

Yetişkinlerde Sosyal İlişki Gereksinimi ve Sosyal Medya Kullanımı İlişkisi

Relationship between the Need for Relatedness and Social Media Use in Adults

M. Hülya Ünal-KARAGÜVEN* 

Öz

Sosyal medya kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu durumun nedeni sosyal ilişki gereksinimi olabilir. Türkçe alan yazında sosyal ilişki gereksinimi konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Yetişkinlerde sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi ve etkileşimi konu alan bu çalışma daha önce çalışılmamış özgün bir çalışmadır. Bu araştırmanın amacı, yetişkinlerde sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi Özerklik Teorisi kapsamında incelemektir. Çalışma ilişkisel tarama modeliyle gerçekleştirilmiştir. Örneklem, ulaşılabilirlik yöntemi ile oluşturulmuştur. İstanbul Avrupa yakasında 15 okulun velilerinden 314 kadın, 286 erkek olmak üzere toplam 600 kişiye ulaşılmıştır. Veri toplamak amacıyla bir adet anket formu, Sosyal İlişki Gereksinimi Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. Uygulama çevrim içi olarak yapılmış, veriler SPSS programında değerlendirilmiştir. Analizlerde frekans dağılımı, t testi, ANOVA, Pearson korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon istatistik analizi teknikleri kullanılmıştır. Çalışan, yeni evli ve eğitim seviyesi düşük olan bireylerin daha fazla sosyal ilişki gereksinimi gösterdikleri belirlenmiştir. Erkekler, eğitim düzeyi yüksek olan ve uzun süre evli olan bireyler ise sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadır. Sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Sosyal ilişki gereksinimi sosyal medya kullanımını yordamaktadır. Bulguları destekleyecek benzer çalışmaların yapılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal ilişki gereksinimi, sosyal medya kullanımı, yetişkinler.

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, E-posta: mhulya@marmara.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-6375-8930.

Atıf için: Ünal-Karagüven, M.H. (2024). Yetişkinlerde Sosyal İlişki Gereksinimi ve Sosyal Medya Kullanımı İlişkisi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 60(60), 38-57. DOI: 10.15285/maruaeabd.1417981

Abstract

The use of social media has been increasingly widespread. One of the reasons why individuals use social media may be to meet their need for relatedness. Studies on the need for relatedness are limited in Turkish literature. This is an original study that examines the relationship between the need for relatedness and social media use in adults. The aim of this study is to investigate the relationship between the need for relatedness and the social media use based on The Self-Determination Theory. The sample consisted of 600 people, 314 women and 286 men. A questionnaire, Turkish form of The Need for Relatedness Scale (NRS-10) and Social Media Use Scale (SMUS-8) were applied to the sample group as online. T-test, One Way ANOVA, Pearson correlation analyzes and linear regression analyzes statistical techniques were used. Individuals who are employed, newly married and have low education levels need more social relatedness. Men, individuals with higher education levels and those who have been married for a long time use social media more. There was a positive and significant correlation between the need for relatedness and the social media use. Additionally, the need for relatedness positively predicted social media use. It is suggested that similar studies have to be done to bolster the findings.

Keywords: The need for relatedness, social media use, adults.

Summary

Introduction

Self-determination theory (SDT) (Deci and Ryan, 1985) is one of the well-known motivation theories. According to this theory, individuals experience psychological well-being and optimal functioning when their needs for autonomy, competence, and relatedness are satisfied. The basic psychological need for relatedness involves feelings of respect, understanding, and connectedness which result from strong interpersonal relationships (Deci and Ryan, 1985). The need to form and maintain such relationships is considered to be universal and central to human psychological functioning (Baumeister and Leary, 1995). The social interaction strengthens interpersonal relationships and contributes to feelings of respect, understanding, and connectedness. Research shows that social support primarily contributes to the satisfaction of the need for relatedness (Fernet vd., 2013; Van Den Broeck vd., 2010). Numerous studies have suggested that active social media use can promote psychological well-being by enhancing perceived social support (Clark et al., 2018; Dienlin et al., 2017; Kross et al., 2021; Yue, Zhang and Xiao, 2023). Therefore, it is important to study on social support and need for relatedness. There is also evidence showing that active social media use, defined by direct information exchange with others, may be associated with positive outcomes (Clark et al., 2018; Dienlin and Johannes, 2020). A key mechanism underlying the positive relationship between active social media use and well-being is social support and social connectedness (Clark et al., 2018; Kross et al., 2021; Lin et al., 2020; Liu et al., 2019). However, studies the relationship between social media use and need for relatedness are very limited. Therefore, the social media use, being an important subject in terms of the need for relatedness of individuals, is worth to investigate. The findings can give help to professionals. This study examined the relationship between the need for relatedness and the social media use based on the SDT (Deci and Ryan, 1985).

Purpose

The aim of this study is to investigate the relationship between the need for relatedness and the social media use.

Research questions are listed as follows;

1. Does the need for relatedness differ according to demographic characteristics?
2. Does the use of social media differ according to demographic characteristics?
3. Is there a relationship between the need for relatedness and the social media use?
4. Does the need for relatedness predict the social media use?

Method

The survey method, one of the quantitative research methods, was used in this study. The relationship between the need for relatedness and the social media use in married individuals was examined. Furthermore, studies on the relationship of the two depended variables with some demographic variables (gender, age, education level, having job and duration of marriage) were also included in the study. A questionnaire, Turkish form of The Need for Relatedness Scale (NRS-10) and Social Media Use Scale (SMUS) were applied to the sample group who volunteered to participate in the study. Sample consisted of 600 parents, 314 women and 286 men, from 15 schools in European side of İstanbul province. Questionnaire and scales were applied online. Participants were informed about the study in advance, and participation was voluntary-based. Independent samples T-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were used to reveal the mean scores differences of depended variables according to demographic variables. Pearson bivariate correlation and simple linear regression analyzes were also conducted to reveal the relationship between the need for relatedness and the social media use.

Results

Data were analyzed through various procedures. At the end of the statistical analyses the first and second research questions have been answered. Significant differences were found in the mean scores of the need for relatedness and the use of social media levels according to demographic variables. It has been determined that individual variables such as gender, age, education level, having job and duration of marriage cause significant differences in the need for relatedness and the use of social media levels. It was determined that individuals who are employed, newly married and have low education levels need more relatedness. Men, individuals with higher education levels and those who have been married for a long time use social media more.

The third and fourth research questions have been answered by using correlation and regression analysis statistical techniques. Inter correlations among depended variables were positively significant ($p < .01$). There is a significant and positive relationship between the need for relatedness and the use of social media. Additionally, regression analysis statistical techniques was used to predict the use of

social media of predictor variables (the need for relatedness). The need for relatedness significantly and positively explained a part of the social media use.

Discussion and Conclusion

This study investigated the relationship between the need for relatedness and the social media use in married adults. The study provided clear support for the four research questions relating to the relationship between the need for relatedness and the social media use: First that the need for relatedness differ according to demographic variables. Second that the use of social media level differ according to demographic variables. Third that the need for relatedness have a significant and positive relationship with the social media use. And forth, the need for relatedness was a significant predictor of the use of social media. These findings provide support the results of previous similar studies.

As a result, important findings have been obtained. The need for relatedness and the social media use differed according to individual characteristics. The need for relatedness level is higher in employed, newly married and less educated individuals. The level of social media usage is higher in men, highly educated individuals and those who have been married for a long time. There is a positive and significant relationship between the need for relatedness and the use of social media levels. While the need for relatedness level is rising, the use of social media levels is increasing. The need for relatedness predicts social media usage. These findings are supported by the previous study results. The findings obtained in this study may contribute to the field and be a reference source.

