilgi arasındaki ilişkinin incelenerek alana katkı sağlayabilmek amaçlanmaktadır. Sizden beklenen, araştırma kapsamında size verilen bilgiler sonrası formlarda yer alan soruları eksiksiz yanıtlamanızdır. Soruların doğru ya da yanlış cevapları bulunmamaktadır. Önemli olan size en uygun olan cevabı işaretlemenizdir. Yarım bırakılan anketler değerlendirmeye alınamamaktadır. Bu nedenle soruların tamamının, eksiksiz ve samimi yanıtlanması araştırmanın analizi için önem taşımaktadır.

Araştırmadan elde edilen veriler bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Araştırmaya katılmanız halinde yanıtlarınız gizli tutulacak ve özenle saklanacaktır. Sizden kimliğinizi belirten herhangi bir kişisel bilgi istenmeyecektir. Araştırma süresince adınızı yazmanıza ya da söylemenize gerek duyulmamaktadır. Verdiğiniz kimlik bilgileri mevcutsa bu bilgiler gizli tutulacaktır. Ayrıca veriler toplu olarak değerlendirileceği için kişiye özel analiz söz konusu değildir.

Araştırmaya katılım tamamen gönüllük esasına dayanmaktadır. Bu sebeple katılmayı reddedebilir veya başladıktan sonra herhangi bir sebeple yarıda bırakabilirsiniz. Bu bilgilendirme formunu okuyup onay vermeniz çalışmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelmektedir. Eğer araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında daha fazla bilgi almaya ihtiyaç duyarsanız araştırmacı ile [hilalburcuyazici@gmail.com](mailto:hilalburcuyazici@gmail.com) adresinden iletişime geçebilirsiniz.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

**Katılımcının Beyanı:** Bilgilendirme yazısını okudum, söz konusu araştırmaya gönüllü olarak katılıyorum, bilgilerin bilimsel amaçlı yayınlarda kullanılmasını kabul ediyorum.

**Katılımcının imzası:** \_\_\_\_\_

## EK C. Demografik Bilgi Formu

### Demografik Bilgiler

Yaşınız: .....	Cinsiyetiniz: <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
Medeni Durumunuz:	<input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> İlişkisi var
Hangi ilde yaşıyorsunuz? .....	Çoğunlukla yaşadığınız yer : <input type="checkbox"/> Köy <input type="checkbox"/> İlçe <input type="checkbox"/> Büyükşehir
Nerede ikamet etmektesiniz?	<input type="checkbox"/> Ailemle <input type="checkbox"/> Arkadaşlarımla <input type="checkbox"/> Yalnız <input type="checkbox"/> Yurt
Öğrenci iseniz	Okuduğunuz Bölüm: ..... Sınıf: .....
Eğitim Durumunuz (En son mezun olduğunuz okulu göz önünde bulundurunuz.) <input type="checkbox"/> Okuma – yazma bilen <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Lisans Üstü <input type="checkbox"/> Doktora	
Çalışma durumunuz nedir?	<input type="checkbox"/> Ev Hanımı <input type="checkbox"/> Çalışıyor <input type="checkbox"/> Çalışmıyor
Hangi seçenek ekonomik düzeyinizi en iyi tanımlamaktadır?	<input type="checkbox"/> Düşük <input type="checkbox"/> Orta <input type="checkbox"/> Yüksek

