

# SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE YAŞAM DOYUM DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Şule DOYAROĞLU<sup>1</sup>, Cemal Onur NOYAN<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Üsküdar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bağımlılık Danışmanlığı ve Rehabilitasyon Yüksek Lisans Programı • Orcid: 0000-0002-1314-5618

<sup>2</sup> Tıp Fakültesi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul, Türkiye • Orcid: 0000-0002-4819-1032

**Yazışma Adresi/Correspondence:** Şule DOYAROĞLU

Üsküdar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bağımlılık Danışmanlığı ve Rehabilitasyon Yüksek Lisans Programı

e-posta: psksuledoyaroglu@gmail.com

DOI: 10.32739/car.2023.7.2.217

## Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyum Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

## Investigation of the Relationship Between Social Media Use and Life Satisfaction Level

### ÖZET

Bu çalışmada, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım bozukluğu ve yaşam doyum arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmaya 221 yetişkin birey katılmıştır. Katılımcılara Sosyodemografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Yaşam Doyumu Ölçeği uygulanmıştır. Katılımcıların anket yanıtları SPSS 28.0 paket yazılımına girilerek istatistiksel analizler yürütülmüştür. Sosyodemografik değişkenler bakımından yapılan karşılaştırmalar için bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Sosyal medya kullanım bozukluğu ile yaşam doyum arasındaki ilişkinin incelenmesi için Pearson korelasyonu uygulanmıştır. Yaşam doyumunun sosyal medya tarafından yordayıcılığının incelenmesi amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, erkek katılımcıların sosyal medya kullanım bozukluğu puanları kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur. Öte yandan, sosyal medyada geçirilen süre ve sosyal medya uygulamalarının sayısı arttıkça sosyal medya kullanım bozukluğu skorlarının artış gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Öte yandan, bekar ve düşük eğitim düzeyi bildiren katılımcıların sosyal kullanım bozukluğu skorları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Yaşam doyumuna ilişkin bulgular incelendiğinde, evli olanlar, gelir düzeyi yüksek olanlar ve çalışan katılımcıların yaşam doyum puanlarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu saptanmıştır. Yaşam doyum ve sosyal medya kullanım bozukluğu puanları arasındaki ilişki incelendiğinde, sosyal medya skorlarının artışı ve yaşam doyum skorlarının düşüşü arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca, sosyal medya kullanım bozukluğu çatışma alt boyutunun yaşam doyumunu negatif yönlü ve anlamlı düzeyde yordadığı sonucu elde edilmiştir. Araştırma bulgularının, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya kullanımının ilişkili olduğu faktörlerin anlaşılması bakımından gelecekteki uygulama ve araştırmalara katkı sunması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** bağımlılık, sosyal medya, sosyal medya kullanımı, yaşam doyum

### ABSTRACT

In this study, the relationship between social media use disorder and life satisfaction in adults was examined. 221 adult individuals participated in the study. Sociodemographic Information Form, Social Media Addiction Scale (SMAS) and Satisfaction with Life Scale were applied to the participants. The survey responses of the participants were entered into SPSS 28.0 package software and statistical analyzes were conducted. Independent sample t-test and one-way ANOVA were applied for comparisons in terms of sociodemographic variables. Pearson correlation was applied to examine the relationship between social media use disorder and life satisfaction. Multiple regression analysis was applied to examine the prediction of life satisfaction by social media use disorder to the findings of the study, male participants had higher social media use disorder scores than female participants. On the other hand, as the time spent on social media and the number of social media applications increased, social media use disorder scores increased. On the other hand, the social media use disorder scores of single participants and participants reporting low education level were found to be significantly higher. When the findings related to life satisfaction were analyzed, it was found that the life satisfaction scores of the participants who were married, had a higher income level and were employed were significantly higher. When the relationship between life satisfaction and social media use disorder scores was analyzed, it was found that there was a significant relationship between the increase in social media scores and the decrease in life satisfaction scores. In addition, it was found that the conflict sub-dimension of social media use disorder predicted life satisfaction negatively and significantly. The findings of the study are expected to contribute to future applications and researches in terms of understanding the factors related to social media use, which has become an indispensable part of daily life.

**Keywords:** addiction, social media, social media use, life satisfaction

## GİRİŞ

Temeldeki amacı bilgi sağlamak, iletişim kurmak olan internet teknolojisi zamanla tahmin edilemeyen bir boyutta kullanılmaya başlanmıştır (1). Özellikle akıllı telefonların hayatımıza girmesi ile internet kullanımı oldukça hız kazanmış bununla birlikte kullanımı da her geçen gün artmıştır. Pandeminin etkisi ile insanların birbirinden uzak kalması, online seçeneklerin tercih edilmek zorunda oluşu gibi yaşanan süreçlerin sonunda internet kullanım oranlarında daha çok artış olmuş ve kişiler daha fazla kullanmaya ve sosyal medya mecralarında zaman geçirmeye başlamıştır.

Gün geçtikçe oluşan bu durumun olumlu etkilerinin artmasının yanı sıra olumsuz etkileri de oldukça artmaya başlamıştır. Bu olumsuz etkilerden biri sosyal medyanın kişilerde kullanım bozukluğu oluşmasına doğrudan sebep olmasıdır (2). Bireyler internet kullanımlarının artması ile sosyal medya organlarını da daha fazla ve aktif şekilde kullanmaya başlamıştır. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, Pinterest, Youtube, Whatsapp, Telegram, LinkedIn, Tumblr gibi sosyal medya ağlarının Dünya'da ve ülkemizde her geçen gün üye sayısı artmaktadır. Kullanım miktarlarının ve sürelerinin her geçen gün artması bağımlılık riskinin de artmasına zemin hazırlamaya başlamıştır (3).

Sosyal medya kullananlarının sayısının ise internet kullanıcılarından daha hızlı bir büyüme gösterdiği görülmüş ve 2012 yılında sosyal medya kullanan kişi sayısı 1,48 milyar iken 2022 yılında bu sayının 4,62 kişi olduğu ortaya sunulmuş ve en son verilen veriler de günde ortalama 1 milyondan fazla yeni bireysel kullanıcının sosyal medyaya katıldığını ortaya çıkarmıştır (4).

