



Beliren Yetişkinlik Döneminde Romantik İlişki Düzeylerinin Yordayıcısı Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı

Bilal KAYA¹

Öz: Bu araştırmanın amacı, beliren yetişkinlik döneminde sosyal medya bağımlılığının romantik ilişki boyutları ile ilişkisi incelenmesidir. Çalışma grubu İstanbul'un çeşitli semtlerinde yaşayan beliren yetişkinlik döneminde olan 442 kişiden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formu (Şahin ve Yağcı, 2017), çok boyutlu ilişki ölçeği (Büyükşahin, 2005) ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde Spss 25 paket programı kullanılmıştır. Bu çalışmada korelasyon model kullanılmıştır. Araştırmada verilerin analizinde ise Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları ve Çoklu Doğrusal Regresyon ile Basit Doğrusal Regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı boyutları ilişkide kendine güven, ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma, ilişki korkusu/kaygısı, ilişkide izlenim ayarlama, dışsal ilişki kontrolü, ilişki doyumu boyutlarıyla anlamlı olarak ilişkilidir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı boyutları ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma, ilişki korkusu/kaygısı, ilişkide izlenim ayarlama, dışsal ilişki kontrolü, ilişki doyumu boyutlarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Beliren yetişkinlik, sosyal medya bağımlılığı, romantik ilişki.

¹ Milli Eğitim Bakanlığı, RPD Anabilim Dalı (Yüksek Lisans), bilal00790@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6246-3540

Social Media Addiction as a Predictor of Romantic Relationship Levels During Emerging Adulthood

Abstract: The purpose of this study is to examine the relationship between social media addiction levels of emerging adults with romantic relationship dimensions. The working group consists of 442 participant living in various districts of İstanbul. Social media addiction scale adult (şahin ve Yağcı, 2017), multidimensional relationship questionnaire scale (Buykřahin, 2005), and personal data form were used as data collection tools. The SPSS 25 package program was used to analyze the data. A correlational model was used in this research. Pearson Moments Product Correlation Coefficients, Multiple Linear Regression and Simple Linear Regression analyses were used in the analysis of the study. According to the results of research, social media addiction dimensions was sagnificantly associated positive with romantic relationship dimensions (focus on relationship extremely, fear of relationship/relational anxiety, relational assertiveness, relational monitoring, external relational control, and relational satisfaction). Also, social media addiction dimensions was sagnificantly predicts focus on relationship extremely, fear of relationship/relational anxiety, relational monitoring, external relational control, and relational satisfaction.

Keywords: Emerging adult, social media addiction, romantic relationship.

Giriş

Modern zamanda hayatın bir parçası olmaya başlayan internet kullanımı son yıllarda giderek artış göstermektedir. İnternet kullanımındaki bu artış dünyada olduğu gibi Türkiye’de de görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumunun 2020 yılında gerçekleştirdiği evlerde internet kullanımı araştırmasına göre 16-74 yaş arası bireylerin %79’u interneti aktif olarak kullandıkları tespit edilmiştir. İnternet kullanımındaki temel amaçlar arasında alışveriş yapmak, kamu kurumlarından bilgi edinme ve sosyal medya gibi çeşitli kullanım amaçları yer almaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020). İnterneti aktif olarak kullanımı içerisinde yer alan bu yaş gruplarından biri de beliren yetişkinlerdir. Arnett’a (1998) göre 18 ile 25 yaş arasında yer alan bu bireyler, ergenlik ile yetişkinlik arasındaki bir dönemi kapsamaktadır.

İnternetin evlere girmesinin yanı sıra akıllı telefonların da yaşam alanlarına girmesiyle internet ve akıllı telefonda sosyal medyaya anlık ulaşım sağlama imkânı oluşmuştur. Bu olanak sosyal medya kullanımını modern insanın hayatının bir parçası haline getirmiş ve sosyal medya kullanımı son yıllarda dramatik bir şekilde arttırmıştır (Sha, Sariyska, Riedl, Lachmann ve Montag, 2019). Fakat genç bireylerin sosyal medya kullanımı ile yaşam alanlarına yeni olanaklar katmasına karşın uyumsuz şekilde sosyal medyanın kullanımı birçok sorun alanı da oluşturmaktadır. Bunlardan biri de sosyal medya bağımlılığıdır (Hong, Chiu ve Huang, 2012).

Sosyal medya bağımlılığı, davranışsal bağımlılıklardan biri olan internet bağımlılığının özel bir şekli olarak kabul görmüştür (Griffiths, 2005). Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medya platformlarında aşırı vakit geçirmesinden kaynaklı, yaşamlarının diğer alanlarında gerilemeye yol açan bir bağımlılık olarak tanımlanabilir (Grau, Kleiser ve Bright, 2019). Bu tür bağımlılık bireyin yaşamında birçok sorun alanı oluşturmaktadır (Dilsiz ve Kandemir, 2020). Bu bağımlılığın belirtileri arasında; bireyin kullanımı devamlı arttırma gereksinimi hissetmesi yani tolerans geliştirmesi ve aşırı kullanımdan kaynaklı yaşam görevlerinde çatışmaların baş göstermesi yer alır. Ayrıca birey için kritik bir önem ve öncelik haline gelmesi, bireyin duygu durumunu düzenlemesi için sürekli kullanmasını içerir. Bunların yanında bireyin toplumdan zamanla izole olması ve bu

bağımlılığı bırakmayı denese dahi tekrardan başlaması yani nüks etmesi yer almaktadır (Griffiths, 2005).