Nasıl bir ailede yetiştiniz?	<input type="checkbox"/> Çekirdek aile (anne-baba ve kardeşler) <input type="checkbox"/> Aile büyükleri veya akrabalarla birlikte (Geniş aile) <input type="checkbox"/> Anne-baba ayrı veya boşanmış <input type="checkbox"/> Anne-babadan birinin ölümü
Anne ve babanız ile ilgili hangi durum uygundur?	<input type="checkbox"/> Sağ ve birlikeler <input type="checkbox"/> Vefat <input type="checkbox"/> Ayrı/ boşanmış
Annenizin eğitim durumu nedir?	<input type="checkbox"/> Okuryazar <input type="checkbox"/> Okuryazar değil <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Yüksekokul <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans / Doktora
Babanızın eğitim durumu nedir?	<input type="checkbox"/> Okuryazar <input type="checkbox"/> Okuryazar değil <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Yüksekokul <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans / Doktora
Size göre anne-babanız sizi yetiştirirken nasıl bir tutum içindeydi? Lütfen sadece bir seçeneği işaretleyiniz. Anne: <input type="checkbox"/> Demokratik <input type="checkbox"/> Otoriter <input type="checkbox"/> İhmalkar <input type="checkbox"/> Aşırı Koruyucu <input type="checkbox"/> Hoşgörülü <input type="checkbox"/> Kaygılı Baba: <input type="checkbox"/> Demokratik <input type="checkbox"/> Otoriter <input type="checkbox"/> İhmalkar <input type="checkbox"/> Aşırı Koruyucu <input type="checkbox"/> Hoşgörülü <input type="checkbox"/> Kaygılı	
Olumsuz değerlendirebileceğiniz olaylar(şiddet, ekonomik yoksunluk, aile içi çatışma...) yaşadınız mı? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	
Daha önce psikolojik / psikiyatrik rahatsızlık sebebiyle tedavi gördünüz mü?	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır
Şu anda psikolojik / psikiyatrik yardım alıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır
Herhangi bir nörolojik /psikolojik /psikiyatrik rahatsızlığınız var mı? Tanı	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır
Herhangi bir psikiyatrik ilaç kullanıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır
Psikolojik / psikiyatrik yardım ihtiyacı hissediyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır

Akıllı telefonunuz var mı?	<input type="checkbox"/> Evet ..... <input type="checkbox"/> Hayır
Bunlar ve benzeri sosyal medya platformlarından hangilerini aktif şekilde kullandığınızı belirtiniz. <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Whatsapp <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> SnapChat <input type="checkbox"/> Diğer.....	
Birinci sırada (en çok) kullandığınız sosyal medya uygulaması hangisidir?(yalnızca birini seçiniz) <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Whatsapp <input type="checkbox"/> Pinterest <input type="checkbox"/> SnapChat <input type="checkbox"/> Diğer.....	
Sosyal medya uygulamalarına hangi cihaz türlerinden erişiyorsunuz? <input type="checkbox"/> Sadece Masaüstü Bilgisayar <input type="checkbox"/> Sadece Mobil Cihazlar (laptop, tablet, akıllı telefon) <input type="checkbox"/> Masaüstü ve Mobil Cihazlar (laptop, tablet, akıllı telefon) <input type="checkbox"/> Sadece cep telefonu (akıllı telefon)	