Günümüzde insan hayatının her evresinde önemli bir yere sahip olan sosyal medya, din, dil, ırk ayrımı yapmadan herkesi ortak bir platformlarda buluşturmayı başarmıştır (5). İnternet kullanımı, önceleri kişisel iletişime imkân tanırken artık bireyin sosyalleştiği ve sosyal paylaşımlarda bulunduğu bir alan haline dönüşmüştür (6). Gerçek hayatta tanışması, bir araya gelmesi çok da mümkün olmayan insanların sosyal medya aracılığı ile çok daha kolay bir şekilde buluşmaları sağlanmıştır. Sosyal medya, kişilerin kendi profillerini oluşturabildikleri, iletişim kurabildikleri, fotoğraf paylaşabildikleri, duygu ve düşüncelerini aktarabildikleri ve çeşitli ihtiyaçlarını gidermek için kullandıkları gerçek ortamın bir düzenlemesi olarak düşünülebilmektedir (5). Sosyal medya kullanımının bu kadar yaygınlaşması ve hayatın içine dahil olması kullanan kişilerde kullanım bozukluğuna da neden olmaya başlamaktadır. Amerikan Psikiyatri Birliği Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı olarak bilinen DSM-5' de bu bozukluğa internet bağımlılığı başlığı altında değil 'internet oyun oynama bozukluğu' olarak üçüncü bölüme eklenmiştir (7). Bu bozukluğun DSM-5'in üçüncü bölümüne dahil edilmesi, bu alanda daha fazla araştırma ve inceleme yapılması ihtiyacını ortaya çıkarmış ve internet

bağımlılıklarının önemini göstermiştir (3).

DSM-5 internet oyun oynama bozukluğuna dair maddeleri sıralarken, zihinsel meşguliyet, yoksunluk belirtileri, tolerans, başarısız bırakma girişimleri, diğer yapılan etkinliklerden ilginin azalması, tüm olumsuzluklara rağmen davranışı sürdürme, yalan söyleme ve yanıltma davranışı, kaygı veya suçluluk duygusundan kaçınma, ilişkilerde çatışma olmak üzere, dokuz tanı ölçütünü sıralamış ve bu dokuz tanı ölçütünün beşinin son bir yıl içerisinde görülüyor olması durumunda internet oyun oynama bozukluğu tanısının konulabileceğini ifade etmiştir (7). Bu maddeler sosyal medya kullanıcıları tarafından da yaşanmaktadır.

Yaşam doyumu; insanın beklentisi, sahip oldukları, istekleri, arzuları ile gerçek durumlarını kıyaslaması olarak özetlenebilir. Kişi kendi belirlediği kriterler ile hayatını kıyaslar ve eğer beklentileri ile yaşadıkları arasında anlamlı bir ilişkisi varsa yaşam doyumunu pozitif olarak nitelendirebilir (8). Yaşam doyumu bireyin günlük olay ve durumlara karşı doyumlarını değil tüm yaşantılarına karşı olan doyumlarını kapsamaktadır ve bu doyum etkileyen bir sürü alt faktör bulunabilir (8). Kişinin yaşı, cinsiyeti, meslek seçimi, iş hayatı, çalışma şartları, aile ilişkileri, dinleri, ırkları, evlilik ilişkileri, gelir durumları ve ekonomik özgürlükleri, gelenek, örf ve adetleri, toplumsal yaşantılar, kişilik özellikleri, biyolojik özellikleri gibi bir sürü sebep yaşam doyumları ile ilişkilidir (8).

Yaşam doyumu kavramı kısaca, bir bireyin sahip olduğu ve istekleri arasında oluşan fark olarak açıklanabilir (9). Birey kendi yaşamına dair genel bir yargı ve değerlendirmeye sahip olur ve bu da bireyin yaşam doyumu kavramını tanımlamaktadır (10). *'Yaşam doyumu, bilişsel/yargısal bir sürece işaret etmekte ve bireylerin kendi seçtikleri ölçütlere göre yaşam kalitelerinin genel değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır.'* (11- 13). Song ve Appleton (2008) yaşam doyumu kavramının altı bileşeni olduğunu söylemiş ve bu kavramları ise; kişinin maddi geliri, mesleği ve sahip olduğu statü, imkanları ve sosyal çevresi, rahat yaşam koşulları, devlet politikaları, sosyal ilişkisi, aile ilişki ve çevresi olarak sıralamıştır (14). Yaşam doyumu kavramı bireyin standartlarına, yaşam koşullarına göre değişen dinamik bir yapıdır (15).

Bir birey yaşadığı hayattan ne kadar memnun ve yaşam doyum oranı yüksek ise sosyal medya bağımlılığı bu ölçüde azdır. Kişinin yaşam doygunluğu arttıkça sosyal medya kullanım oranı düşmektedir. Kişinin hayattan beklentisi karşılanmadıkça, gün içinde işinde, sosyal çevresinde, ailesinde vb. alanlarda talep ettiğini bulamadığında sosyal medya da daha çok vakit geçirmektedir. Bu duruma bakıldığında yaşam doyumu ile sosyal medya kullanımı arasında ters orantı olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Balcı ve Koçak'ın 2017 yılında üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı bir araştırmada, öğrencilerin yaşam doyum düzeyleri arttığında boş zamanlarını doldurmak için sosyal medya kullanma sıklığının azaldığını ortaya koymuştur (2).

## YÖNTEM

Bu araştırma Türkiye’de yaşayan 18-60 yaş arasındaki sosyal medya kullanan 141 kadın ve 80 erkek olmak üzere toplam 221 birey ile yapılmıştır. Örneklem grubu oluşturulurken grup uygun örnekleme tekniği ile seçilmiştir. Bu yöntem ile çalışmaya katılan bireylere daha kolay ulaşmak, zaman ve maliyet açısından daha uygun olması gibi konular dikkate alınarak ulaşılmak istenen evrene uygun çalışmaya dahil edilen örnekleme yöntemidir (16).

18-60 yaş bireyler arasındaki sosyal medya kullanım oranları ve yaşam doyum düzeylerinin seviyelerine bakılmak istenmiştir. Bireyin sosyal medya kullanımını arttıkça yaşam doyum düzeyi azalıyor mu gibi soruların cevaplarını bulmayı amaçlamıştır. Buna göre; araştırma, 18-60 yaş aralığında kadın ve erkek bireylerde sosyal medya kullanımını ve yaşam doyum düzeyini bulmayı amaçlamıştır.

## VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak ‘Demografik Bilgi Toplama Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Yaşam Doyumu Ölçeği’ kullanılmıştır.

### Demografik Bilgi Toplama Formu

Demografik bilgi toplama formu araştırmacı tarafından katılımcılara ait sosyo-demografik bilgilere ulaşmak amacıyla hazırlanmıştır. Form ile cinsiyet, yaş, kardeş sayısı, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim durumu, ekonomik düzey, meslek, mezun olduğu bölüm, doğduğu şehir, yaşadığı şehir, yaşadığı alan, kiminle yaşadığı, sosyal medyaya ulaşmada tercih ettiği araç, kullandığı sosyal medya platformları, sosyal medya hesap sayısı, sosyal medyada günlük ortalama geçirdiği zaman, sosyal medyayı kullanım amacı, hobileri, spor faaliyetleri ile ilgisi ve boş zamanlarında kullandıkları yöntemlere cevap aranmaktadır.

### Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal medya bağımlılığını değerlendirmek için Tutgun-Ünal ve Deniz (2019) tarafından geliştirilmiş 41 madde ve 4 faktörden oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek hazırlanırken 294 kadın, 222 erkek toplamda 516 kişi katılım sağlamıştır. Ölçeğin birinci boyutu meşguliyet (occupatin), ikinci boyutu duygu durum düzenleme (mood modification), üçüncü boyutu tekrarlama (relapse), dördüncü boyutu çatışma (confilict) ile ilgili alt ölçekleri ölçmek için ayarlanmıştır (17). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği 41 maddeden oluşan 5’li likert tipi ölçektir. Ölçekte 1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Sık sık, 5=Her zaman olarak değerlendirilmiştir. Ölçekte alınabilecek en düşük puan 41, en yüksek puan 205 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0.967 olarak belirlenmiştir.

### Yaşam Doyumu Ölçeği

Yaşam doyumunu ölçeği bireylerin bilişsel bir sürecine işaret eder. Bireylerin kendi seçtikleri ölçütlerine göre yaşam ka-

lilerini değerlendirmek için geliştirilmiştir (14). Ölçek Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilmiştir. Türkçe’ye uyarlamasını 2016 yılında Dağlı ve Baysal yapmıştır. Çalışma Diyarbakır il merkezinde bulunan 200 sınıf öğretmenine uygulanmış ve dilsel eşdeğerliliğin olup olmadığına bakılmıştır. Ölçeğin Türkçe’ye çevirisi yapılmış, ölçeğin çalışması sonucunda ölçekler arasında pozitif anlamlı bir farklılaşma olduğu gözlenmiştir. Ölçekler arasında tutarlılığın olup olmadığını tespit etmek için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı hesaplanmış ve 0.92 olarak sonuç saptanmıştır. Ölçeğin Cronback Alpha iç tutarlılık sayısı 0,88 ve test- tekrar test güvenilirliği ise 0,97 olarak tespit edilmiştir (14). (1) Hiç katılmıyorum, (2) Çok az katılıyorum, (3) Orta düzeyde katılıyorum, (4) Büyük oranda katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum şeklinde 5’li likert tipi ölçek oluşturulmuştur. Yapılan çalışmaların sonucunda ölçeğin Türkiye’de kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir araç olduğu saptanmıştır.

## BULGULAR

Katılımcıların sosyo-demografik değişkenlerinin dağılımı Tablo 1’de verilmiştir:

**Tablo 1. Sosyo-demografik Değişkenlerin Dağılımına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyo-demografik değişkenler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Erkek	80	36.2
	Kadın	141	63.8
Medeni durum	Bekar - İlişkisi yok	89	40.3
	Bekar - İlişkisi var	46	20.8
	Evli	86	38.9
Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	56	25.3
	Lisans	105	47.5
	Ön Lisans	24	10.9
	Lisansüstü	36	16.3
Gelir düzeyi	0-1000 tl	45	20.4
	1000-4250 tl	36	16.3
	4250- 7000 tl	52	23.5
	7000 tl ve üstü	88	39.8
Çalışma durumu	Çalışıyor	135	61.1
	Çalışmıyor	86	38.9
Mezun olduğunuz alanda mı çalışıyorsunuz?	Evet	104	47.1
	Hayır	117	52.9
Kiminle yaşıyorsunuz?	Aile	190	86.0
	Akraba	2	.9
	Arkadaş	10	4.5
	Tek	19	8.6

Sosyal medya erişiminde tercih edilen araçlar	Bilgisayar	3	1.4
	Bilgisayar, Telefon	13	5.9
	Telefon	205	92.8
Sosyal medyada günlük geçirilen süre	1 saatten az	12	5.4
	1-3 saat arası	82	37.1
	3-5 saat arası	80	36.2
	5 saat ve üzeri	47	21.3
Ne zamandır sosyal medya kullanıyorsunuz?	1-5 yıl	40	18.1
	10 yıldan fazla	78	35.3
	6-10 yıl	103	46.6
Kaç farklı sosyal medya platformunda hesabınız var?	0-1	21	9.5
	2	32	14.5
	3	50	22.6
	4 ve üstü	118	53.4
	<b>Toplam</b>	221	100.0

Tablo 1’de sosyodemografik değişkenlerin dağılımı incelendiğinde, 221 katılımcının 80’i erkek ve 141’i kadındır. Bekar ve ilişkisi olmayan 89 kişi bulunmaktadır. Bekar olup romantik ilişkisi olan 46 kişi bulunmaktadır. Evli katılımcıların sayısı 86’dır. Eğitim düzeyi lise ve altında olanlar 56 kişi, lisans düzeyinde olanlar 105 kişi, ön lisans olanlar 24 kişi ve lisansüstü olanlar 36 kişidir. Gelir düzeyi 0-1000 TL arası olanlar 45 kişi, 1000-4250 TL olanlar 36 kişi, 4250-7000 TL olanlar 52 kişi ve 7500 TL üzeri olanlar 88 kişidir. Çalışan katılımcılar 135 kişidir. Çalışmayanlar 86 kişidir. Katılımcıların arasında 104 kişi mezun oldukları bölümle ilgili bir meslek icra etmektedir. Ailesiyle yaşayan 190 katılımcı bulunmaktadır. Akrabasıyla yaşayan 2 katılımcı bulunmaktadır. Arkadaşlarıyla yaşayan 10 ve tek başına yaşayan 19 katılımcı bulunmaktadır. Sosyal medyaya sadece bilgisayar üzerinden erişim sağlayan 3 katılımcı bulunmaktadır. Hem bilgisayar hem de telefon üzerinden erişim sağlayan 13 katılımcı bulunmaktadır. Yalnızca telefon üzerinden sosyal medya uygulamalarına erişim sağlayan 205 katılımcı bulunmaktadır. Gün içerisinde sosyal medyada 1 saatten az vakit geçiren 12 kişi, 1-3 saat arası vakit geçiren 82 kişi, 3-5 saat vakit geçiren 80 kişi ve 5 saat üzeri vakit geçiren 47 katılımcı bulunmaktadır. 1-5 yıldır sosyal medya kullanan 40 kişi, 6-10 yıldır sosyal medya kullanan 103 kişi ve 10 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan 78 katılımcı bulunmaktadır. 0-1 arası sosyal medya hesabı olan 21 kişi, 2 hesabı olan 32 kişi, 3 hesabı olan 50 kişi ve 4 ve üstü hesabı olan 118 katılımcı bulunmaktadır.

**Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçlarının Betimleyici İstatistikleri**

Değişkenler	N	Ort.	Ss	Çarpıklık	Basıklık
Yaş	221	28.77	9.331	1.145	.540
Kardeş sayısı	221	3.12	1.340	1.442	3.738
Çocuk sayısı	221	.61	1.037	1.577	1.413
Yaşam Doyumunu Ölçeği (YDÖ) Toplam	221	11.36	3.263	.006	-.099
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	221	32.42	9.378	-.025	-.533
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	221	11.90	4.712	.476	-.222
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	221	9.66	4.528	.785	-.346
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	221	31.16	12.879	1.215	.831
SMBÖ_ Toplam	221	85.14	26.457	.512	-.281

Tablo 2’deki puan ortalamaları incelendiğinde, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında değiştiği görülmüştür. Bu durum, araştırmada kullanılacak analizlerin parametrik olabileceğini göstermektedir (18).

Katılımcıların sosyo-demografik değişkenleri bakımından sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumunu puanlarının farklılaşmasına ilişkin veri analizlerinden bağımsız örneklem t-test ve tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analizler doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

**Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	E	80	10.84	3.444	-1.793	.074
	K	141	11.65	3.130		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	E	80	32.38	8.980	-.055	.957
	K	141	32.45	9.628		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	E	80	12.49	4.971	1.387	.167
	K	141	11.57	4.544		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	E	80	10.29	4.902	1.567	.119
	K	141	9.30	4.277		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	E	80	34.09	15.634	2.575	.011*
	K	141	29.50	10.728		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	E	80	89.24	29.781	1.740	.083
	K	165	25.40	6,928		

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$  \*\*\* $p < 0.001$

Tablo 3'te cinsiyet değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, SMBÖ Çatışma alt boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $t(219)=2.57$ ;  $p < 0.05$ ). Erkek katılımcıların SMBÖ çatışma alt boyut puanları kadın katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Yaşam doyumu puanları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir ( $t(219)=-1.793$ ;  $p > 0.05$ ).

**Tablo 4. Medeni Durum Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Medeni durum	N	Ort.	SS	F	p	Farkın kaynağı
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	Bekar - İlişkisi yok	89	10.98	2.864			
	Bekar - İlişkisi var	46	10.72	3.195	3.765	.025*	3>2
	Evli	86	12.09	3.570			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	Bekar - İlişkisi yok	89	34.43	8.466			
	Bekar - İlişkisi var	46	34.67	9.182	9.277	<.001***	2>3
	Evli	86	29.14	9.537			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	Bekar - İlişkisi yok	89	12.54	4.156			
	Bekar - İlişkisi var	46	13.04	4.789	5.463	.005**	2>3
	Evli	86	10.64	4.970			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	Bekar - İlişkisi yok	89	10.38	4.404			
	Bekar - İlişkisi var	46	10.39	4.409	4.647	.011*	2>3
	Evli	86	8.51	4.529			1>3
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	Bekar - İlişkisi yok	89	32.29	12.265			
	Bekar - İlişkisi var	46	37.78	15.693	13.557	<.001**	2>3
	Evli	86	26.45	9.783			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	Bekar - İlişkisi yok	89	89.64	24.379			
	Bekar - İlişkisi var	46	95.89	27.450	13.004	<.001**	2>3
	Evli	86	74.74	24.585			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$  \*\*\* $p < 0.001$ , 1=Bekar-İlişkisi yok, 2=Bekar - ilişkisi var, 3= Evli

Tablo 4'te medeni durum değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, yaşam doyumu toplam puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=3.76$ ;  $p<0.05$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, evli katılımcıların yaşam doyumu toplam puanları bekar ve ilişkisi olan katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı alt boyutları incelendiğinde, SMBÖ meşguliyet alt boyut puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=9.27$ ;  $p<0.001$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların SMBÖ meşguliyet puanları evli katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. SMBÖ duygu düzenleme alt boyut puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=5.46$ ;  $p<0.01$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların SMBÖ duygu düzenleme puanları evli katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. SMBÖ nüks alt boyut puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=4.64$ ;  $p<0.05$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların SMBÖ nüks puanları evli katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. SMBÖ çatışma alt boyut puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=13.55$ ;  $p<0.001$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların SMBÖ çatışma puanları evli katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. SMBÖ toplam puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(2/218)=13.00$ ;  $p<0.001$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi yapılmıştır. Sonuçlara göre, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların SMBÖ toplam puanları evli katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 5. Çocuk Sahibi Olma Durumu Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Çocuğunuz var mı?	N	Ort.	SS	t	p
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	Evet	70	12.01	3.697	2.052	.041*
	Hayır	151	11.05	3.006		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	Evet	70	28.77	9.024	-4.076	<.001***
	Hayır	151	34.11	9.080		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	Evet	70	10.41	4.933	-3.272	.001**
	Hayır	151	12.60	4.456		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	Evet	70	8.09	4.484	-3.605	<.001***
	Hayır	151	10.38	4.374		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	Evet	70	25.73	9.312	-4.450	<.001***
	Hayır	151	33.68	13.536		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	Evet	70	73.00	23.255	-4.881	<.001***
	Hayır	151	90.77	26.022		

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$

Tablo 5'te çocuk sahibi olma durumu değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test bulguları

verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam doyumu çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $t(219)=2.05$ ;  $p<0.05$ ). Çocuğu olan katılımcıların yaşam doyumu puanları çocuğu olmayan katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Sosyal medya bağımlılığı alt boyut ve toplam puanlarının çocuğu olmayan katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. SMBÖ meşguliyet ( $t(219)=-4.07$ ;  $p<0.001$ ), SMBÖ duygu düzenleme ( $t(219)=-3.27$ ;  $p<0.001$ ), SMBÖ nüks ( $t(219)=-3.60$ ;  $p<0.001$ ), SMBÖ çatışma ( $t(219)=-4.45$ ;  $p<0.001$ ) alt boyutu ile SMBÖ toplam puanı ( $t(219)=-4.88$ ;  $p<0.001$ ) çocuğu olmayan katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 6. Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Eğitim düzeyi	N	Ort.	SS	F	P	Farkın kaynağı
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	Lise ve altı	56	11.21	3.836			
	Ön Lisans	24	10.54	3.501			
	Lisans	105	11.07	2.850	3.901	.010*	4>2
	Lisansüstü	36	12.97	2.863			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	Lise ve altı	56	31.13	9.422			
	Ön Lisans	24	29.54	9.596			
	Lisans	105	32.86	9.340	2.188	.090	
	Lisansüstü	36	35.08	8.797			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	Lise ve altı	56	11.77	4.651			
	Ön Lisans	24	10.88	4.533			
	Lisans	105	12.22	4.549	.550	.648	
	Lisansüstü	36	11.89	5.434			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	Lise ve altı	56	9.55	4.729			
	Ön Lisans	24	9.58	4.889			
	Lisans	105	9.79	4.345	.061	.980	
	Lisansüstü	36	9.47	4.669			
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	Lise ve altı	56	32.41	14.920			
	Ön Lisans	24	29.08	13.204			
	Lisans	105	31.10	11.421	.392	.759	
	Lisansüstü	36	30.78	13.603			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	Lise ve altı	56	84.86	28.481			
	Ön Lisans	24	79.08	27.706	.527	.664	
	Lisans	105	85.97	24.279			
	Lisansüstü	36	87.22	28.937			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$ , 1=Lise ve altı, 2= Önlisans, 3= Lisans, 4= Lisansüstü