Bu belirtiler ile bireylerin yaşam alanlarında gerilemeye yol açan bu bağımlılık, bireyin gelişim görevlerini de aksatmasına sebebiyet vermektedir. Erken yaşlarda aşırı sosyal medya kullanımı bireylerde çocukluktan başlayarak yetişkinliğe değin gelişim görevlerinde sorunlar yaratmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2020). Sorun yaratacak bu gelişim görevlerinden biri de Erikson'un psikosoyol gelişim kuramında beliren yetişkinlik yıllarını içine alan dönemin gelişimsel görevi olan "yakınlığa karşı yalıtılmışlık"tır (Erikson,1968). Bireylerin beliren yetişkinlik döneminde yakınlık kurma ihtiyacı ve bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin karşı cinsle kuracağı ilişkiyi nasıl etkileyeceği akla romantik ilişki boyutlarını düşündürmektedir.

Snell ve arkadaşları romantik ilişki boyutlarını belirlemişlerdir (Snell, Schicke ve Arbeiter, 2002). Bu romantik ilişki boyutları arasında yer alanlardan boyutlardan biri ilişkiye yüksek düzeyde odaklanılmasıdır (Snell, Schicke ve Arbeiter, 2002) Bu boyut bireylerin ilişkilerinin hayatlarının merkezi haline getirmeleri ve ilişki üzerine aşırı meşgul olmalarını içermektedir (Büyükaşahin, 2005). Başka bir boyut ise ilişki doyumdur (Snell, Schicke ve Arbeiter, 2002). İlişki doyumu boyutu ise bireyin yakın ilişki içerisinde olduğu kişiyle yüksek düzeyde olumlu hisler yaşamasıdır (Hendrick ve Hendrick, 1995). Başka bir boyut olan ilişki korkusu/ kaygısı ise bireyin romantik ilişki içerisinde olmasının bireyde kaygı ve korku tepkileri ortaya çıkarmasıdır (Weisskirch, Drouin ve Delevi, 2017). İlişkide izlenim ayarlama boyutu ise, bireyin romantik ilişki içinde iken diğer bireylerin ilişkisini nasıl değerlendirdiğini dikkate almasıdır (Snell, Schicke ve Arbeiter, 2002). İlişkide kendine güven boyutu ise, bireyin romantik ilişki sürecinde kendi kabiliyetine ve potansiyelini olumlu olarak değerlendirmesidir (Du, Li, Chi, Zhao ve Zhao, 2015). Dışsal ilişki kontrolü boyutu ise, bireylerin romantik ilişkilerinin temel olarak çevresel faktörlerin etkisiyle şekillendiğine inanmasıdır (Hou vd., 2017). Başka bir boyut olan içsel ilişki kontrolü ise, bireylerin romantik ilişkilerinin temel olarak bireysel faktörlerin etkisiyle şekillendiğine inanmasıdır (Snell, Schicke ve Arbeiter, 2002). Son boyut olan ilişki girişkenliği ise, bireyin yakın ilişkide aktif bir rol oynama durumudur (Büyükaşahin, 2005).

Sonuç olarak beliren yetişkinlik yıllarını da kapsayan ve Erikson'un (1968) belirlediği temel gelişim görevi olan romantik ilişki kurma ihtiyacı günümüz dünyasında yoğun şekilde kullanım alanı bulan sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi incelenmesi önem arz ettiği görülmektedir. Bundan dolayı sosyal medya bağımlılığının romantik ilişki boyutlarını açıklayıp açıklamadığı ortaya koymak ve alanyazına özgün sonuçlar ile katkıda bulunulması düşünülmektedir. Bu çerçevede yapılan bu araştırma ile beliren yetişkinlik döneminde olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin romantik ilişki düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada beliren yetişkinlik döneminde sosyal medya bağımlılığı boyutlarının romantik ilişki boyutlarının anlamlı bir yordayıcısı olup olmadığı sorusu bu çalışma çerçevesinde incelenecektir.

Yöntem

Araştırma Modeli

Yapılan bu araştırma ilişkileri ortaya çıkarmayı hedefleyen korelasyonel bir araştırmadır. Karasar' a göre korelasyonel araştırma modeli yapılan çalışmadaki değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen ve bu ilişkinin ne yönde olduğunu ortaya çıkarmayı hedefleyen bir araştırma modelidir (Karasar, 2016).