Ne zamandan beri sosyal medyayı kullanıyorsunuz? <input type="checkbox"/> 1 yıldan az <input type="checkbox"/> 1-3 yıl arası <input type="checkbox"/> 4-6 yıl arası <input type="checkbox"/> 7 yıldan fazla	
Günde ne kadar süre? <input type="checkbox"/> 1 saatten az <input type="checkbox"/> 1-3 saat arası <input type="checkbox"/> 4-6 saat arası <input type="checkbox"/> 7 saatten fazla <input type="checkbox"/> Devamlı çevrimiçi bulunurum	
Kendinizi sosyal medya bağımlısı olarak görüyor musunuz?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Sosyal medya günlük yaşamınızı etkiliyor mu?	<input type="checkbox"/> Çoğunlukla etkiler <input type="checkbox"/> Nadiren etkiler <input type="checkbox"/> Etkilemez
Hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullanırsınız? <input type="checkbox"/> Mutlu olduğum anlarda <input type="checkbox"/> Mutsuz olduğum anlarda <input type="checkbox"/> Her iki durumda da	
Kendinizi ne sıklıkla yalnız hissedersiniz? <input type="checkbox"/> Hiçbir zaman <input type="checkbox"/> Nadiren <input type="checkbox"/> Bazen <input type="checkbox"/> Sık Sık <input type="checkbox"/> Her Zaman	
Sosyal medya kullanım amacınız (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz) <input type="checkbox"/> Kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmak <input type="checkbox"/> Eğitim <input type="checkbox"/> Alışveriş <input type="checkbox"/> Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak <input type="checkbox"/> Arkadaşlarla iletişim <input type="checkbox"/> Farklı arkadaşlar edinmek <input type="checkbox"/> Düşünce paylaşmak <input type="checkbox"/> Beğendiğim hesapları takip etmek <input type="checkbox"/> Diğer.....	
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ünlüleri takip ediyor musunuz? <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	
Takip ettiğiniz sosyal medya fenomenleri genellikle hangi alanda yayın yapmakta? <input type="checkbox"/> Seyahat <input type="checkbox"/> Eğlence <input type="checkbox"/> Müzik <input type="checkbox"/> Makyaj/ Kıyafet <input type="checkbox"/> Yemek <input type="checkbox"/> Bilim/ Sanat <input type="checkbox"/> Spor / Teknoloji <input type="checkbox"/> Siyaset <input type="checkbox"/> Diğer.....	
Hangileri sosyal medya kullanmayı tercih etmenizin sebepleri olabilir? <input type="checkbox"/> Fikir ve düşüncelerimi rahatça ifade edebilmek <input type="checkbox"/> Tanıdığımız kişilere daha kolay ulaşabilmek <input type="checkbox"/> Herhangi bir konuda rahatlıkla örgütlenebilmek <input type="checkbox"/> Gittikçe sosyalleşen ortamlarda asosyal kalmamak <input type="checkbox"/> Gündemden ve çevremdekilerden haberdar olmak <input type="checkbox"/> Mahalle baskısının olmaması	
Sosyal medyada beğenileriniz (Like) ile ilgili hangi seçenek doğrudur? <input type="checkbox"/> Kişiye göre, beni beğenenleri ben de beğen yaparım <input type="checkbox"/> İçeriğe göre, okuyup/görüp beğen yaparım <input type="checkbox"/> Sadece göz atarım beğen yapmam <input type="checkbox"/> Diğer yazınız .....	