Tablo 6'da eğitim düzeyi değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam doyumu eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(3/217)=3.90$ ;  $p<0.05$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, lisansüstü mezunlarının yaşam doyumu puanları ön lisans mezunlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Bununla birlikte, sosyal medya bağımlılığı alt boyut ve toplam puanlarının eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur ( $p>0.05$ ).

**Tablo 7. Gelir Düzeyi Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Gelir düzeyi	N	Ort.	SS	F	P	Farkın kaynağı
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	0-1000 tl	45	10.13	3.279			
	1000-4250 tl	36	11.69	3.069			
	4250- 7000 tl	52	10.58	3.310	6.111	.001**	4>1
	7000 tl ve üstü	88	12.31	3.030			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	0-1000 tl	45	34.22	10.353			
	1000-4250 tl	36	32.83	8.192			
	4250- 7000 tl	52	30.75	8.968	1.132	.337	
	7000 tl ve üstü	88	32.32	9.520			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	0-1000 tl	45	12.73	4.840			
	1000-4250 tl	36	12.33	3.497			
	4250- 7000 tl	52	10.88	4.453	1.383	.249	
	7000 tl ve üstü	88	11.91	5.168			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	0-1000 tl	45	10.20	4.054			
	1000-4250 tl	36	9.19	4.591			
	4250- 7000 tl	52	9.52	4.170	.354	.786	
	7000 tl ve üstü	88	9.65	4.960			
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	0-1000 tl	45	35.87	14.295			
	1000-4250 tl	36	31.08	10.413	2.709	.046*	1>3
	4250- 7000 tl	52	29.33	11.112			
	7000 tl ve üstü	88	29.88	13.600			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	0-1000 tl	45	93.02	28.318			
	1000-4250 tl	36	85.44	22.164	1.978	.118	
	4250- 7000 tl	52	80.48	22.689			
	7000 tl ve üstü	88	83.75	28.601			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$ , 1=0-1000 TL, 2=1000-4250 TL, 3=4250-7000 TL, 4=7000 TL ve üzeri

Tablo 7’de gelir düzeyi değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam doyumu eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(3/217)=6.11$ ;  $p<0.05$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, 7000 TL üstü gelir düzeyi olanların yaşam doyumu puanları 0-1000 TL arası gelir düzeyi olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca, SMBÖ çatışma alt boyutunun gelir düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(3/217)=2.70$ ;  $p<0.05$ ). Farkın kaynağını tespit edebilmek amacıyla Post hoc (takip) testi olarak Scheffe testi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, 0-1000 TL gelir düzeyi olanların SMBÖ çatışma puanları 4250-7000 TL arası gelir düzeyi olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 8. Çalışma Durumu Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Çalışma durumu	N	Ort.	SS	t	p
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	Evete	135	11.55	3.034	1.089	.277
	Hayır	86	11.06	3.592		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	Evete	135	32.30	8.675	-.232	.817
	Hayır	86	32.60	10.438		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	Evete	135	11.85	4.402	-.210	.834
	Hayır	86	11.99	5.187		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	Evete	135	9.64	4.624	-.078	.938
	Hayır	86	9.69	4.399		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	Evete	135	30.53	12.601	-.921	.358
	Hayır	86	32.16	13.318		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	Evete	135	84.32	25.215	-.581	.562
	Hayır	86	86.44	28.401		

Tablo 8’de çalışma durumu değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, çalışan ve çalışmayan katılımcıların yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarındaki farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ( $p>0.05$ ).

**Tablo 9. Mezun Olduğu Alanda Çalışma Durumu Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Mezun Olduğunuz Alanda mı Çalışıyorsunuz	N	Ort.	SS	t	p
Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ) Toplam	Evete	104	12.13	3.010	3.373	.001**
	Hayır	117	10.68	3.339		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	Evete	104	33.38	8.305	1.429	.154
	Hayır	117	31.57	10.199		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	Evete	104	11.80	4.291	-.317	.751
	Hayır	117	12.00	5.074		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	Evete	104	10.11	4.772	1.395	.164
	Hayır	117	9.26	4.279		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	Evete	104	30.67	11.194	-.532	.595
	Hayır	117	31.60	14.245		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	Evete	104	85.95	23.721	.427	.670
	Hayır	117	84.43	28.755		

\*\* $p<0.001$

Tablo 9’da, mezun olduğu bölümle ilgili meslek icra etme durumu değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin bağımsız örneklem t-testi bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam doyumu mezun olunan bölüme uygun meslek icra etme durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ( $F(3/217)=3.37$ ;  $p<0.05$ ). Sonuçlara göre, mezun olduğu alanda çalışanların yaşam doyumu puanı alanından farklı bir iş yapan katılımcılara göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Bununla birlikte, sosyal medya bağımlılığı alt boyut ve toplam puanlarının mezun olunan bölüme uygun meslek değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur ( $p>0.05$ ).



**Tablo 10. Gün İçinde Sosyal Medyada Geçirilen Süre Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doymu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Gün içinde sosyal medyada geçirilen süre	N	Ort.	SS	F	p	Farkın kaynağı
Yaşam Doymu Ölçeği (YDÖ) Toplam	1 saatten az	12	13.00	3.191			
	1-3 saat arası	82	11.41	3.446			
	3-5 saat arası	80	11.54	2.989	2.138	.096	
	5 saat üzeri	47	10.53	3.283			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	1 saatten az	12	20.67	4.519			
	1-3 saat arası	82	29.06	7.890			
	3-5 saat arası	80	35.11	8.394	18.996	<.001***	4>1
	5 saat üzeri	47	36.70	9.882			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	1 saatten az	12	6.42	1.505			
	1-3 saat arası	82	10.60	4.178			
	3-5 saat arası	80	12.73	4.210	14.190	<.001***	4>1
	5 saat üzeri	47	14.19	5.203			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	1 saatten az	12	6.50	2.468			
	1-3 saat arası	82	8.72	4.270			
	3-5 saat arası	80	10.44	4.641	5.121	.002**	4>1
	5 saat üzeri	47	10.77	4.584			
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	1 saatten az	12	19.58	1.443			
	1-3 saat arası	82	28.57	12.237	7.142	<.001***	4>1
	3-5 saat arası	80	33.10	12.790			
	5 saat üzeri	47	35.34	13.300			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	1 saatten az	12	53.17	7.184			
	1-3 saat arası	82	76.95	24.029			
	3-5 saat arası	80	91.38	24.880	15.716	<.001***	4>1
	5 saat üzeri	47	97.00	25.652			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$  \*\*\* $p < 0.001$ , 1=1 saatten az, 1-3 saat arası, 3=3-5 saat arası, 4= 5 saat ve üzeri