Çalışma Grubu

Bu çalışmadaki katılımcılar seçilirken basit seçkisiz örneklem yöntemi kullanılmıştır. Basit seçkisiz örneklem yöntemi ile evrende bulunan her bir katılımcının eşit ve bağlı olmayacak şekilde seçilme şansı vardır (Tanrıöğen, 2012). Bu yöntem çerçevesinde çalışmanın evrenini İstanbul'un Kartal ve Maltepe semtlerinde yaşayan beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise, bu semtlerde yaşayan beliren yetişkinlik döneminde olan 442 kişiden oluşmaktadır. Arnett (1994) beliren yetişkinlik dönemi 18 ile 25 yaş arasında olan ergenlik ve yetişkinlik arasında olan bir evreyi kapsamaktadır. Katılımcıların 301 (%68,1) kadın, 141(%31,9) erkekten oluşmaktadır. Ayrıca

18 ile 25 yaş aralığında olan katılımcıların yaş ortalaması 21,71 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada veriler gönüllü katılım esas alınarak elektronik ortamda toplanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama araçları olarak sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formu, çok boyutlu ilişki ölçeği ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

Sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formu, 18 ile 60 yaş arasında olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ölçek 5'li likert ve 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte sosyal iletişim ve sosyal tolerans olmak üzere iki alt boyut yer almaktadır. Ölçekten elde edilebilecek en alt puan 20 en üst puan ise 100 olarak hesaplanmıştır. Puan arttıkça bağımlılık düzeyi yüksek olduğu söylenebilir. Sanal tolerans alt boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı 0.92, Sanal iletişim alt boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı 0.91 bulunmuştur. Kılıç (2020) sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formundan alınabilecek en alt puan ve en üst puanları ve dikkate alarak bağımlılık düzeylerini aritmetik ortalama puanları kullanarak kategorize etmiştir. Bu çerçevede 1.00 ile 1.80 çok düşük düzeyde, 1.81 ile 2.60 arası düşük düzeyde, 2.61 ile 3.40 arası orta düzeyde, 3.41 ile 4.20 arası yüksek düzeyde, 4.21 ile 5.00 arasını çok yüksek düzeyde bağımlılık olduğu şeklinde hesaplayarak kategorize etmiştir.

Yapılan bu çalışmada sanal tolerans alt boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı 0.73, Sanal iletişim alt boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı 0.82 bulunmuştur. Bunun yanında sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formu aritmetik ortalama puanı 2.71 olarak bulunmuştur. Bu sonuç çerçevesine katılımcıların toplamda orta düzey bağımlılık kategorisinde oldukları söylenebilir.

Çok Boyutlu İlişki Ölçeği(ÇBİÖ)

Romantik ilişkileri kapsayan çeşitli psikolojik yönelimleri incelemek için oluşturulan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Büyükşahin (2005) tarafından yapılmıştır. Ölçek 5'li likert tarzında 53 maddeden oluşmaktadır. Bu maddelerin beş tanesi ters kodlanmıştır.

Ölçekte ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma, ilişki doyumu, ilişkisi korkusu/kaygısı, ilişki izlenimi ayarlama, ilişkide kendine güven, dışsal ilişki kontrolü, ilişki girişkenliği, içsel ilişki kontrolü alt boyutları yer almaktadır. Bu ölçeğin alt boyutlarının güvenilirlik değeri için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı hesaplanmıştır. Bu değerler; 0.73 ile 0.91 arasında bulunmuştur. Yapılan bu çalışmada da alt boyutların güvenilirlik değeri için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenilirlik kat sayısı hesaplanmıştır. Bu değerler 0.76 ile 0.90 arasında bulunmuştur.

Kişisel bilgi formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan bu formda yaş, cinsiyet ile ilişkili sorular yer almıştır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada ilk olarak uç değerleri belirlemek amacıyla Mahalanobis uzaklığı hesaplanmıştır. Mahalanobis uzaklığı bir değişkenin diğer değişkenlerin ortalamalarına, merkezlerine ne kadar uzak olduğunu belirlemeye yaramaktadır. Bu yolla uç değerler tespit edilebilmektedir (Esen ve Timor, 2019). Bu çerçevede çalışmada uç değer olduğu tespit edilen 8 veri verilerden çıkarılmış ve çalışmaya 442 katılımcıdan elde edilen veri ile devam edilmiştir.

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için skewness ve kurtosis değerlerine bakılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi için skewness ve kurtosis değerleri +1,5 ile -1,5 arasında değer alması beklenmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çerçevede sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının skewness değeri 0.03 ile 0.53 bulunurken kurtosis değeri -0.42 ile 0.07 olarak bulunmuştur. Çok boyutlu ilişki ölçeği alt boyutlarından skewness değeri -0.67 ile 0.41 arasında bulunurken kurtosis değeri -0.73 ile 0.17 arasında bulunmuştur. Bu analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı söylenebilir.