## EK D. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

	Bana Hiç Uygun Değil	Bana Az Uygun	Bana Orta Seviyede Uygun	Bana Çok Uygun	Bana Tamamen Uygun
<b>Sosyal Medya Kullanım Ölçeği</b>					
1. Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissedirim.					
2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
3. Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					
4. Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.					
5. Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.					
6. Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.					
7. Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.					
8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.					

## EK E. Psikolojik İyi Olma Ölçeği

Aşağıda kendiniz ve yaşamınız hakkında hissettiklerinizle ilgili bir dizi ifade yer almaktadır. Lütfen doğru veya yanlış cevap olmadığınızı unutmayınız. Her bir cümleye katılma ya da katılmama durumunuzu en iyi şekilde gösteren numarayı işaretleyiniz.		Hiç katılmıyorum	Çoğunlukla katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Çoğunlukla katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	Çoğu insan beni sevecen ve şefkatli biri olarak görür.	1	2	3	4	5	6
2	Bazen çevremdeki insanlara daha fazla benzemek için davranış ve düşünce tarzımı değiştirim.	1	2	3	4	5	6
3	Genellikle yaşamımdaki olaylardan sorumlu olduğumu hissederim.	1	2	3	4	5	6
4	Ufkumu genişletecek aktivitelerle ilgilenmem.	1	2	3	4	5	6
5	Geçmişte yaptıklarımı ve gelecekte yapmak istediklerimi düşündüğümde kendimi iyi hissederim.	1	2	3	4	5	6
6	Yaşamımı gözden geçirdiğimde, yaşamımdaki olayların sonuçlarından memnuniyet duyarım.	1	2	3	4	5	6
7	Yakın ilişkilerimi sürdürmek benim için zordur.	1	2	3	4	5	6
8	Çoğu insanın görüşlerine ters düşse bile düşüncelerimi dile getirmekten korkmam.	1	2	3	4	5	6
9	Günlük yaşam gereksinimleri sıklıkla tüm enerjimi bitirir.	1	2	3	4	5	6
10	Genellikle her geçen gün kendime ilişkin daha fazla şey öğrendiğimi hissederim.	1	2	3	4	5	6
11	İçinde bulunduğum günü yaşarım ve geleceğe yönelik gerçekten hiçbir şey düşünmem.	1	2	3	4	5	6
12	Genellikle kendimi güvenli ve iyi hissederim.	1	2	3	4	5	6
13	Problemlerimi paylaşabileceğim yakın arkadaşım az olduğum için kendimi çoğunlukla yalnız hissederim.	1	2	3	4	5	6
14	Verdiğim kararlar çoğunlukla diğer insanların davranışlarından etkilenmez.	1	2	3	4	5	6
15	Çevremdeki insanlar ve toplumla pek uyumlu değildir.	1	2	3	4	5	6
16	Yeni şeyler denemekten hoşlanmıyorum.	1	2	3	4	5	6
17	Şimdiye odaklanmayı tercih ederim, çünkü gelecek daima sorunları da beraberinde getirir.	1	2	3	4	5	6
18	Tanıdığım insanlardan çoğunun yaşamlarında benden daha fazla şey elde ettiklerini düşünürüm.	1	2	3	4	5	6
19	Ailem ve arkadaşlarımla sohbet etmekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5	6
20	Diğer insanların benim hakkımdaki düşünceleri beni kaygılandırır.	1	2	3	4	5	6
21	Günlük yaşamımdaki çoğu sorumluluklarımı yerine getirmede gayet iyiyim.	1	2	3	4	5	6
22	Hayatım şu anda oldukça iyi gidiyor, bir şeyleri yapmak için yeni yollar denemek istemiyorum.	1	2	3	4	5	6
23	Yaşamımın bir yönü ve amacı olduğum hissine sahibim.	1	2	3	4	5	6
24	Fırsatım olursa kendimle ilgili değiştirmek istediğim çok şey var.	1	2	3	4	5	6
25	Arkadaşlarım problemlerini anlatırken onları dikkatle dinlemek benim için önemlidir.	1	2	3	4	5	6
26	Benim için kendimden memnun olmak diğerlerinin onayını almaktan daha önemlidir.	1	2	3	4	5	6
27	Çoğunlukla sorumluluklarım altında ezildiğimi hissederim.	1	2	3	4	5	6
28	Kendime ve dünyaya yönelik bakış açımı değiştirecek yeni deneyimleri önemserim.	1	2	3	4	5	6
29	Günlük yaşam olayları çoğunlukla bana saçma ve önemsiz gelir.	1	2	3	4	5	6
30	Kişiliğimin pek çok yönünü beğenirim.	1	2	3	4	5	6
31	Konuşma ihtiyacı hissettiğimde beni dinlemeye istekli çok fazla insan yok.	1	2	3	4	5	6
32	Güçlü fikirleri olan insanlardan etkilenme eğilimine sahibim.	1	2	3	4	5	6
33	Yaşamımdan mutsuz olursam onu değiştirmek için etkili önlemler alırım.	1	2	3	4	5	6
34	Bir birey olarak gerçekten yıllardır kendimi çok fazla geliştirmediğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6
35	Yaşamda ne elde etmeye çalıştığıma yönelik sağlıklı bir hisse sahip değilim.	1	2	3	4	5	6
36	Geçmişte bazı hatalar yaptım, ancak yine de her şeyin en iyi şekilde sonuçlandığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6
37	Dostluklarımın bana çok şey kattığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6
38	İnsanlar yapmak istemediğim şeyleri yaptırabilmek için nadiren beni ikna edebilirler.	1	2	3	4	5	6
39	Kişisel ve mali işlerimi yönetmede genellikle başarılıyım.	1	2	3	4	5	6
40	Bana göre her yaşta insan kendini geliştirme ve yetiştirme devam edebilir.	1	2	3	4	5	6