This study presented a set of data of theoretical and practical importance on a topic such as the need for relatedness. The present study confirmed that the need for relatedness is associated with social media use. In the study based on SDT, it was seen that social media use is related to the need for relatedness. Characteristics of individuals with high need for relatedness and high use of social media were determined. It has been observed that the need for relatedness is important in terms of social media use. Meeting the need for social contact in different ways, such as social and cultural activities, can reduce social media use. Thus, social media addiction can be prevented. For this purpose, more activities can be included first in schools and then in the lives of adults.

This study had several strengths and limitations that have been seen in previous similar studies. The sample size was one of its strengths. The use of standardized measures and procedures was also its strength. The limitation of the study were typical of many published studies. The sample group consisted of only a group of married adults. Before generalizing of the findings to other populations, replications are necessary with different groups. Replication attempts should involve different populations. It is recommended to conduct similar studies on the subject in order to generalize the results.

Giriş

İnsanın çevresindeki bireylerle güvenli ve doyum alınan bağlantılar geliştirmesi, sosyal ilişki kavramıyla açıklanmıştır. Sosyal ilişki kavramı başkalarıyla bağlantıda olma, bütünleşme ve onlar tarafından kabul edilmeyi ifade eder (Ryan ve Deci, 2017). Sosyal ilişki, bireyin çevresinde insanlar olmasından daha fazlasıdır. Sadece diğer insanlarla bir arada olmak değil, aynı zamanda kendilerini bağlantılı hissettikleri kişilerle etkileşimde olmaktır (Ryan, Bernstein ve Warren-Brown, 2010). Toplumsal olarak olumlu sonuçlar doğuran ve uyum sağlayan ilişkiler sosyal ilişkilerdir (Avcı, 2003). İnsanların kendilerini sevilen ve saygı duyulan bireyler olarak hissetmelerini sağlar (Connell ve Wellborn, 1991). Sosyal ilişki başlıca üç önemli motivasyon teorisinde insanlar için giderilmesi gereken temel gereksinimlerden biri olarak yer almıştır. Bunlar; Deci ve Ryan'ın (1985) Özerklik Teorisi, Maslow'un (1943; 1970) Gereksinimler Hiyerarşisi Teorisi ve Alderfer'in (1969) ERG (Existence-Relatedness-Growth) Teorisi'dir.

Özerklik Teorisi Edward Deci ve Richard Ryan (1985) tarafından geliştirilmiş kapsamlı motivasyon teorilerden biridir. Bu teoriye göre psikolojik iyi oluş için üç temel psikolojik gereksinim bulunmaktadır (Deci ve Ryan, 2002; 2008). Bunlar; özerklik (autonomy), yeterlik (competence) ve sosyal ilişkidir (relatedness). Yeterlik gereksinimi; insanların kendilerini yetkin ve başarılı hissetmeleri, zorluklarla başa çıkabilmeleridir. Özerklik gereksinimi; insanların kendi davranışlarını kontrol edebilme yeteneği ve kendi seçimlerini yapabilmeleridir. Sosyal ilişki gereksinimi; insanların başkalarıyla bağlantı kurma ve kabul görme gereksinimidir (Deci ve Ryan; 2014). Sosyal ilişkili gereksiniminin karşılanması içsel motivasyonun en önemli belirleyicisi konumundadır (Carreira, 2012). Sosyal ilişki gereksinimi; bireylerin başkalarıyla kurdukları ilişkide aidiyet duygusunu yaşama isteği, çevresi tarafından değer görülme hissi, destek alma duygusu ve bağlanma isteğini kapsar (Chang vd., 2015; Klassen vd., 2012). İlişkiye yönelik temel psikolojik gereksinim, güçlü kişilerarası ilişkilerden kaynaklanan saygı, anlayış ve bağlılık duygularını içerir (Deci ve Ryan, 2000). Bütün kültürlerde bu gereksinimlerin karşılanması, psikolojik iyi oluşu belirleyen evrensel bir faktördür (Deci ve Ryan, 2008; 2010; Ryan and Deci, 2023). İnsanın psikolojik işleyişinin merkezinde olduğu düşünülmektedir (Baumeister ve Leary, 1995). Bu gereksinimler birbirleriyle etkileşim halindedir ve biri tatmin edildiğinde veya edilmediğinde diğerleri de etkilenir.

Maslow'un (1943; 1970) teorisi motivasyonun tek boyutlu olmadığını savunan ve içsel motivasyonun önemini vurgulayan bir teoridir (Gagne ve Deci; 2014). Bu teoriye göre insan davranışlarının arkasında gereksinimler yatar. Ancak bu gereksinimler belirli bir hiyerarşik yapıya göre sıralanmıştır; 1.Fizyolojik, 2. Güvenlik, 3. Ait olma ve sevgi, 4. Saygı, 5.Kendini gerçekleştirme. Bu beş gereksinime bilmek ve anlamak ile estetik gereksinimleri de eklenmiştir. Maslow'a (1943; 1970) göre bu gereksinimler sırasıyla karşılanmalıdır. Görüldüğü gibi bu teoride ait olma ve sevgi gereksinimi üçüncü sırada yer almaktadır. Arkadaşlık, aile, cinsel yakınlık, sosyal gruplara veya bireylere bağlanma, kabul görme, dostluk kurma ve sevgi, sevmek ve sevilme gibi duygusal gereksinimleri kapsar. Ait olma ve sevgi gereksinimi insanların yaşadıkları koşullara ve evrelere göre değişebilir (Acquah vd., 2021; Aruma ve Hanachor, 2017). Sonuç olarak, sosyal ilişki gereksinimi Maslow'un (1943; 1970) teorisinde de önemli bir sosyal gereksinim olarak yer almaktadır.

Alderfer'in (1969) ERG teorisi, Maslow'un (1943) teorisinin özellikle çalışma yaşamı için uyarlanmasıyla geliştirilmiş bir teoridir (Bakker ve Oerlemans, 2019; Tekin ve Görgülü, 2018). Bu teoride gereksinimler üç grupta incelenmiştir; 1.Varoluş (Existence); hava, su, gıda, ücretler ve çalışma şartları gibi faktörlerden memnun olmayı içeren gereksinimlerdir. 2.İlişki kurma (Relatedness); kişiler arasında anlamlı sosyal ilişkiler kurma gereksinimidir. Bunlar arasında aidiyet, saygı ve güvenlik vardır. 3.Gelişme (Growth); benlik saygısı ve benlik gereksinimlerini içerir. Önceki grupta yer alan gereksinim tatmin olmadan üst grup ihtiyaca geçilemez (Alderfer, 1969). Görüldüğü gibi ERG teorisinde ikinci sırada sosyal ilişkili gereksinimi yer almaktadır. Bu gereksinim Maslow'un ait olma sosyal gereksinimi düzeyine denk gelmektedir. Sonuç olarak, sosyal ilişki gereksiniminin (Relatedness) her üç teoride yer alan önemli bir gereksinim olduğu görülmektedir.