Tablo 10'da gün içinde sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre yaşam doymu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans ana-

lizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam doymu gün içinde sosyal medyada geçirilen süreye göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur ( $p > 0.05$ ). Sosyal medya bağımlılığı alt boyut ve toplam puanlarının günde 5 saatten fazla sosyal medyada vakit geçiren katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. SMBÖ meşguliyet ( $F(3/217)=18.99$ ;  $p < 0.001$ ), SMBÖ duygu düzenleme ( $F(3/217)=14.19$ ;  $p < 0.001$ ), SMBÖ nüks ( $F(3/217)=5.12$ ;  $p < 0.001$ ), SMBÖ çatışma ( $F(3/217)=7.14$ ;  $p < 0.001$ ) alt boyutu ile SMBÖ toplam puanı ( $F(3/217)=15.71$ ;  $p < 0.001$ ), günde 5 saat ve üzeri sosyal medyada vakit geçiren katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 11. Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doymu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?	N	Ort.	SS	F	p	Farkın kaynağı
Yaşam Doymu Ölçeği (YDÖ) Toplam	1-5 yıl	40	11.30	3.924			
	10 yıldan fazla	78	11.26	3.217	.090	.914	-
	6-10 yıl	103	11.46	3.041			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	1-5 yıl	40	29.20	10.535			
	10 yıldan fazla	78	33.12	8.384	2.931	.055	-
	6-10 yıl	103	33.15	9.447			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	1-5 yıl	40	11.60	5.007			
	10 yıldan fazla	78	12.09	5.025	.144	.866	-
	6-10 yıl	103	11.88	4.380			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	1-5 yıl	40	10.05	4.385			
	10 yıldan fazla	78	9.59	4.771	.185	.831	-
	6-10 yıl	103	9.55	4.427			
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	1-5 yıl	40	34.23	15.486			
	10 yıldan fazla	78	29.69	11.973	1.651	.194	-
	6-10 yıl	103	31.09	12.350			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	1-5 yıl	40	85.08	30.351			
	10 yıldan fazla	78	84.49	24.892	.044	.957	-
	6-10 yıl	103	85.67	26.252			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p < 0.05$  \*\* $p < 0.01$  \*\*\* $p < 0.001$

Tablo 11'de katılımcıların sosyal medyayı kaç yıldır kullandığını gösteren değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, sosyal medyayı kaç yıldır kullandığı değişkenine göre, katılımcıların yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarındaki farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ( $p>0.05$ ).

**Tablo 12. Sosyal Medya Hesabı Sayısı Değişkeni Bakımından Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doymu Puanlarının Karşılaştırılması**

Değişkenler	Kaç farklı sosyal medya hesabınız var?	N	Ort.	SS	F	p	Farkın kaynağı
Yaşam Doymu Ölçeği (YDÖ) Toplam	0-1	21	11.29	3.552			
	2	32	12.44	3.398			
	3	50	10.82	3.342	1.648	.179	
	4 ve üstü	118	11.31	3.112			
	Toplam	221	11.36	3.263			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	0-1	21	26.95	9.667			
	2	32	29.50	10.556			
	3	50	30.92	8.661	6.940	<.001***	4>1
	4 ve üstü	118	34.82	8.602			
	Toplam	221	32.42	9.378			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	0-1	21	9.90	4.999			
	2	32	10.06	4.158			
	3	50	11.34	4.312	5.584	.001**	4>1
	4 ve üstü	118	13.00	4.703			
	Toplam	221	11.90	4.712			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	0-1	21	8.71	4.776			
	2	32	8.66	4.742			
	3	50	9.22	3.971	1.741	.160	
	4 ve üstü	118	10.28	4.602			
	Toplam	221	9.66	4.528			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	0-1	21	28.71	13.609			
	2	32	27.63	12.608			
	3	50	30.64	13.416	1.722	.163	
	4 ve üstü	118	32.78	12.470			
	Toplam	221	31.16	12.879			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	0-1	21	74.29	28.634			
	2	32	75.84	27.930			
	3	50	82.12	24.057	4.801	.003**	4>1
	4 ve üstü	118	90.88	25.398			
	Toplam	221	85.14	26.457			

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$ , 1=0-1, 2=2, 3=3, 4= 4 ve üstü

Tablo 12'de gün sosyal medya hesabı sayısı değişkenine göre yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının farklılaşmasına ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, Yaşam

doyumu sosyal medya hesabı sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur ( $p>0.05$ ). Sosyal medya bağımlılığı meşguliyet ve duygu düzenleme alt boyut ve toplam puanlarının 4 ve üzeri sosyal medya hesabı olan katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. SMBÖ meşguliyet ( $F(3/217)=6.94$ ;  $p<0.001$ ) ve SMBÖ duygu düzenleme ( $F(3/217)=5.58$ ;  $p<0.001$ ) alt boyutu ile SMBÖ toplam puanı ( $F(3/217)=4.80$ ;  $p<0.001$ ) 4 ve üzeri sosyal medya hesabı olan katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

Araştırmada, katılımcıların yaşı, kardeş sayısı, çocuk sayısı, sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Pearson Korelasyonu uygulanmıştır. İlişkili olduğu saptanan değişkenler arasında sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının yaşam doyumu yordayıcılığını incelemek amacıyla, yaşam doyumu bağımlı değişken olarak alınmak üzere basit doğrusal çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

**Tablo 13. Katılımcıların Yaş, Kardeş Sayısı, Çocuk Sayısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doymu Arasındaki İlişkiye Yönelik Pearson Korelasyonu Bulguları**

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Yaş	1								
Kardeş sayısı	.428**	1							
Çocuk sayısı	.656**	.354**	1						
Yaşam Doymu Ölçeği (YDÖ) Toplam	.105	.098	.082	1					
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	-.323**	-.128	-.249**	-.184**	1				
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	-.224**	-.115	-.224**	-.209**	.623**	1			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	-.283**	-.050	-.155*	-.150*	.561**	.501**	1		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	-.324**	-.090	-.216**	-.256**	.598**	.475**	.663**	1	
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Toplam	-.360**	-.118	-.260**	-.253**	.852**	.716**	.782**	.897**	1