## EK E. Psikolojik İyi Olma Ölçeği- devam

41	Eskiden kendime amaçlar belirlerdim, fakat şimdi bu tür şeyler zaman kaybı gibi görünüyor.	1	2	3	4	5	6
42	Birçok yönden yaşamdan elde ettiklerime ilişkin hayal kırıklığı yaşadığımı hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
43	Birçok kişinin benden daha fazla arkadaşı olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6
44	Benim için diğer insanlarla uyumlu olmak ilkelerimle yalnız başıma yaşamaktan daha önemlidir.	1	2	3	4	5	6
45	Her gün yapmak zorunda olduğum şeyleri yetiştiremem bende stres oluşturuyor.	1	2	3	4	5	6
46	Zamanla beni daha güçlü ve yetenekli bir birey haline getiren bir anlayış kazandım.	1	2	3	4	5	6
47	Geleceğe yönelik planlar yapmaktan ve onları gerçekleştirmek için çalışmaktan zevk alırım.	1	2	3	4	5	6
48	Çoğunlukla kendimle ve yaşam tarzımla gurur duyarım.	1	2	3	4	5	6
49	İnsanlar beni özverili ve zamanımı diğerleriyle paylaşmaya istekli birisi olarak tanımlarlar.	1	2	3	4	5	6
50	Genel kaniya ters düşse de görüşlerime güvenirim.	1	2	3	4	5	6
51	Yapılması gereken şeyleri yetiştirebilmek için zamanımı planlamada oldukça iyiyimdir.	1	2	3	4	5	6
52	Bir birey olarak zamanla kendimi çok geliştirdiğim kanısına sahibim.	1	2	3	4	5	6
53	Kendim için belirlediğim planlarımı yerine getirmede aktif bir kişiyim.	1	2	3	4	5	6
54	Birçok insanın yaşamına imrenirim.	1	2	3	4	5	6
55	Diğer insanlarla çok samimi ve güvenilir ilişkiler yaşamadım.	1	2	3	4	5	6
56	Tartışmalı konularla ilgili görüşlerimi dile getirmek benim için zordur.	1	2	3	4	5	6
57	Günlük yaşamım çok yoğun ancak her şeyi yetiştirmekten doyum alıyorum.	1	2	3	4	5	6
58	Eski alışkanlıklarımı değiştirmemi gerektiren yeni ortamlarda bulunmaktan hoşlanmıyorum.	1	2	3	4	5	6
59	Bazı insanlar yaşamını amaçsızca geçirir ancak ben onlardan biri değilim.	1	2	3	4	5	6
60	Kendime yönelik tutumlarım muhtemelen, diğer insanların kendilerine yönelik tutumları kadar olumlu değildir.	1	2	3	4	5	6
61	Arkadaşlık ilişkilerinde kendimi genellikle dışarıdan bakan birisiymiş gibi hissedirim.	1	2	3	4	5	6
62	Arkadaşlarım veya ailem onaylamazsa çoğunlukla kararlarımı değiştiririm.	1	2	3	4	5	6
63	Günlük yaşam aktivitelerimi planlamaya çalıştığımında hayal kırıklığı yaşıyorum, çünkü yapmayı tasarladığım şeyleri asla tamamlayamam.	1	2	3	4	5	6
64	Benim için yaşam sürekliliği bir öğrenme, değişim ve gelişim sürecidir.	1	2	3	4	5	6
65	Bazen kendimi yapılması gereken her şeyi yapmış gibi hissedirim.	1	2	3	4	5	6
66	Yaşadığım hayatla ilgili olarak çoğunlukla sabahları yılmım biçimde uyanırım.	1	2	3	4	5	6
67	Arkadaşlarıma güvenebileceğimi bilirim, onlar da bana güvenebileceklerini bilirler.	1	2	3	4	5	6
68	Belirli bir biçimde düşünmem veya davranmam için yapılan sosyal baskılara boyun eğecek biri değilim.	1	2	3	4	5	6
69	Benim için gerekli olan aktivite ve ilişkileri bulmada oldukça başarılıyım.	1	2	3	4	5	6
70	Görüşlerimin zamanla nasıl değiştiğini ve olgunlaştığını görmekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5	6
71	Yaşam amaçlarım benim için bir hayal kırıklığı değil doyum kaynağı olmuştur.	1	2	3	4	5	6
72	Geçmiş yaşamımda iniş çıkışlarım olmuştur ancak genellikle geçmişi değiştirmek istemezdim.	1	2	3	4	5	6
73	Diğerleriyle konuşurken kendimi açmak benim için zordur.	1	2	3	4	5	6
74	Yaşamımdaki seçimlerimi diğer insanların nasıl değerlendirdiğine ilişkin endişe duyarım.	1	2	3	4	5	6
75	Yaşamımı doyum sağlayacak şekilde düzenlemede zorlanırım.	1	2	3	4	5	6
76	Yaşamımda büyük yenilikler veya değişiklikler yapmayı denemekten uzun zaman önce vazgeçtim.	1	2	3	4	5	6
77	Yaşamdan neler kazandığımı düşünmek benim için doyum vericidir.	1	2	3	4	5	6
78	Kendimi arkadaşlarım ve tanıdıklarımla karşılaştığımda kim olduğuma ilişkin kendimi iyi hissedirim.	1	2	3	4	5	6
79	Ben ve arkadaşlarım birbirimizin problemlerine karşı duyarlı davranırız.	1	2	3	4	5	6
80	Kendimi değerlendirirken başkalarının önemseyemediği değerleri değil kendi değerlerimi dikkate alırım.	1	2	3	4	5	6
81	Zevklerime uygun bir ev ve yaşam tarzı kurabildim.	1	2	3	4	5	6
82	Bence "yaşlı bir köpeğe yeni numaralar öğretilemez" sözü doğrudur.	1	2	3	4	5	6
83	Genel bir değerlendirme yaptığımda yaşamdan elde ettiklerimin çok fazla olduğundan emin değilim.	1	2	3	4	5	6
84	Herkesin yetersizlikleri vardır ancak benimkiler daha fazla gibi görünüyor.	1	2	3	4	5	6