Bu gereksinimin, insanları giderek daha fazla sosyal medya kullanımı davranışına yöneltebileceği düşünülmüş ve sosyal ilişki gereksiniminin sosyal medya kullanımı ile ilişkisi incelenmek istenmiştir. Günümüzde sosyal medya kullanımının giderek arttığı, gündelik yaşamın bir parçası haline geldiği görülmektedir. İnsanların iletişim kurma biçimlerini çeşitlendirmiştir. Sosyal medya; insanların bilgi, düşünce ve duygularını internet üzerinden paylaşabildikleri, sohbet edebildikleri ve multimedya içeriklerine erişebildikleri web tabanlı uygulamalar, şeklinde tanımlanmaktadır (Safko ve Brake, 2009). Diğer bir sosyal medya tanımı Kirtiş ve Karahan (2011) tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre sosyal medya; internet kullanıcılarının birbirleriyle çevrimiçi iletişim kurmalarına imkân sağlayan, içerik paylaşımı ve kişisel yorumlar gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleridir. Kısaca sosyal medya kullanımı başkalarıyla doğrudan bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır (Yue, Zhang, ve Xiao, 2023). Kullanımının sınırsız olması, zaman sınırının olmaması ve kolay kullanımı nedenleriyle sosyal medyaya ilgi giderek artmaktadır (Harrin, 2010). Kullanıcılar sosyal medya uygulamalarına cep telefonu ile kolaylıkla ulaşmakta ve paylaşımlarını değiştirerek güncelleme imkânlarından yararlanmaktadırlar (Harrin, 2010). Yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları Facebook ve Instagram'dır (Pellegrino vd., 2022). We Are Social (2021) araştırmasına göre dünya genelinde sosyal medya kullanım oranı %57 iken, cep telefonu ile erişim sağlayan kullanıcı oranı %99 olarak belirlenmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2021) verilerine göre Türkiye'de sosyal medya kullanım oranı %70,8'dir. Bu oranın giderek artacağı düşünülmektedir. Sosyal medyanın sadece iletişim kurmak için değil aynı zamanda; araştırma yapmak, bilgiye ulaşmak, veri toplamak, oyun ve eğlence amacıyla kullanıldığı görülmektedir.

Sosyal medya kullanımının psikolojik yapı üzerinde olumlu sonuçlara neden olabileceğini gösteren bulgular vardır (Clark vd., 2018; Dienlin ve Johannes, 2020). Algılanan sosyal desteği artırarak psikolojik iyi oluşu destekleyebileceğini ileri süren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Clark vd., 2018; Dienlin vd., 2017; Kross vd., 2021; Liu vd., 2019). Sosyal medyayı aktif kullanma ile psikolojik iyi oluş arasındaki pozitif ilişkinin altında yatan temel mekanizma, sosyal destek ve sosyal bağlılıktır (Clark vd., 2018; Kross vd., 2021; Lin vd., 2020; Liu vd., 2019). Diğer yünden, sosyal desteğin, sosyal ilişki gereksiniminin tatminine katkı sağladığı görülmektedir (Fernet vd., 2013; Van Den Broeck vd., 2010). Dolayısıyla, sosyal medya kullanımı sosyal ilişki gereksinimi ile ilişkili olabilir.

Diğer yünden, aşırı kullanıma ve bağımlılığa neden olan sosyal medya kullanımının ruh sağlığı üzerindeki etkileri konusunda Dünya çapında giderek artan sayıda çalışma yapılmaktadır

(Kırcaburun ve Griffiths, 2018, Kuss ve Griffiths, 2017; Pellegrino vd., 2022). Bibliyometik bir araştırmada bu çalışmaların büyük bölümünün (%47) Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Türkiye’de gerçekleştirildiği tespit edilmiştir (Pellegrino vd., 2022). Sosyal medya kullanımı konusundaki çalışmalarda yapılması gereken tanımlardan biri sosyal medya bağımlılığıdır. Sosyal medya bağımlılığı; sosyal medyayı kontrol edilemeyecek şekilde aşırı kullanmaktan dolayı, yaşamdaki diğer önemli faaliyetlere engel olacak kadar çok zaman ve çaba harcamayla karakterize, davranışsal bir bağımlılık olarak açıklanmaktadır (Addiction Center, 2024). Klinik bir bozukluk olarak değerlendirilmektedir (Young, 2009). Sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkileri olduğu görülmektedir. Sonuç olarak; sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı ilişkisi incelemeye değer önemli bir konudur. Alan yazında, konu ile ilgili olarak yetişkinlerle yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Sağar, 2019; Young, 2009). Bu çalışmada; yetişkinlerde sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı ilişkisi Özerklik Teorisi (Deci ve Ryan, 2000) kapsamında incelenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Özerklik Teorisi’ne göre, sosyal ilişki ihtiyacı, insanların temel gereksinimlerinden biridir. Bu teoriye göre, insanlar diğer insanlarla bağlantı kurmak, onların sevgi ve saygısını kazanmak gereksinimi içindedir (Deci ve Ryan, 1985). Bu gereksinimi giderme amacıyla sosyal medyadan yararlanılabilir. Sosyal ilişki gereksiniminin sosyal medya kullanımına neden olabileceği düşünülmüştür. Ancak sosyal medya kullanımı sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuzluklara neden olabilir. Sosyal medya platformlarında çok fazla vakit geçiren kişilerin, hayatlarında iletişimsizlik yaşayabilecekleri ve kişilerarası iletişimde problemlerle karşılaşabilecekleri belirtilmiştir (Öztürk, 2015). Sosyal medya kullanımının nedeni sosyal ilişki gereksinimi olabilir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımı ile sosyal ilişki gereksinimi ilişkisi araştırmaya değer önemli bir konudur. Alan yazında yetişkinlerle yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili bulgulara ihtiyaç vardır. Ulaşılan bulgular daha sonra yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayabilir, alanda çalışan uzmanlara yardımcı olabilir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı yetişkinlerde sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı ilişkisini incelemektir.

Araştırmanın Alt Amaçları

1. Sosyal ilişki gereksinimi demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
2. Sosyal medya kullanımı demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
3. Sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasında ilişki var mıdır?
4. Sosyal ilişki gereksinimi, sosyal medya kullanımını yordamakta mıdır?

Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, evren ve örneklem, veri toplama araçları yer almıştır. Bulgular bölümünde istatistik analizlerin sonuçları açıklanmıştır. Daha sonra, sonuçlar tartışılarak yorumlanmış ve öneriler verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma ilişkisel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. İlişkisel desende iki ya da daha fazla sayıdaki değişkenin ilişkisi incelenmektedir (Creswell, 2012). İlişkisel tarama modeli yaşanan olayın geçmişte veya var olan durumlarını açıklamayı amaçlayan bir modeldir. Bir olay ya da bir durum bazı değişkenlere göre incelenip, bu değişkenler ile arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı bu model ile araştırılır. Tarama modelinde olay veya durum her hangi bir etkiye maruz kalmadan belirlenir (Karasar, 2023).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İstanbul Avrupa yakasıdır. Örneklem grubu ulaşılabilirlik yöntemi ile Avrupa yakasındaki okulların velilerinden oluşmuştur. Toplam 15 okulun velilerine sosyal medya vasıtasıyla ulaşılmıştır. Evren sayısı bilinmediğinden, %95 güven seviyesine göre maksimum örneklem 378 kişi olarak belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Bu çalışmada örneklem grubunu 314 kadın, 286 erkek olmak üzere toplam 600 kişi oluşturulmuştur. Örneklem grubuna ait demografik veriler aşağıdaki Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Sayısal Dağılımları