Normal dağılan veriler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi alt boyutlarının yakın ilişki alt boyutlarını anlamlı şekilde açıklayıp açıklamadığını belirlemek

için regresyon analizi uygulanmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri ne yönde açıkladığını belirlemek için regresyon analizi kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2018). **Yapılan bu çalışmada korelasyon analizi sonucunda anlamlı ilişkili bulunmayan boyutlar regresyon analizine dahil edilmemiştir.** Çoklu doğrusal regresyonu için çoklu bağlantı problemi olup olmadığını belirlemek amacıyla VIF ve Tolerans değerlerine bakılmıştır. Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham (1998) çoklu bağlantı problemi olmadığını belirlemek için belirledikleri kritere göre VIF değeri 10'un altında tolerans değeri ise 0.10'un üstünde olması gerekmektedir. Bu çalışmada yapılan analizlerde VIF 1.63 değer almakta ve Tolerans 0.63 değer almakta, alınan değerler bu kriterleri sağladığından çoklu bağlantı probleminin olmadığı söylenebilmektedir. Ayrıca Durbin Watson katsayıları analizi yapılmıştır. Bu analiz ile otokorelasyona bakılmakta ve elde edilen değerlerin 1.5 ile 2.5 değerleri içinde olması beklenmektedir (Kalaycı, 2009). Yapılan analizler sonucunda Durbin Watson katsayılarını 1.8 ile 2.01 arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuç çerçevesinde araştırmada otokorelasyon probleminin olmadığı söylenebilir. Ayrıca genel yöntem yanlılığı için Herman'ın tek faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda tek faktörlü yapı ile %18'i açıklanmıştır. Podskoff vd. (2003) belirlediği genel yöntem yanlılığı olmaması için gerekli olan tek faktörlü yapının %50'nin altında açıklaması gerektiği kriterini sağladığı görülmektedir.

Bulgular

Sosyal medya bağımlılığı boyutları ile romantik ilişki boyutları arasındaki ilişki

Sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ile romantik ilişki alt boyutları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular tablo 1' de gösterilmiştir.

Tablo 1. Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.Sanal Tolerans	1	.62**	.26**	-.11**	.29**	.33**	.11**	.35**	-.08	.18
2.Sanal İletişim	-	1	.35**	-.05	.35**	.39**	.11**	.35**	-.07	.24
3.Yüksek Düzeyde Odaklanma	-	-	1	.12**	.30**	.45**	.49**	.29**	.16**	.44**

Tablo 1 devamı. Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.İlişki Doyum	-	-	-	1	-.48**	-.16**	.55**	-.18**	.51**	.36**
5.İlişki Korkusu/Kaygısı	-	-	-	-	1	.54**	-.10**	.52**	-.31**	.11**
6. İzlenim Ayarlama	-	-	-	-	-	1	.10**	.46**	-.19**	.26**
7.İlişkide Kendine Güven	-	-	-	-	-	-	1	.12**	.53**	.58**
8.Dışsal İlişki Kontrolü	-	-	-	-	-	-	-	1	-.05**	.26**
9.İlişki Girişkenliği	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.45**
10.İçsel İlişki Kontrolü	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

*p<.05 **p<.01

Tablo 1' de görüldüğü üzere sanal tolerans ile ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma ($r = .26, p<.01$), ilişki korkusu/kaygısı ($r = .29, p<.01$), ilişki izlenim ayarlama ($r = .33, p<.01$), ilişkide kendine güven ($r = .11, p<.01$), dışsal ilişki kontrolü ($r = .35, p<.01$) ile pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde ilişki bulunmuştur. Bunun yanında ilişki doyumu ($r = -.11, p<.01$) ile negatif yönde ve anlamlı bir şekilde ilişki bulunmuştur. Ancak ilişki girişkenliği ($r = -.08, p>.01$) ve içsel ilişki kontrolü ($r = .18, p>.01$) ile herhangi bir anlamı ilişki bulunmamıştır. Ayrıca sanal iletişim ile ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma ($r = .35, p<.01$), ilişki korkusu/kaygısı ($r = .35, p<.01$), ilişki izlenim ayarlama ($r = .39, p<.01$), ilişkide kendine güven ($r = .11, p<.01$), dışsal ilişki kontrolü ($r = .35, p<.01$) ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak ilişki doyumu ($r = -.05, p>.01$) ilişki girişkenliği ($r = -.07, p>.01$) ve içsel ilişki kontrolü ($r = .24, p>.01$) ile herhangi bir anlamı ilişki bulunmamıştır.

Sosyal medya bağımlılığı boyutları ile romantik ilişki boyutları arasındaki regresyon analizi sonuçları

Tablo 2. İlişkiye Yüksek Düzeyde Odaklanma Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	1.79	.17	-	10.38	.00		

Tablo 2 devamı. İlişkiye Yüksek Düzeyde Odaklanma Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sanal Tolerans	.10	.08	.08	1.39	.17	.07	.06
Sanal İletişim	.33	.06	.30	5.19**	.00	.24	.23

R= .35 R²= .12
F= 30.80

*p<.05 **p<.01

Tablo 2’de görüldüğü üzere sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları beraber, ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma boyutunu anlamlı şekilde açıkladığı görülmektedir (R =.35, R²= .12, F= 30.80, P < .01). Bu iki boyut ilişkiye yüksek düzeyde odaklanmadaki varyansın %12’sini açıklamaktadır. Ayrıca sanal tolerans boyutu (β = .08, P>.01) ilişkiye yüksek düzeye odaklanma boyutunu anlamlı şekilde yordamamaktadır. Bunun yanında sanal iletişim boyutu (β =.30, P < .01) ilişkiye yüksek düzeye odaklanma boyutunu pozitif yönde anlamlı şekilde yordamaktadır.