## EK F. Toplumsal İlgı Ölçeği

	Tümüyle uygun	Genellikle Uygun	Kısmen Uygun	Çok az Uygun	Hiç Uygun Deği
	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
1. Topluluklara katılmaktan zevk duyarım.	( )	( )	( )	( )	( )
2. Arkadaşlara yardım etmekten kaçınmam.	( )	( )	( )	( )	( )
3. Sorunlarını paylaşmak için arkadaşlarım beni ararlar.	( )	( )	( )	( )	( )
4. Toplum düzenini korumak için bazı oluşturulmuş kurallara gereklidir.	( )	( )	( )	( )	( )
5. Benim başarımlar başkasının başarısını engellemelidir.	( )	( )	( )	( )	( )
6. Gerektiğinde arkadaşlarımdan yardım isterim.	( )	( )	( )	( )	( )
7. Arkadaşlarım benim varlığımın onlar için önemli olduğunu söylerler.	( )	( )	( )	( )	( )
8. İnsanlarla kolay ilişki kurup dostluk geliştiririm.	( )	( )	( )	( )	( )
9. Bana göre arkadaşlık ilişkileri hem hoş vakit geçirme ve hem yardımlaşma temeline dayanır.	( )	( )	( )	( )	( )
10. Dünyada bir yerim olduğunu düşünüyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
11. Yapabileceğimin en iyisini yapmaya çalışırım.	( )	( )	( )	( )	( )
12. Başkaları ile yarışma yerine kendimle yarışmayı yeğlerim.	( )	( )	( )	( )	( )
13. Karar verme işini ne çok aceleyle getiririm ne de sallantıda bırakırım.	( )	( )	( )	( )	( )
14. Karar verirken iyi hesaplanmış riskleri gözde alabilirim.	( )	( )	( )	( )	( )
15. Bazı yeteneklerimle başarılı olabiliyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
16. Çevremdekiler tarafından kabul edilen bir insanım.	( )	( )	( )	( )	( )
17. Ne zaman evden ayrılısam aile bireylerim yokluğumu hissettiklerini söylerler.	( )	( )	( )	( )	( )
18. Sevdiğim insanların ufak tefek hatalarını görmezlikten gelebilirim.	( )	( )	( )	( )	( )
19. Evlilikte kadın ve erkeğin rolleri eşit önemde olmalıdır.	( )	( )	( )	( )	( )
20. Eşimle veya karşı cinsten arkadaşla ilişkiyerimde hem alıcı hem verici olmayı tercih ederim.	( )	( )	( )	( )	( )
21. Eşimle veya karşı cinsten olan arkadaşla olan ilişkimde ona güvenirim.	( )	( )	( )	( )	( )
22. Eşimi veya karşı cinsten arkadaşımı sık sık eleştiririm.	( )	( )	( )	( )	( )
23. Eşim veya karşı cinsten arkadaşla aramızda bir sorun olduğunda konuşarak çözmeye çalışırım.	( )	( )	( )	( )	( )
24. Cocuğumu yetiştirirken ona iyi bir model olmaya çalışırım.	( )	( )	( )	( )	( )
25. Aile ilişkilerimde onlara karşı açık sözlüyümdür.	( )	( )	( )	( )	( )