	Gruplar	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kadın	314	52.3
	Erkek	286	47.7
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	175	29.2
	Ortaöğretim	198	33.0
	Yükseköğretim	227	37.8
Çalışma Durumu	Çalışıyor	484	80.7
	Çalışmıyor	116	19.3
Yaş	22-34 Yaş	161	26.8
	35-48 Yaş	322	53.7
	49 Yaş ve üzeri	117	19.5
Evlilik Yılı	1-5 Yıl	112	18.7
	6-10 Yıl	88	14.7
	11 Yıl ve üzeri	400	66.7
TOPLAM		600	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi toplamda 600 kişi ile analizler yapılmıştır. Katılımcılardan 314 (%52.3) kişi kadın, 286 (%47.7) kişi erkektir. Eğitim düzeyine göre yapılan incelemede 175 (%29.2) kişi ilköğretim, 198 (%33) kişi ortaöğretim, 227 (%37.8) kişi yükseköğretim mezunudur. Çalışma

durumu incelendiğinde 484 (%80.7) kişi çalışırken, 116 (%19.3) kişi çalışmamaktadır. Yaşa göre incelendiğinde ise 161 (%26.8) kişi 21-34 yaş arasında, 322 (%53.7) kişi 35-48 yaşlarında, 117 (%19.5) kişi ise 49-63 yaş arasındadır. Evlilik yılı süresine bakıldığında ise 112 (%18.7) kişinin 1-5 yıl, 88 (%14.7) kişinin 6-10 yıl ve 400 (%66.7) kişinin ise 11 yıl ve üzerindeki sürelerde evli oldukları görülmektedir.

Veri Toplama Araçları:

Katılımcılara demografik verileri toplamak için hazırlanmış olan bir adet “Kişisel Bilgi Formu” ile birlikte, “Sosyal İlişki Gereksinimi Ölçeği” ve “Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği” uygulanmıştır. Çalışmada toplam olarak bir anket ve iki ölçek yer almıştır.

Kişisel Bilgi Formu (Anket)

Kişisel bilgi formu (anket) demografik değişkenlere ilişkin veri toplamak amacıyla kullanılmıştır. Toplam 5 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çalışma durumu ile evlilik süresi gibi bağımsız değişkenlere ait soruları içermiştir. Kişisel Bilgi Formu araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

Sosyal İlişki Gereksinimi Ölçeği (SİGÖ-10)

Sosyal İlişki Gereksinimi Ölçeği (SİGÖ-10) bireylerin, sosyal ilişki gereksinimini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Deci ve Ryan (1985) tarafından geliştirilen Özerklik Teorisi kapsamında hazırlanmış olan bir ölçektir. Orijinal form İngilizce olarak Kanadada “The Need for Relatedness Scale” (NRS-10) adıyla Richer ve Vallerand (1998) tarafından geliştirilmiştir. Türkçeye Ünal-Karagüven, Ekşioğlu ve Gül (2020) tarafından uyarlanmıştır. Yetişkinler için kullanılır. Ölçek 10 maddeden oluşmaktadır ve 7’li likert tipindedir. İfadeler “ Çevremdekilerle ilişkilerimde kendimi desteklenmiş hissediyorum” şeklindeki birinci maddeyle başlamaktadır. Uygulama; 1 “Kesinlikle katılmıyorum” ile 7 “Kesinlikle katılıyorum” arasında işaretleme yapılarak gerçekleşir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan 70’dir. Puan arttıkça sosyal ilişki gereksinim düzeyinin arttığı sonucuna ulaşılır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .93 dir.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ-8)

Sosyal medya kullanım düzeyini belirlemek amacıyla Deniz ve Tutgun-Ünal (2019) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ) kullanılmıştır. Ölçek 8 maddeden oluşmaktadır ve 5’li Likert türündedir. İfadeler “Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissederim” şeklindeki birinci maddeyle başlamaktadır. Her maddeye katılım, ilgili maddenin kişiye ne derecede uyduğunu belirlemek için “Bana Hiç Uygun Değil (1), Bana Az Uygun (2), Bana Orta Seviyede Uygun (3), Bana Çok Uygun (4), Bana Tamamen Uygun (5)” şeklindeki tercihlerden bir tanesi işaretlenerek gerçekleşir. Toplam puan 8 ile 40 arasındadır. Ölçekten alınan puanlar arttıkça sosyal medya kullanım düzeyi artmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .82 düzeyindedir.

Veri Toplama Süreci

Veriler çevrimiçi olarak toplanmıştır. Sosyal medya grubunu oluşturan velilere gönderilen whatsapp mesajı ile araştırmanın konusu ve amacı hakkında ön bilgi verilmiş, verilerin kesinlikle gizli tutulacağı ve farklı kişi ve kurumlarla asla paylaşılmayacağı ifade edilmiştir. Daha sonra Google Forms şeklinde hazırlanmış olan anket ve ölçeklerin oluşturduğu bağlantı adresi paylaşılmıştır. Çalışmaya katılım gönüllü olmuştur.

Verilerin Analizi

İlk olarak kayıp değer analizi gerçekleştirilmiştir. Uç değer analizi sonucunda ölçme araçlarına ait puanlar standart z puanlarına dönüştürülmüştür. Z puanı ± 3 arasında olmayan ölçümler ($N = 10$) veri setinden çıkartılmıştır. Analizler toplam 600 kişi üzerinden yapılmıştır. Ayrıca basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 2 arasında olduğu belirlenerek, verilerin normalden aşırı sapmadığı anlaşılmıştır. Veriler normal dağıldığından “Parametrik Testlerden”, “t-testi” ve “One Way ANOVA” testi kullanılmıştır. Sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı ilişkisinin tespiti için Pearson korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra yordamayı belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizinden (Karasar, 2023) yararlanılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde çalışmanın birinci ve ikinci alt amaçları doğrultusunda önce SİGÖ sonra SMKÖ toplam ve alt boyutlarına ait ortalamalar arasındaki farklılığı test eden analiz bulguları verilmiştir. Bulguların sonraki bölümünde ise çalışmanın üçüncü ve dördüncü alt amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen korelasyon ve regresyon analizi sonuçları yer almıştır.

Tablo 2. Ölçeklerden Elde Edilen Puanlara Ait Bilgiler

Ölçekler	\bar{X}	SS	Min	Max	Basıklık	Çarpıklık
SİGÖ-10	49.45	11.84	16.00	70.00	-.357	-.143
SMKÖ	21.25	7.97	8.00	40.00	-.220	.417

Tablo 2’de ölçeklerin ortalama değerleri, standart sapma, minimum ve maksimum değerler ile basıklık ve çarpıklık değerlerine yer verilmiştir. Buna göre SİGÖ-10 ortalama puanı 49.45 (SS:11.84), SMKÖ ortalama puanı 21.25’tir (SS:7.97). SİGÖ-10 ve SMKÖ’nün basıklık ve çarpıklık değerlerinin +2, - 2 arasında olduğu ve dağılımın normal kabul edilebileceği belirlenmiştir (George ve Mallery, 2010). Katılımcıların cinsiyetlerine göre ölçek puanları karşılaştırması aşağıdaki Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

Puan	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	$Sh_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	P
SİGÖ-10	Kadın	314	49.44	12.11	.68	-.012	598	.990
	Erkek	286	49.45	11.56	.68			
SMKÖ	Kadın	314	20.61	7.56	.43	-2.068	598	.039
	Erkek	286	21.95	8.35	.49			

Tablo 3'de SMKÖ puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(598)} = -2.068$; $p < .05$). Bu sonuca göre erkeklerin sosyal medya kullanım düzeyleri, kadınlara göre anlamlı biçimde yüksektir.