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$

Tablo 13'teki korelasyon bulgularına göre, katılımcıların yaşı ile SMBÖ meşguliyet alt boyutu ( $r=-.323$ ;  $p<0.01$ ),

SMBÖ duygu düzenleme ( $r=-.224$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ nüks ( $r=-.283$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ çatışma ( $r=-.324$ ;  $p<0.01$ ) ve SMBÖ toplam ( $r=-.360$ ;  $p<0.01$ ) arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Katılımcıların kardeş sayısı ile yaşam doyumu ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki saptanmamıştır. Çocuk sayısı ile SMBÖ meşguliyet alt boyutu ( $r=-.249$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ duygu düzenleme ( $r=-.224$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ nüks ( $r=-.155$ ;  $p<0.05$ ), SMBÖ çatışma ( $r=-.216$ ;  $p<0.01$ ) ve SMBÖ toplam ( $r=-.260$ ;  $p<0.01$ ) arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Yaşam doyumu toplam puanı ile SMBÖ meşguliyet alt boyutu ( $r=-.184$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ duygu düzenleme ( $r=-.209$ ;  $p<0.01$ ), SMBÖ nüks ( $r=-.150$ ;  $p<0.05$ ), SMBÖ çatışma ( $r=-.256$ ;  $p<0.01$ ) ve SMBÖ toplam ( $r=-.253$ ;  $p<0.01$ ) arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur.

**Tablo 14. Katılımcıların Yaşam Doymu Puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutları Tarafından Yordanmasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Bulguları**

Model	B	SH		t	p	F	R2
(Sabit)	13.828	.778		17.784	.000		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Meşguliyet Alt Boyutu	.000	.033	.001	.010	.992	4.609**	.08
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Duygu Düzenleme Alt Boyutu	-.091	.060	-.131	-1.527	.128		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Nüks Alt Boyutu	.057	.066	.079	.856	.393		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Çatışma Alt Boyutu	-.063	.024	-.247	-2.630	.009**		

Bağımlı değişken: Yaşam Doymu Ölçeği (YDÖ) Toplam

\* $p<0.05$  \*\* $p<0.01$  \*\*\* $p<0.001$

Tablo 14'te yaşam doymununun, sosyal medya bağımlılığı tarafından yordayıcıları incelendiğinde, Modele dâhil edilen değişkenlerle yordayıcılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur [ $F(3/217)=4.61$ ;  $p>0,01$ ]. Bunun-

la birlikte, SMBÖ çatışma ( $r=-.25$ ;  $p<0,01$ ) puanları yaşam doyumu puanlarını negatif yönlü ve anlamlı düzeyde yordamaktadır. SMBÖ çatışma puanlarında yükseliş, yaşam doyumu puanındaki düşüşü %8 oranında açıklamaktadır ( $R^2=.08$ ).

## TARTIŞMA

Bu çalışmada, erişkin bireylerde sosyal medya kullanımı ve yaşam doymu düzeyi arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmaya 221 erişkin birey katılmıştır. Katılımcılara Sosyo-demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Yaşam Doymu Ölçeği uygulanmıştır. Bu bölümde, sosyal medya kullanımı ve yaşam doymu değişkenlerinin çeşitli sosyo-demografik değişkenler tarafından karşılaştırılmasına ilişkin bulguların değerlendirilmesi ile sosyal medya kullanımı ve yaşam doymu arasındaki ilişkiye yönelik bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanlarının kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu ve sosyal medya bağımlılığı çatışma alt boyutunun erkek katılımcılarda kadınlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulunmuştur. İlgili literatür incelendiğinde, erkeklerin sosyal medya kullanımının kadınlarda daha yüksek olduğuna yönelik uyumlu sonuçların daha önce elde edildiği görülmektedir. Sosyal medya kullanımındaki cinsiyet farklılıkları çeşitli çalışmalarda ilgi konusu olmuştur. Xie & Karan (2019), Facebook bağımlılığındaki cinsiyet farkının yalnızca sürekli kaygı düşük olduğunda anlamlı olduğunu bulmuştur (19). Bu durum, cinsiyet ve sürekli kaygının sosyal medya bağımlılığını etkilemek üzere etkileşime girdiğini göstermektedir. Yen ve arkadaşları (2009), düşük düzeyde aile takibinin her iki cinsiyet ve tüm yaş gruplarında ergen İnternet bağımlılığı için ayırt edici bir faktör olarak tanımlamıştır (20). Bu durum, ergenler arasında sosyal medya bağımlılığının gelişiminde aile dinamiklerinin rol oynadığını göstermektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya bağımlılığında cinsiyet farklılıkları mevcuttur ve sürekli kaygı, aile dinamikleri, belirli internet faaliyetleri ve toplumsal normlar gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bununla birlikte, bu cinsiyet farklılıklarının kesin doğası, bağımlılığı değerlendirmek için kullanılan belirli bağlam ve önlemlere bağlı olarak değişebilir. Cinsiyet ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki karmaşık ilişkiyi tam olarak anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

Yaşam doymununun cinsiyete göre karşılaştırılmasına yönelik bulgular incelendiğinde, kadın ve erkeklerin yaşam doymu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir. Yaşam memnuniyetindeki cinsiyet farklılıkları, öznel iyi oluş araştırmaları alanında ilgi çeken bir konu olmuştur. Bununla birlikte, geçmiş meta-analizlerden elde edilen bulgular tutarsızdır; bazı çalışmalar erkeklerin kadınlardan daha yüksek yaşam

doyumuna sahip olduğunu öne sürerken, diğerleri bunun tersini göstermektedir (21).

Sonuç olarak, yaşam memnuniyetinde cinsiyet farklılıkları üzerine yapılan araştırmalar karmaşık ve tutarsızdır. Bazı çalışmalar erkeklerin kadınlardan daha yüksek yaşam memnuniyetine sahip olduğunu öne sürerken, diğerleri cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulamamıştır. Cinsiyet ve yaşam doyumunu arasındaki ilişki, yaş ve cinsiyetçi ideolojinin benimsenmesi gibi diğer faktörlerden de etkilenir. Yaşam memnuniyetinde cinsiyet farklılıklarına katkıda bulunan altta yatan mekanizmaları ve faktörleri daha iyi anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

Gelir düzeyi bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarındaki farklılıklar incelendiğinde, düşük gelir düzeyindeki katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Daha önce yapılan araştırmalarda elde edilen bulgular incelendiğinde, düşük gelir düzeyi ve problemleri sosyal medya kullanımı arasında bağlantı olduğu anlaşılmaktadır. Gelir düzeyi ile yaşam doyumunu arasındaki ilişkiye yönelik bulgular incelendiğinde, yüksek gelir düzeyi ve yaşam doyumunu arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

İlişki durumu bakımından yaşam doyumunu ve sosyal medya bağımlılığı puanları karşılaştırıldığında, bekar ve ilişkisi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Öte yandan, evli katılımcıların yaşam doyumunu puanları ilişkisi olmayan veya bekar olup ilişkisi olan katılımcılara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Elde edilen sonuçların literatürle uyumlu olduğu bulunmuştur. Medeni durum, sosyal medya bağımlılığını etkilediği tespit edilen demografik bir faktördür.