Tablo 3. İlişki Korkusu/ Kaygısı Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	1.47	.16	-	9.01	.00		
Sanal Tolerans	.15	.07	.12	2.13*	.03	.10	.10
Sanal İletişim	.28	.06	.27	4.74**	.00	.22	.21

R= .36 R²= .13
F= 32.23

*p<.05 **p<.01

Tablo 4’te görüldüğü üzere sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları beraber, ilişki korkusu/ kaygısı boyutunu anlamlı şekilde açıkladığı görülmektedir (R =.36, R² = .13, F= 32.23, P < .01). Bu iki boyut ilişki korkusu/ kaygısındaki varyansın %13’ünü açıklamaktadır.

Ayrıca sanal tolerans boyutu ($\beta = .12$, $P < .05$) ve sanal iletişim boyutu ($\beta = .27$, $P < .01$ ilişki korkusu/ kaygısı boyutunu pozitif yönde anlamlı şekilde yordamaktadır.

Tablo 4. İlişkide İzlenim Ayarlama Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	.96	.20	-	4.86	.00		
Sanal Tolerans	.21	.09	.14	2.42*	.02	.12	.11
Sanal İletişim	.40	.07	.31	5.56**	.00	.26	.24

R= .41 R²= .17

F= 43.53

*p<.05 **p<.01

Tablo 4'te görüldüğü üzere sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları beraber, ilişkide izlenim ayarlama boyutunu anlamlı şekilde açıkladığı görülmektedir (R =.41, R² = .17, F= 43.53, $P < .01$). Bu iki boyut ilişkide izlenim ayarlamadaki varyansın %17'sini açıklamaktadır. Ayrıca sanal tolerans boyutu ($\beta = .14$, $P < .05$) ve sanal iletişim boyutu ($\beta = .31$, $P < .01$ ilişkide izlenim ayarlama boyutunu pozitif yönde anlamlı şekilde yordamaktadır.

Tablo 5. İlişkide Kendine Güven Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	3.19	.19	-	16.80	.00		
Sanal Tolerans	.08	.08	.06	1.03	.30	.05	.05
Sanal İletişim	.08	.05	.07	1.13	.26	.05	.05

R= .12 R²= .01

F= 3.08

*p<.05 **p<.01

Tablo 5'te görüldüğü üzere sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları ilişkide kendine güven boyutunu anlamlı şekilde açıklamadığı görülmektedir ($R = .12$, $R^2 = .01$, $F = 3.08$, $P > .01$).

Tablo 6. Dışsal İlişki Kontrolü Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarıyla Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	1.16	.20	-	5.81	.00		
Sanal Tolerans	.33	.09	.22	3.90**	.00	.18	.17
Sanal İletişim	.27	.07	.21	3.71**	.00	.17	.16

$R = .39$ $R^2 = .15$

$F = 38.25$

* $p < .05$ ** $p < .01$

Tablo 6'da görüldüğü üzere sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları beraber, dışsal ilişki kontrolü boyutunu anlamlı şekilde açıkladığı görülmektedir ($R = .39$, $R^2 = .15$, $F = 38.25$, $P < .01$). Bu iki boyut dışsal ilişki kontrolü boyutundaki varyansın %15'ini açıklamaktadır. Ayrıca sanal tolerans boyutu ($\beta = .22$, $P < .01$) ve sanal iletişim boyutu ($\beta = .21$, $P < .01$) dışsal ilişki kontrolü boyutunu pozitif yönde anlamlı şekilde yordamaktadır.

Tablo 7. İlişki Doyumu Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarından Sanal Tolerans ile Yordanmasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	3.71	.17	-	22.18	.00
Sanal Tolerans	-.13	.06	-.11	-2.33*	.02