Tablo 4. Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Puan	Eğitim Düzeyi	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
SİGÖ-10	İlköğretim	175	47.33	12.26	G.Arası	1468.026	2	734.013	5.310	.005
	Ortaöğretim	198	49.33	12.04	G.İçi	82530.372	597	138.242		
	Yükseköğretim	227	51.18	11.10	Toplam	83998.398	599			
	Toplam	600	49.45	11.84						
SMKÖ	İlköğretim	175	19.70	8.82	G.Arası	663.818	2	331.909	5.305	.005
	Ortaöğretim	198	21.45	7.67	G.İçi	37352.180	597	62.566		
	Yükseköğretim	227	22.26	7.35	Toplam	38015.998	599			
	Toplam	600	21.25	7.97						

Tablo 4'de sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı puanları eğitim düzeyine göre One Way ANOVA testi ile incelenmiştir. Yapılan incelemede SİGÖ-10 ($F_{(2-597)}=5.310$; $p < .05$) puanları eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığı için gerçekleştirilen Scheffe testine göre yükseköğretim mezunlarının SİGÖ-10 puanları, ilk ve ortaöğretim mezunlarına göre anlamlı biçimde yüksektir. SMKÖ puanlarının eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(2-597)}=5.305$; $p < .05$). Varyanslar homojen dağılmadığı için Tamhane testi gerçekleştirilmiştir. Buna göre yükseköğretim mezunlarının SMKÖ puanları, ilköğretim mezunlarına göre anlamlı biçimde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 5. Çalışma Durumuna Göre T Testi Sonuçları

Puan	Çalışma Durumu	<i>N</i>	\bar{X}	<i>s</i>	Sh \bar{x}	<i>t</i> Testi		
						<i>t</i>	<i>Sd</i>	<i>P</i>
SİGÖ-10	Çalışıyor	484	50.04	11.74	.53	2.517	598	.012
	Çalışmıyor	116	46.97	11.99	1.11			
SMKÖ	Çalışıyor	484	21.37	7.83	.36	.763	598	.446
	Çalışmıyor	116	20.74	8.52	.79			

Tablo 5'de sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı puanları çalışma durumuna göre t testi ile incelenmiştir. SİGÖ-10 puanlarının ise çalışma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(598)} = 2.517$; $p < .05$). Bu sonuca göre çalışanların sosyal medya kullanım düzeyleri, çalışmayanlara göre anlamlı biçimde yüksektir.

Tablo 6. Yaş Gruplarına Göre ANOVA Testi Sonuçları

Puan	Eğitim Düzeyi	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
SİGÖ-10	21-34 Yaş	161	50.37	12.14	G.Arası	188.908	2	94.454	.673	.511
	35-48 Yaş	322	49.14	11.90	G.İçi	83809.491	597	140.384		
	49-63 Yaş	117	49.03	11.30	Toplam	83998.398	599			
	Toplam	600	49.45	11.84						
SMKÖ	21-34 Yaş	161	21.57	6.82	G.Arası	105.566	2	52.783	.831	.436
	35-48 Yaş	322	21.39	8.06	G.İçi	37910.432	597	63.502		
	49-63 Yaş	117	20.41	9.11	Toplam	38015.998	599			
	Toplam	600	21.25	7.97						

Tablo 6'da sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı puanları yaşa göre One Way ANOVA testi ile incelenmiştir. Yapılan incelemeye göre puanlar yaşa göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Tablo 7. Evlilik Süresine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Puan	Eğitim Düzeyi	<i>N</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
SİGÖ-10	1-5 Yıl	112	51.93	12.24	G.Arası	970.544	2	485.272	3.489	.031
	6-10 Yıl	88	47.81	12.41	G.İçi	83027.854	597	139.075		
	11 ve Üzeri	400	49.12	11.53	Toplam	83998.398	599			
	Toplam	600	49.45	11.84						
SMKÖ	1-5 Yıl	112	22.09	7.73	G.Arası	431.023	2	215.511	3.423	.033
	6-10 Yıl	88	22.82	7.07	G.İçi	37584.976	597	62.956		
	11 ve Üzeri	400	20.67	8.16	Toplam	38015.998	599			
	Toplam	600	21.24	7.97						

Tablo 7'de SİGÖ-10 ($F_{(2,597)}=3.489$; $p<.05$) puanlarının evlilik yılına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Varyanslar homojen dağıldığı için gerçekleştirilen Scheffe testine göre 1-5 yıldır evli olanların sosyal ilişki gereksinim düzeyi, 11 ve üzeri yıldır evli olanlara göre anlamlı biçimde yüksektir. SMKÖ ($F_{(2,597)}=3.423$; $p<.05$) puanlarının evlilik yılına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Varyanslar homojen dağıldığı için gerçekleştirilen Scheffe testine göre 6-10 yıldır evli olanların, sosyal medya kullanım düzeyi, 11 yıl ve üzeri evli olanlara göre anlamlı biçimde yüksektir. SİGÖ-10 ve SMKÖ puanları arasındaki korelasyon analizine Tablo 8'de yer verilmiştir.

Tablo 8. SİGÖ-10 ve SMKÖ Puanları Arasındaki Pearson Bivariate Korelasyon Tablosu

	SİGÖ-10	SMKÖ
SİGÖ-10	1	
SMKÖ	.09*	1

$p<.05$

Yukarıdaki Tablo 8'de görüldüğü gibi, yapılan korelasyon analizi sonucunda SİGÖ-10 ile SMKÖ arasında pozitif yönde (.093) düşük seviyede ve anlamlı ilişki vardır ($p<.05$). Bir çalışmada regresyon analizi kullanabilmek için bazı ön koşulların karşılanması gerekmektedir. Büyüköztürk'e (2018) göre bu ön koşullar doğrusallık ve normalliğin karşılanması ve yordayıcı değişkenler arasında

çoklu bağlantılılık olarak tanımlanan bir sorunun olmamasıdır. Çoklu bağlantılılık için bağımsız değişkenlerin arasındaki korelasyonun $r < .80$ olması gerektiği ifade edilmiştir (Büyüköztürk vd., 2018; Karasar, 2023). Bu koşulların sağlandığı görülerek regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. SİGÖ'nün SMKÖ'yü Yordayıcı Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Model	B	SH	β	t	p
Sabit	18.162	1.393		13.041	.000*
SİGÖ	.062	.027	.093	2.278	.023*

$R = .093$, $F_{(1,598)} = 5.191$, $p < .05$, Bağımlı Değişken: SMKÖ

Yukarıdaki Tablo 9'da SİGÖ'den elde edilen puanların SMKÖ'den elde edilen puanlar üzerine etkisini gösteren Lineer Regresyon Analizi sonucu verilmiştir. SİGÖ puanlarının, SMKÖ puanlarını yordama düzeyine yönelik gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre SİGÖ puanlarının, SMKÖ puanlarını %0,7 (Adjusted $R^2 = .007$) düzeyinde anlamlı bir şekilde yordadığı belirlenmiştir ($\beta = .093$, $p < .05$). SİGÖ puanlarının, SMKÖ puanları üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan analiz istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F_{(1,598)} = 5,191$, $p < .05$, $R^2 = .007$) ($\beta = .093$, $p < .05$). SİGÖ puanlarının, SMKÖ puanları üzerindeki yordayıcı etkisi düşük düzeyde ancak istatistik olarak anlamlı bulunmuştur. Yani SMKÖ puanlarının %0.07 sini SİGÖ puanları açıklamaktadır. Etki düşük ancak anlamlıdır. Beta pozitif değerde olduğu için bireylerin SİGÖ'den aldıkları puanların, bireylerin SMKÖ'den aldıkları puanları artırmakta olduğu görülmüştür ($\beta = .093$).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada evli bireylerin sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı ilişkisi incelenmiştir. Çalışma, sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı ile ilgili dört alt amaç sorusuna açık destek sağlamıştır. Birincisi; sosyal ilişki gereksinimi demografik değişkenlere göre farklılık göstermiştir. İkincisi; sosyal medya kullanımı demografik değişkenlere göre farklılık göstermiştir. Üçüncüsü; sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır. Dördüncüsü; sosyal ilişki gereksinimi, sosyal medya kullanımının önemli bir yordayıcısıdır. Bu bulgu daha önce yapılan benzer çalışmalarla desteklenmiştir.