Sonuç olarak, medeni durumun sosyal medya bağımlılığını etkilediği, cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyinin de rol oynadığı bulunmuştur. Bununla birlikte, sosyal medya bağımlılığı ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişki dolaylıdır ve benlik saygısının aracılık ettiği bir ilişkidir. Sosyal medya bağımlılığının benlik saygısı ile olumsuz bir ilişkisi olduğu ve bunun da yaşam doyumunu etkileyebileceği bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığının bireylerin refahı ve genel yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisini incelerken bu faktörleri göz önünde bulundurmak önemlidir.

## SONUÇ

Araştırmada elde edilen bulgulara göre,

- 221 katılımcının sosyal medya bağımlılığı puanları ile yaşam doyumunu arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur.
- Sosyal medya bağımlılığı çatışma alt boyutunun yaşam doyumunu negatif yönlü ve anlamlı düzeyde yordadığı bulunmuştur.
- Erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları kadınlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek

bulunmuştur.

- Düşük gelir düzeyindeki katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.
- Yüksek eğitim düzeyindeki katılımcıların yaşam doyumunu puanları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.
- Düşük eğitim düzeyindeki katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.
- İlişkisi olup bekar olduğunu belirten katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.
- Evli katılımcılarda yaşam doyumunu puanları anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.
- Sosyal medyada geçirilen süre ve kullanılan sosyal medya uygulaması sayısının artışı ile sosyal medya bağımlılığı puanları arasında anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur.

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı ve yaşam doyumunu arasındaki ilişkiye dair anlayışımızı derinleştirmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Öneriler arasında benlik saygısının bir aracı olarak rolünün araştırılması, cinsiyet farklılıklarının incelenmesi, yaşam doyumunun farklı yönleri üzerindeki etkinin incelenmesi, ölçüm araçlarının iyileştirilmesi ve yaş ve kuşak farklılıklarının dikkate alınması yer almaktadır. Bu öneriler, sosyal medya kullanımının ve bunun bireylerin refahı ve yaşam doyumunu üzerindeki etkilerinin bilinmesine ve anlaşılmasına katkıda bulunacaktır.

## KAYNAKLAR

1. Dilsiz NB, Kandemir M. Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Bağlanma Stilleri ve Yaşam Doyumu ile İlişkisinin İncelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*. 2020, 7(2); 32-51.
2. Eren F. (2020). 18-30 Yaş Arasındaki Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
3. Gıynaş FF, Noyan, C.O. (2021). *Bağımlılık Tanı ve Tedavi Temel Kitabı: Akıllı Telefon ve Sosyal Medya Bağımlılığı*. Ankara: Ankara Nobel Tıp Kitapevleri, 306-315.
4. *Recro Digital Marketing*. (2022, Ocak 28). Recro Digital Marketing: <https://recrodigital.com/dunyada-ve-turkiyede-internet-sosyal-medya-kullanimi-2022/#:-:text=Dijital%20B%C3%BCy%C3%BCme,62%2C5'ini%20olu%C5%9Fturuyor>.

- adresinden alındı.
5. Balcı Ş, Gölcü A, Gölcü AA. Sosyal Medya Kullanımı İle Kendini Gizleme ve Yaşam Doyumu. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2019; 173-190.
  6. Göker G, Demir M, Doğan A. Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. E-Journal of New World Sciences Academy Humanities, 2010; 5(2), ss. 183-206.
  7. Andiç S, Batugün DA. DSM-5 Tanı Ölçütleri Temelinde İnternet Bağımlılığı Ölçeğinin Geliştirilmesi: İnternet Oyun Oynama Bozukluğu Açısından Bir Değerlendirme. Türk Psikiyatri Dergisi. 2021;32(1):33-42
  8. Gündoğar D, Sallan Gül S, Uskun E, Demirci S. Keçeci D. Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Doyumunu Yordayan Etkenlerin İncelenmesi. Klinik Psikiyatri. 2007; 10:14-14-27.
  9. Demir R, Tanhan A, Çiçek İ, Yerlikaya İ, Çırak Kurt S, Ünverdi B. Yaşam Kalitesinin Yordayıcıları Olarak Psikolojik İyi Oluş ve Yaşam Doyumu. Yaşadıkça Eğitim, 2021; 192-206.
  10. Çivitçi A. Üniversite Öğrencilerinde Genel Yaşam Doyumu Ve Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkiler. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2012; 21(2), 321-336.
  11. Shin DC, Johnson DM. Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. Social Indicators Research, 1978; 5, 475-492.
  12. Diener E, Emmons RA, Larsen RJ, Griffin S. The satisfaction with life scale. Journal of Personality Assessment, 1985; 49(1), 71-75.
  13. Diener ED, Suh ME. Subjective well-being and age: An international analysis. Annual Review of Gerontology And Geriatrics. 1997;17(1), 304-324.
  14. Dağlı A, Baysal N. Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2016;1250-1262.
  15. Diener E. Subjective well-being. Psychological Bulletin, 1984; 95(3), 542-575.
  16. Türe, E. (2022). Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Algılanan Stres Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
  17. Tutkun Ünal A, Deniz L. Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2019; 11(18), 1025-1057.
  18. Tabachnick, B. Fidell L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, Sixth Edition. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
  19. Xie W, Karan K. Predicting Facebook Addiction and State Anxiety Without Facebook By Gender, Trait Anxiety, Facebook Intensity, And Different Facebook Activities. J Behav Addict, 2019;1(8), 79-87.
  20. Yen C, Ko C, Yen J, Chang Y, Cheng C. Multi-dimensional Discriminative Factors For Internet Addiction Among Adolescents Regarding Gender and Age. Psychiatry and Clinical Neurosciences. 2009; 3(63), 357-364.
  21. Batz-Barbarich C, Tay L, Kuykendall L, Cheung H. A Meta-analysis Of Gender Differences In Subjective Well-being: Estimating Effect Sizes and Associations With Gender Inequality. Psychol Sci. 2018; 9(29), 1491-1503.