$R = .11$ $R^2 = .01$

$F = 5.46$

* $p < .05$ ** $p < .01$

Tablo 7’de görüldüğü üzere sanal tolerans boyutunun ilişki doyumu boyutunu anlamlı şekilde açıkladığı görülmektedir ($R = .11$, $R^2 = .01$, $F = 5.46$, $P < .05$). Sanal tolerans boyutu ilişki duyumu boyutundaki varyansın %1’ini açıklamaktadır. Ayrıca sanal tolerans boyutu ($\beta = -.11$, $P < .05$) ilişki doyum boyutunu negatif yönde anlamlı şekilde yordamaktadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Yapılan bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı boyutların romantik ilişki boyutlarıyla anlamlı şekilde ilişkili olup olmadığı ve romantik ilişki boyutlarını anlamlı şekilde yordayıp yordamadığı soruları test edilmiştir. Elde edilen bulgular literatür kapsamında tartışılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarının ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma boyutunu yordayıp yordamadığına yönelik yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ilişkiye yüksek düzeyde odaklanmanın %12’sini açıklamaktadır. Yani beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça yakın duygusal ilişkilerine daha fazla odaklanmaktadırlar. Sosyal medya platformları bireylere yakın ilişkide olduğu kişinin paylaşımlarını, sanal arkadaşlarını ve çeşitli beğenilerini inceleme imkânı sunabilmektedir (Marshall, Bejanyan, Castra ve Lee, 2013). Bunun yanında sosyal medya platformlarında online olan partnerin sürekli neler yaptığının izlenmesi olanağı bireylerin yakın ilişkide olan kişiye daha fazla odaklanmasına sebebiyet vermektedir. Ayrıca yakın ilişkide olan bireyler sosyal medya aracılığıyla fotoğraflarını, günlük rutinlerini ve yaşantılarını birbirleriyle ve sanal arkadaşlarıyla paylaşmaktadırlar (Utz ve Beukeboom, 2011). Buna ek olarak Yıldırım (2019) yaptığı çalışmada sosyal medya meşguliyetinin artması yakın ilişki ile ilgili uğraşların artmasına etki ettiğini bulgulamıştır. Sonuç olarak pandemi döneminde olunan bu günlerde romantik ilişkide olan bireyler yüz yüze görüşme olanağı bulmakta zorlanmaktadırlar. Tüm bu etmenler çerçevesinde sosyal medya ile bağımlılık düzeyinde uğraşı olan bireylerin yakın ilişkide oldukları kişiyle iletişimini sürdürmek, onun paylaşımlarını takip etmek, onunla yaşantılarını paylaşmak gibi sebepler de eklenince bu bireylerin yüksek düzeyde ilişkilerine odaklandıkları söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarının ilişki korkusu/kaygısı boyutunu yordayıp yordamadığına yönelik yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucuna göre anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ilişki korkusu/kaygısının %13'ünü açıklamaktadır. Yani beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça duygusal ilişki içinde olmaya yönelik korkuları/kaygıları artmaktadır. Literatür ele alındığında Andreassen, Pallesen ve Griffiths (2017) yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığının bireylerin kendilerine bakış açılarını olumsuz yönde etkilediğini bulmuşlardır. Bunun yanında Zell ve Moeller (2018) yaptıkları çalışma sonucuna göre sosyal medya platformlarında bireylerin paylaşımlarına yönelik sürekli beğenilme ve ilgi beklentisi içinde olmaktadır. Söner ve Yılmaz (2020) yaptıkları çalışmada sosyal medyada beğenilme korkusunun bireylerin benlik tasarımları ile olumsuz yönde ilişkili bulunmuştur. Sonuç olarak bireyin sosyal medyaya yönelik bağımlılık düzeyinde uğraşı onun sürekli beğenilme beklentisini tetiklemekte ve sosyal medyada oluşan yüksek standartlar bireyin kendisine bakış açısına ve benlik tasarımına olumsuz etkisi olabilmektedir. Tüm bu korku ve kaygıların bireylerin yakın ilişkiye yönelik korkusunu/ kaygısını da artmasına sebep olduğu düşünülebilir.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarının ilişkide izlenim ayarlama boyutunu yordayıp yordamadığına yönelik yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucuna göre anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ilişki izleniminin %17'sini açıklamaktadır. Yani beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça ilişkilerinde izlenim ayarlama düzeyleri artmaktadır. Literatür ele alındığında Boursier, Gioia ve Griffiths (2020) ele aldıkları çalışmaya göre problemlili şekilde internet kullanımı bireylerin sosyal görünüş kaygısını arttırmaktadır. Trekels, Ward ve Eggermont (2018) bulgularına göre sosyal medya kullanımı ile bireyin nasıl görüldüğüne yönelik uğraşı artmaktadır. Ayrıca Kaya-Erdem ve Kaya (2019) göre bireyler sosyal medya kullanımı ile kendilerini izlediklerini düşündükleri bireyleri dikkate alarak daha fazla davranışlarını düzenlemektedirler. Bunun yanında Harmancı, Dayıoğlu ve Kırkpınar (2019) yaptıkları çalışma sonucuna göre sosyal medya kullanımı arttıkça bireylerin sosyal çevre tarafında olumsuz değerlendirme kaygıları artmaktadır. Sonuç olarak alanyazını dikkate aldığımızda bireylerin sosyal medyaya yönelik bağımlılık düzeyinde uğraşları, onların yakın ilişki