Çalışmanın birinci ve ikinci alt amaçları doğrultusunda yapılan analizler sonucunda; cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve evlilik süresi değişkenlerinin hem sosyal ilişki gereksinimi hem de sosyal medya kullanımı ortalamalarında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Yaş faktörüne göre anlamlı farklılık yoktur. Alan yazında sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı konusunda farklı çalışmalar bulunmaktadır.

Sosyal ilişki gereksiniminin anlamlı bulunduğu demografik değişkenler oldukça fazladır. Çalışanların, üniversite mezunlarının ve 1-5 yıl arası evli olanların SİGÖ puanları anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur. Diğer bir deyişle çalışanlar, eğitim düzeyi yüksek olanlar ve yeni evliler daha fazla sosyal ilişki ihtiyacı içindedirler.

Ulaşılan bu bulgular önceki çalışmalara ait bulgular ile paralellik göstermektedir. Ulaş-Karaahmetoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada benzer şekilde yaş ve cinsiyet ile ilgili anlamlı farklılık bulunmamıştır. Ancak sosyal ilişki gereksiniminin cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği çalışmalar da bulunmaktadır (Atalay ve Özyürek, 2020; Ünal-Karagüven vd., 2020). Bu durum, genelleme yapabilmek için daha fazla bulgu gerekmektedir, şeklinde yorumlanmıştır.

Sosyal medya kullanımının anlamlı bulunduğu demografik değişkenler oldukça fazladır. Erkeklerin, ilkökul mezunlarının ve 6 ile 10 yıl arasında evli olanların sosyal medya kullanım ortalamaları yüksek bulunmuştur. Diğer bir deyişle erkekler, eğitim düzeyi düşük olanlar ve 6 ile 10 yıl arasında evli olanlar daha fazla sosyal medya kullanmaktadır. Yeni evliler ya da evliliklerinin ilk 5 yılında olanlar ile uzun süre ya da 10 yıldan fazla evli olanlar daha az sosyal medya kullanmaktadır. Lise ve üniversite mezunları ile kadınlar sosyal medyayı daha az kullanmaktadır.

Yaş faktörü bu çalışmada önemli bulunmamıştır. Benzer şekilde Baz (2018) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımı açısından yaşa göre anlamlı farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Ancak bazı çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Clark ve Moloney (2017) tarafından yetişkinler ile yapılan bir çalışmada ileri yaştaki yetişkinlerin daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir. Bu durumun nedeni; ileri yaştaki bireylerde hareketliliğin azalması nedeniyle sosyal ilişki gereksiniminin sosyal medya üzerinden giderildiği şeklinde açıklanmıştır. Bu çalışmada yaş faktörünün önemli çıkmamasının nedeni örnekleme oluşturan bireylerin çok ileri yaşlarda olmamasından kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet farklılığı ile ilgili olarak Tutgun-Ünal (2015) tarafından yapılan çalışmada erkeklerin değil kadınların daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir. Tang ve Yogo (2019) araştırmasında kadınların erkeklere kıyasla sosyal medyayı daha fazla kullandıkları bulunmuştur. Baz (2018) tarafından yapılan çalışmada ise cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmamıştır. Benzer şekilde Babacan (2016) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımında eğitim düzeyi ve cinsiyete göre anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Boşanmış yetişkinlerin, evli yetişkinlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur (Sağar, 2019). Bu durum konu ile ilgili genelleme yapabilmek için daha fazla bulguya ihtiyaç olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Çalışmanın üçüncü alt amacı doğrultusunda sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı arasında Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizinde ulaşılan .01 ile .29 arasındaki değerler düşük düzeyde ilişkiyi ifade eder (Köklü vd., 2006). Dolayısıyla bu çalışmada .09 olarak elde edilen korelasyon değeri ilişkinin düşük düzeyde olduğunu göstermiştir. Ancak ilişki pozitif ve anlamlıdır. Sosyal ilişki gereksinimi arttıkça sosyal medya kullanımı artmaktadır. Diğer bir deyişle, sosyal ilişki gereksinimi azalırken sosyal medya kullanımı da azalmaktadır. Ulaşılan bu bulgular önceki çalışmalara ait bulgular ile paralellik göstermiştir. Ünal-Karagüven ve Kamak,(2023) tarafından yapılan çalışmada sosyal ilişki gereksinimi ile çevrimiçi ve yüz yüze kendini açma arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda; sosyal ilişki gereksinimini gidermek amacıyla sosyal medya kullanıldığını söylemek mümkündür.

Sosyal medya kullanımının çeşitli değişkenlerle ilişkisini inceleyen çalışmalar oldukça fazladır (Pellegrino, 2022). Babacan (2016) yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile anksiyete,

düşmanlık/öfke ile arasında pozitif yönde ilişki saptamıştır. Benzer şekilde Tang ve Yogo (2019) sosyal medya bağımlılığı ile anksiyete ve depresyon arasında anlamlı pozitif ilişki tespit etmiştir. Yapılan bir başka çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile depresif bozukluk arasında pozitif yönde ilişki tespit edilmiştir (Robinson vd., 2019). Moreno ve arkadaşları (2022) sosyal medya bağımlılığı ile problemli alkol kullanımı, nevroz ve uyku bozukluğu arasında pozitif yönde ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Sosyal medya kullanımının negatif yönde ilişkili olduğu çalışmalara da rastlanmaktadır. Hawi ve Samaha (2017) araştırmalarında sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasında negatif yönde korelasyon tespit etmişlerdir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında da negatif yönde korelasyon belirlemişlerdir. Sağbaş, Ballı ve Şen (2016) yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında negatif yönde ilişki olduğunu bulmuşlardır. İliş ve Gülbahçe (2019) ise benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında negatif yönde korelasyon tespit etmişlerdir. Bütün bu çalışmalara rağmen alan yazında sosyal ilişki gereksinimi ile sosyal medya kullanımı ilişkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Çalışmanın dördüncü ve son alt amacı doğrultusunda basit doğrusal hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bulgulara göre sosyal ilişki gereksinimi, sosyal medya kullanımını yordamaktadır. Diğer bir değişle sosyal ilişki gereksinimi sosyal medya kullanımını etkilemektedir. Sosyal medya kullanımının yüzde yedisini sosyal ilişki gereksinimi açıklamaktadır. Alan yazın incelendiğinde benzer çalışmaların olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin, meslektaşlarından ve okul yönetiminden sosyal destek almalarının sosyal ilişki gereksinimi açısından yararlı olduğu görülmüştür (Maas vd., 2022). Kirkland ve arkadaşları (2011) ile Wang ve Tsai (2019) tarafından yapılan çalışmalarda sosyal ilişki gereksiniminin, psikolojik iyi oluşu pozitif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Haand ve Shuwang (2020) depresyonun, sosyal medya bağımlılığını anlamlı biçimde yordadığını tespit etmişlerdir. Ünal (2015) çalışmasında sosyal medya yorgunluğu ve bağımlılığının sosyal kaygı bozukluğunu anlamlı şekilde yordadığını tespit etmiştir. Bu çalışmada ulaşılan sonuç doğrultusunda; sosyal ilişki gereksiniminin sosyal medya kullanımını yordadığını söylemek mümkündür.