26. İşleri diğer insanlarla birlikte yapmayı tercih ederim.	( )	( )	( )	( )	( )
27. Bir işi bitirmek benim için önemlidir.	( )	( )	( )	( )	( )
28. Çalışkan biriyim.	( )	( )	( )	( )	( )
29. Ülkenin önemli sorunlarının çözümünü için çeşitli kuruluşlarda rol almak isterim.	( )	( )	( )	( )	( )
30. Yeni bir işe başlamak bana heyecan verir.	( )	( )	( )	( )	( )
31. İyi bildiğim bir işi başkalarına öğretmekten zevk alırım.	( )	( )	( )	( )	( )
32. Yeterli olmadığım konularda o işi iyi bilen birinin bana öncülük etmesinde sakınca görmem.	( )	( )	( )	( )	( )
33. Yaptığım işlerde diğer insanların katkıları vardır.	( )	( )	( )	( )	( )
34. İşimde amacıma ulaşmaya çalışırken iş arkadaşlarımla çıkarılmı da gözetirim.	( )	( )	( )	( )	( )
35. Bir işi yaparken insanlarla yarışma yerine işbirliği yapmayı tercih ederim.	( )	( )	( )	( )	( )
36. İnsanların bana nasıl davranmasını istiyorsam ben de onlara öyle davranırım.	( )	( )	( )	( )	( )
37. Yaptığım iş yaşamıma bir anlam katar.	( )	( )	( )	( )	( )
38. Yaptığım işin insanlara yarar sağlaması için çaba harcarım.	( )	( )	( )	( )	( )
39. Gelecek kuşaklara daha iyi yaşanırl bir dünya oluşturmak için elimden geleni yapmaya hazırım.	( )	( )	( )	( )	( )
40. Başkalarının haklarına kendiminkiler kadar saygı gösteririm.	( )	( )	( )	( )	( )
41. Kendi ihtiyaçlarımı karşılarken toplumun beklentilerini de hesaba katarım.	( )	( )	( )	( )	( )
42. İnsanların çoğunun yararına olan bir etkinlik için kişisel çıkarlarımdan vazgeçebilirim.	( )	( )	( )	( )	( )
43. İnsanoğlu gelecekte, geçmişe kıyasla insanlığa daha olumlu katkılar yapacaktır.	( )	( )	( )	( )	( )
44. İnsan, yaradılışı itibarıyla yardım etme ve işbirliği yapma eğilimine sahiptir.	( )	( )	( )	( )	( )
45. Hayatı yaşamaya değer buluyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
46. Dünya sorunlarıyla ilgilenmekten hoşlanırım.	( )	( )	( )	( )	( )
47. Dünyanın doğal kaynaklarının tükenmesi beni düşündürüyor.	( )	( )	( )	( )	( )
48. İnsanlar doğayı koruma yollarını öğrenmelidirler.	( )	( )	( )	( )	( )
49. Doğayı korumaya yönelik bir kuruluşun etkin üyesi olmak isterim.	( )	( )	( )	( )	( )
50. Dünyadaki varlıklar sevgi ile korunabilir.	( )	( )	( )	( )	( )
51. Dünyadaki tarihi ve kültürel değerleri korumalıyız.	( )	( )	( )	( )	( )
52. Doğal dengeyi bozacağı için herhangi bir hayvan ve bitki çeşidinin yok edilmesine karşıyım.	( )	( )	( )	( )	( )