içindeyken sosyal görünümelerini dikkate alarak davrandıkları ve yakın ilişkilerinde başkalarının değerlendirmelerini dikkate alma eğilimlerinin arttırdığı söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarının dışsal ilişki kontrolü boyutunu yordayıp yordamadığına yönelik yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucuna göre anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı dışsal ilişki kontrolünün %15'ini açıklamaktadır. Yani beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça dışsal ilişki kontrol düzeyleri de artmaktadır. Literatüre bakıldığında Chak ve Leung (2004) yaptıkları çalışmada sanal bağımlılık, bireylerin hayatında başkalarının ve şans faktörünün etkisine olan inançlarını arttırdığını bulmuşlardır. Bunun yanında Hou ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmada sosyal medya platformlarının aşırı kullanılması ile dışsal kontrol odağı olunması ile pozitif yönde ilişkili bulunmuştur (Hou vd., 2017). Ayrıca Yıldız-Durak (2018) çalışmasının sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça bireyin yaşamının kontrolünün kendisinde olmadığına yönelik algılama eğilimleri artmaktadır. Sonuç olarak sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireyler yaşamlarında kontrolün kendisinde olmadığı yönündeki inancı artıyor olabilir, şansa ve dışsal faktörlerin yaşamına etki ettiği inancı da artıyor olabilir. Bu da bu bireylerin romantik ilişkilerinde dışsal faktörlerin kontrolünün arttırdığını düşündürmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarından sanal toleransın ilişki doyumunu yordayıp yordamadığına yönelik yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre anlamlı şekilde yordamaktadır. Sanal tolerans boyutu ilişki duyumunun %1'ini açıklamaktadır. Yani beliren yetişkinlik döneminde olan bireyler sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça ilişki doyumunu azalmaktadır ($\beta = -.11, P < .05$). Alinyazına bakıldığında bireylerin sosyal medyaya yönelik geliştirdikleri bağımlılıklar yakın ilişkilerinden aldıkları doyumunu azalttığı görülmektedir (Alimoradi, Lin, Imani, Griffiths ve Pakpour, 2019; Abbasi, 2019). Bunun yanında yapılan çalışmalarda sosyal medya platformlarında harcanan zaman arttıkça yakın ilişki içindeki doyumlarının azaldığını bulmuşlardır (Kurt, 2019; Kılıç, 2020). Sonuç olarak bireylerin sosyal medyaya yönelik bağımlılıkları arttıkça yakın ilişkilerini tatmin edici şekilde sürdürmeleri gereken dikkati, zamanı ve emeği ayırmamaktadırlar. Bunun sonucu olarak da ilişkilerinden aldıkları doyumun azaldığı söylenebilir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde sosyal medya bağımlılığı boyutlarının içsel ilişki kontrolü ile anlamlı ilişkide olmadığı görülmektedir. Literatüre bakıldığında sosyal medyanın aşırı kullanılması ile bireyin sosyal görünüşüne daha fazla odaklandığı (Boursier, Gioia ve Griffiths, 2020), dış görünüşe olan ilgisini arttırdığı (Trekels, Ward ve Eggermont, 2018) ve bireylerin kendilerini gözlediğini düşündükleri kişilere göre davranışlarını düzenledikleri (Kaya-Erdem ve Kaya, 2019) görülmektedir. Ayrıca sosyal medyayı bağımlılık düzeyinde kullanan bireyler dışsal kontrol odaklarından daha fazla etkilenmektedirler (Hou vd., 2017). Sonuç olarak çevresel ve dış faktörlerin sosyal medya platformlarında birey üzerinde etkisi literatürde görülmektedir. Sosyal medyanın genel olarak bireyin yakın ilişkisinde dışsal ve çevresel etmenlerle ilişkili olmasından dolayı sosyal medyanın bağımlılığının romantik ilişkilerde içsel ilişki düzeyiyle ilişkisi olmaması beklenen bir sonuç olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Sosyal medya bağımlılığı boyutlarının ilişkide kendine güven ve ilişki girişkenlik boyutunu yordamadığı görülmektedir. Literatüre bakıldığında Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş ve Griffiths (2020) yaptıkları çalışmada sosyal medyayı problemlili kullanılması ile kendine güveni yüksek, dışa dönük kişilik özellikleriyle arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Ayrıca Işık ve Kaptangil (2018) yaptıkları çalışmada akıllı telefon bağımlılığı ile ilişkilerinde girişken ve güveni yüksek olan bireyler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Sonuç olarak bireyin yakın ilişkilerinde aktif olması ve ilişkilerinde kendi becerilerini sergilemesi bireyin sosyal medya uğraşını ve bağımlılığa eğilimini azalttığı söylenebilir. Bundan dolayı sosyal medya bağımlılığının ilişkilerinde girişken ve kendine güven boyutunu açıklamadığı söylenebilir.

Bu araştırmanın çalışma grubunun İstanbul ili ile sınırlandırılması, oluşan çalışmanın genellenmesi yönünden belirli sınırlılıklar oluşturmaktadır. Ancak buna rağmen sosyal medya bağımlılığının romantik ilişki boyutları arasında açıklayıcı bilgiler vermesi alanyazına yeni ve özgün katkılar sunduğu düşünülmektedir. Çünkü sosyal medya bağımlılığının romantik ilişki boyutlarını açıklayıp açıklamadığı yönünden ayrıntılı bulgular sunmaktadır. Bu çerçevede araştırmacıların sosyal medya bağımlılığının yakın ilişkiyle ilgili her bir alt boyutuyla ilişkili nitel ve nicel çalışmalar yapılabilir. Beliren yetişkinlik