Sonuç olarak çalışmanın alt amaçları cevaplandırılmıştır. Sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı demografik değişkenler ile farklılık göstermiştir. Çalışanlar, eğitim düzeyi yüksek olanlar ve 5 yıldan daha az süre evli olanlar daha fazla sosyal ilişki gereksinimi içindedir. Erkekler, eğitim düzeyi düşük olanlar ve uzun süre evli olan bireyler ise daha fazla sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal ilişki gereksinimi artarken sosyal medya kullanımını da artmaktadır. İlişki kurma ihtiyacı sosyal medya kullanımının bir kısmını açıklamaktadır.

Bu çalışma, sosyal ilişki gereksinimi gibi bir konuda teorik ve pratik öneme sahip bir dizi veri sunmuştur. Özerklik teorisine dayanarak yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımının sosyal ilişki gereksinimi ile ilişkili olduğu görülmüştür. Sosyal ilişki gereksinimi ve sosyal medya kullanımı yüksek olan bireylerin özellikleri belirlenmiştir. Sosyal ilişki gereksiniminin sosyal medya kullanımı açısından önemli olduğu görülmüştür. Sosyal ilişki gereksinimini, sosyal ve kültürel etkinlikler gibi farklı şekilde gidermek, sosyal medya kullanımı azaltabilir. Böylece sosyal medya bağımlılığı önenebilir. Bu amaçla okullarda ve yetişkinlerin yaşamında daha fazla sosyal etkinliğe yer verilebilir.

Bu çalışmanın diğer benzer çalışmalarda görülen bir takım üstünlükleri ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışma grubunun büyüklüğü, kullanılan ölçekler ve yöntemlerin standart olması üstün yönleridir. Kullanılan ölçekler objektif olarak bireyin kendi kendini değerlendirmesini sağlayan, geçerlik ve güvenilirliği tatminkâr ölçeklerdir. Sınırlı olduğu nokta örneklem grubunun evli ve yetişkin bireyler ile sınırlı olmasıdır. Ulaşılan bulguların kuvvetlenmesi ve desteklenmesi için benzer çalışmalara ihtiyaç vardır. Sonraki çalışmaların farklı örneklem grupları ile yapılması önerilmiştir.

Etik Kurul İzni

Bu araştırma, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 01.03.2024/03-04 tarihli ve 759242 sayılı kararı ile alınan izinle yürütülmüştür.

Kaynakça

- Acquah, I.S.K., Naude, M.J., Soni, S. (2021). How The Dimensions Of Culture Influence Supply Chain Collaboration: An Explanatory Sequential Mixed-Methods Investigation. *Revista de Gestão*, 28(3): 284-304. <https://10.1108/REGE-11-2020-0105>
- Addiction Center. (2024). <https://www.addictioncenter.com/drugs/social-media-addiction/>.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior & Human Performance*, 4(2), 142–175. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)
- Aruma, E.O., Hanachor, M.E. (2017). Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Assessment of Needs in Community Development. *International Journal of Development and Economic Sustainability*, 5(7): 19-59. https://zbook.org/read/435aa8_abraham-maslow-s-hierarchy-of-needs-and.html
- Atalay, D., Özyürek, A. (2020). Ergenlerde Arkadaşlık İlişkileri ve Akran Sapması. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(2): 249-261. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/johut/issue/55645/760755>
- Avcı, C. (2003). İslam-Bizans ilişkileri. İstanbul: Alfa.
- Babacan, M.E. (2016). Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Bakker, A.B., Oerlemans, W.G. M. (2019). Daily job crafting and momentary work engagement: a self-determination and self-regulation perspective. *Journal of Vocational Behavior*. 112, 417–430. <https://10.1016/j.jvb.2018.12.005>
- Baumeister, R.F., Leary, M.R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*. 117, 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Baz, A. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Demografik değişkenlere göre bir inceleme (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyükoztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum. Ankara: Pegem.
- Carreira J.M. (2012). Motivational Orientations and Psychological Needs in EFL Learning Among Elementary School Students in Japan. *System*. 40, 191–202. <https://10.1016/j.system.2012.02.001>
- Chang, J., Huang, C. Lin, Y. (2015). Mindfulness, basic psychological needs fulfillment, and well-being. *Journal of Happiness Studies*, 16(5), 1149–1162. <https://10.1007/s10902 - 014-9551-2>.
- Clark J.L., Algee S.B., Green M.C. (2018). Social network sites and well-being: The role of social connection. *Current Directions in Psychological Science*, 27(1), 32–37. <https://10.1177/096.372.1417730833>

- Clark, R., Moloney, G. (2017). Connections across the ages: Facebook use and self-determination theory. *Frontiers in Psychology*. Conference Abstract: Southern Cross University 14th Annual Honors Psychology Research Conference. doi: 10.3389/conf.fpsyg.2017.72.00005
- Connell, J.P., Wellborn, J.G. (1991). Competence, Autonomy, and Relatedness: A motivational analysis of self-system processes. In M.R. Gunnar & L.A. Sroufe (Eds.), *Self-processes and development* (pp. 43–77). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
<https://psycnet.apa.org/record/1991-97029-002>
- Creswell, C.W. (2017). Tarama araştırma desenleri (Selçuk Doğan ve İsmail Karsantik). Halil Ekşi (Çev. Ed.), *Eğitim araştırmaları: Nicel ve nitel araştırmanın planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi* içinde (s. 480-540). İstanbul: EDAM.
- Deci, E.L., Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Deci, E.L., 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
- Deci, E.L., Ryan, R.M. (2002). *Handbook of self-determination research*. Rochester: University of Rochester Press.
- Deci, E.L., Ryan, R.M. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology / Psychologie canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Deci, E.L. Ryan, R.M. (2010). *Self-determination*. New York: John Wiley and Sons.
- Deci, E.L. Ryan, R.M. (2014). Autonomy and need satisfaction in close relationships: Relationships motivation theory. In N. Weinstein, *Human motivation and interpersonal relationships: Theory, research, and applications*. (pp. 53-73). Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Deci, E.L., Vansteenkiste, M. (2004). Self-determination theory and basic need satisfaction: Understanding human development in positive psychology. *Ricerche di Psicologia*, 1(27), 23-40. <https://psycnet.apa.org/record/2004-19493-002>
- Deniz, L., Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057. <https://10.26466/opus.557240>
- Dienlin, T., Johannes, N. (2020). The impact of digital technology use on adolescent well-being. *Dialogues in Clinical Neu-roscience*, 22(2), 135–142. <https://10.31887/DCNS.2020.22.2/dienlin>
- Dienlin, T., Masur, P.K., Treppe, S. (2017). Reinforcement or displacement? The reciprocity of FtF, IM, and SNS communication and their effects on loneliness and life satisfaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(2), 71–87. <https://10.1111/jcc4.12183>
- Fernet, C., Austin, S., Trépanier, S.G., Dussault, M. (2013). How do job characteristics contribute to burnout? Exploring the distinct mediating roles of perceived autonomy, competence, and relatedness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 22, 123–137. <https://10.1080/1359432X.2011.632161>
- Gagne, M., Deci, E.L. (2014). The History of Self-Determination Theory in Psychology and Management. In M. Gagne (Ed.), *The Oxford handbook of work engagement, motivation and self-determination theory* (pp. 1-9). New York: Oxford University Press. <https://psycnet.apa.org/record/2014-24108-001>
- Haand, R., Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: a quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780-786. <https://doi.org/10.1080/02673.843.2020.1741407>