dönemlerinde olan bireylerin faydalanması amacıyla sosyal medyanın bağımlılık düzeyini ele alan ve bu bağımlılıkla baş etmeyle ilgili çeşitli psikososyal eğitimler oluşturulabilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının bireylerin romantik ilişkilerini olumsuz etkilemesinin önüne geçmek amacıyla önleyici çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Alimoradi, Z., Chung-Ying, L., İmani, V., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2019). Social media addiction and sexual dysfunction among iranian women: the mediating role of intimacy and social support. *Journal of Behavioral Addictions, 8(2)*, 318-325. DOI: 10.1556/2006.8.2019.24.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism and self-esteem: findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287-293.
- Arnett, J. J. (1994). Are college students adults? Their conceptions of the transtation to adulthood. *Journal of Adult Development, (1)*, 154-168.
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents problematic social media use? *Computers in Human Behavior, (110)*, 106-395.
- Büyükaşahin, D. (2005). Çok boyutlu ilişki ölçeği: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi, 16(2)*, 97-105.
- Dilsiz, N.B., & Kandemir, M . (2020). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Bağlanma Stilleri ve Yaşam Doyumu İle İlişkisinin İncelenmesi . *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 7(2)*, 32-51
- Du, H., Li, X., Chi, P., Zhao, J., & Zhao, G. (2014). Relational self-esteem, psychological well-being and social support in children affected by HIV. *Journal of Health Psychology, 20* (12), 1-11. DOI:10.1177/1359105313517276.
- Erikson, E. H. (1968). *İdentitiy: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton.
- Esen, M. F., & Tımor, M. (2019). Çok değişkenli aykırı değerler tespiti için klasik ve dayanıklı mahalnobis uzaklığı ölçütleri. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 25*, 267-282.

- Grau, S., Kleiser, S., & Bright, L. (2019). Exploring social media addiction among student millennials. *Qualitative Market Research*, 22(2), 200-216. DOI:10.1108/QMR-02-2017-0058.
- Griffiths, M. D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). Multivariate data analysis. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 5(3), 207-219.
- Harmancı, H., Dayıoğlu, H., & Kırkpınar, S. N. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve olumlu değerlendirilme korkusu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3), 242-255.
- Hendrick, S., & Hendrick, C. (1995). Gender differences and similarities in sex and love. *Personal Relationships*, 2, 55-65.
- Hong, F. Y., Chiu, S. I., & Huang, D. H. (2012). A model of the relationship between psychological characteristics, mobile phone addictions and use of mobile phones by Taiwanese university female students. *Computers in Human Behavior*, 28 (6), 152-2159.
- Hou, J., Ndasauka, Y., Jiang, Y., Ye, Z., Wang, Y., Yang, L., . . . Zhang, X. (2017). Excessive use of we chat, social interaction and locus of control among college students in China. *Plos One*, 12(8) : E0183633.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil.
- Kaptangil, İ., & Işık, M. (2018). Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden yapılan bir araştırma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 695-717. DOI:10.15869/itobiad.361081.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya Erdem, B., & Kaya, M. (2019). Instagram'da görülme ve beğenilme arzusu: kullanıcı bakış açısından değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (62), 1456-1464.
- Kılıç, A. (2020). *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. İstanbul: Biruni Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

- Kırcaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: a simultaneous examination of the big five of personality traits, social media platforms and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addictions, 18*, 525-547. DOI:10.1007/s11469-018-9940-6.
- Kurt, L. (2019). *Romantik ilişkisi olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve kişilik özelliklerinin ilişki doyumuna etkisi*. İstanbul: İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2020). *Psikoterapide internet bağımlılığı*. (A. Koruyucu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Marshall, C. T., Bejanyan, K., Castro, D. G., & Lee, A. R. (2013). Attachment styles as predictors of facebook- related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal Relationships, 20* (1), 4-26.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879-903.
- Sha, P., Sariyska, R., Riedl, R., Lachmann, B., & Montag, C. (2019). Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the facebook and whatsapp applications. *Addictive Behaviors Reports, 9*, 100-148. DOI:10.1016/j.abrep.2018.100148.
- Snell, W. E., Jr., Schicke, M., & Arbeiter, T. (2002). Chapter 4: The Multidimensional Relationship Questionnaire: Psychological Dispositions Associated with Intimate Relations. In W. E. Snell, Jr. (Ed.), *New directions in the psychology of intimate relations: Research and theory*. Cape Girardeau, MO: Snell Publications.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılık ölçeği yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18*(1), 523-538.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson.
- Tanrıöğen, A. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Trekels, J., Ward, L. M., & Eggermont, S. (2018). I "like" the way you look: How appearance-focused and overall facebook use contribute to adolescents self-sexualization. *Computers in Human Behavior*, 4(81), 198-208.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2015, Eylül 30). 2020 yılı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçları. Eylül 30, 2020 tarihinde TÜİK kurumsal: <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33679> adresinden alındı
- Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 13-26.
- Weisskirch, R. S., Drouin, M., & Rakek, D. (2017). Relational anxiety and sexting. *The Journal of Sex Research*, 54(6), 685-693.
- Yıldırım, N. H. (2019). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile evliliğe yükledikleri anlam ve eş seçme kriterleri arasındaki ilişki*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız Durak, H. (2004). What would you do without your smartphone? Adolescents social media usage, locus of control and loneliness as a predictor of nomophobia. *The Turkish Journal on Addictions*, 7(5), 559-570. DOI:10.15805/addicta.2018.5.2.0025.
- Zell, A. L., & Moeller, L. (2018). Are you happy for me...on facebook? The importance of "likes" and comments.comput human. *Computers in Human Behavior*, 78, 26-33. DOI:10.1016/j.chb.2017.08.050.