- Harrin, E. (2010). Social media and project management: symbolism in action. *International Journal of Managing Projects in Business*, 3(4), 620-627. <https://10.1017/978.131.6662243.031>
- Hawi, N.S., Samaha M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586. <https://doi.org/10.1177/089.443.9316660340>
- İliş, A., Gülbahçe, A. (2019). Sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasındaki yordayıcı ilişkinin incelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, (78), 45-60. <https://dergipark.org.tr/pub/sosekev/issue/71525/1150754>
- Karasar, N. (2023). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler. Ankara: Nobel.
- Kırcaburun, K., & Griffiths, M.D. (2019). Problematic instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 909-921. <https://10.1007/s11469.018.9895-7>
- Kirkland, R.A., Karlin, N.J., Stellino, M.B., Pulos, S. (2011). Basic psychological needs satisfaction, motivation, and exercise in older adults, activities. *Adaptation & Aging*, (35)3, 181-19. <https://doi.org/10.1080/01924.788.2011.596764>
- Kırtış, K.A., Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268. <https://10.1016/j.sbspro.2011.09.083>
- Klassen, R.M., Perry, N.E., Frenzel, A.C. (2012). Teachers' relatedness with students: an underemphasized component of teachers' basic psychological needs. *Journal of Educational Psychology*, 104(1), 150-165. <https://doi.org/10.1037/a0026253>
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2006). *Sosyal bilimler için istatistik*. Ankara: Pagem.
- Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C.K., Jonides, J., Ybarra, O. (2021). Social media and well-being: Pitfalls, progress, and next steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(1), 55-66. <https://10.1016/j.tics.2020.10.005>
- Kuss, D.J., Griffiths, M.D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 311-331. <https://10.3390/ijerph14030311>
- Lin, S., Liu, D., Niu, G., Longobardi, C. (2020). Active social network sites use and loneliness: The mediating role of social support and self-esteem. *Current Psychology*, 41(3), 1279-1286. <https://10.1007/s12144.020.00658-8>
- Liu D., Baumeister R.F., Yang C.C., Hu B. (2019). Retracted: Digital communication media use and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(5), 259-273. <https://10.1093/jcmc/zmz013>
- Maas, J., Schoch, S., Scholz, U., Rackow, P., Schöler, J., Wegner, M., Keller, R. (2022). Satisfying the need for relatedness among teachers: Benefits of searching for social support. *Frontiers in Education*, 7. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/educ.2022.851819/full>
- Maslow, A.H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396. <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1592464>
- Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. 2nd. ed., New York: Harper and Row.
- Moreno, J., vd. (2022). Social media addiction and its relationship with problematic alcohol use and mental health in young adults: a cross-sectional study in Spain. *Addictive Behaviors Reports*, 15. <https://10.1093/alcac/agz088>
- Öztürk, A.F. (2015). Sosyal medya bağımlılığı ve yalnızlık ilişkisi üzerine bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Pellegrino, A., Stasi, A., Bhatiasevi, V. (2022). Research trends in social media addiction and problematic social media use: A bibliometric analysis. *Frontiers in psychiatry*, 13, 1017506. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.101.7506>
- Richer, S.F., Vallerand, R.J. (1998). Construction and validation of the need to belong scale. *European Review of Applied Psychology*, 48, 129-137. <https://10.4236/psych.2016.73042>
- Robinson, L., vd. (2019). The Role of Social Comparison in the effect of instagram images on women's mood and body image. *Body Image*, 31(2), 37-45. <https://10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Ryan, R.M., Bernstein, J.H., Warren Brown, K. (2010). Weekends, work, and well-being: Psychological need satisfactions and day of the week effects on mood, vitality, and physical symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 29(1), 95-122. <https://doi.org/10.1521/jscp.2010.29.1.95>
- Ryan, R.M., Deci, E.L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York: Guilford.
- Ryan, R.M., Deci, E.L. (2023). Acting as one: Self-determination theory's scientific and existential import. In R. M. Ryan (Ed.), *The Oxford handbook of self-determination theory* (pp. 1173-1176). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/978.019.7600047.013.59>
- Safko, L., Brake, D.K. (2009). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. New York: John Wiley & Sons.
- Sağar, M.E. (2019). Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 1(1), 29-43. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jedihes/issue/52054/635201>
- Sağbaşı, E.A., Ballı, S., Şen, F. (2016). Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 153-163. https://www.researchgate.net/publication/311820374_Sosyal_Medya_ve_Gencler_Uzerindeki_Etkileri
- Tang, C.S.K., Yogo, M. (2019). Social media addiction and mental health among university students in Cambodia and Japan: A cross-cultural study. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34230820/>
- Tekin, G., Görgülü, B. (2018). Clayton Alderfer'in ERG teorisi ve çalışanların iş tatmini. *Social Sciences Studies Journal*, 4, 17. https://sssjournal.com/files/sssjournal/210.663.2493_15_4-17.ID497.%20G.TEK%4C%B0N&B.G%C3%96RG%C3%9CL%C3%9C_1559-1566.pdf
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK). (2021). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Üniversite öğrencilerinin cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı. *Journal of International Social Research*, 8(36), 821-828. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/639146>
- Ulaş-Karaahmetoğlu, G., Kaçan Softa, H., Kör, H., Karagözoğlu, G. (2017). Üniversite birinci sınıf öğrencilerinin arkadaşlık ilişkilerinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(6), 2173-2184. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/369925>
- Ünal-Karagüven, M.H., Ekşioğlu, M., Gül, Ç. (2020). Özerklik teorisi ve sosyal ilişki gereksinimi ölçeğinin Türkçeye adaptasyonu. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 366-377. <https://doi.org/10.21733/ibad.656251>
- Ünal-Karagüven, M.H., Kamak, E. (2023). Ergenlerde çevrimiçi ve yüz yüze kendini açma. *Humanistic Perspective*, 5(1), 724-749. <https://doi.org/10.47793/hp.1183205>
- Van Den Broeck, A., Vansteenkiste, M., Witte, H., Soenens, B., Lens, W. (2010). Capturing autonomy, competence, and relatedness at work: construction and initial validation of the work-related basic need satisfaction scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(4), 984-1002. <https://10.1348/096317909X481382>

- Wang, C. C., Tsai, Y. J. (2019). The effects of basic psychological need satisfaction at school on Taiwanese adolescents' academic achievement and positive mental health: the mediating role of academic self-efficacy and school engagement. *Children and Youth Services Review*, 96, 421-430. <https://10.1016/j.lindif.2017.01.017>
- We Are Social. (2021). Digital 2021: Global Overview Report. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay.
- Young, K. (2009). Internet addiction: diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241-246. <https://10.1007/s10879-009->
- Yue, Z., Zhang, R., Xiao, J. (2023). Social media use, perceived social support, and well-being: Evidence from two waves of surveys pre and post COVID-19 lockdown. *Journal of Social and Personal Relationships*, 026.540.75231188185. <https://doi.org/10.1177/026.540.75231188185>