

T.C.
İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
ROMANTİK İLİŞKİLERDEKİ GÜVEN DUYGUSU
VE İLİŞKİ DOYUMU AÇISINDAN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Başak DİNÇSOY

Enstitü Anabilim Dalı : Psikoloji
Enstitü Bilim Dalı : Klinik Psikoloji

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet Z. SUNGUR

İSTANBUL – 2021

T.C.
İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
ROMANTİK İLİŞKİLERDEKİ GÜVEN DUYGUSU
VE İLİŞKİ DOYUMU AÇISINDAN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Başak DİNÇSOY

Enstitü Anabilim Dalı : Psikoloji
Enstitü Bilim Dalı : Klinik Psikoloji

“Bu tez ___/___/20___ tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA

BEYAN

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

Başak DİNÇSOY

25.01.2021

ÖNSÖZ

Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programını değerli hocamız Prof. Dr. Mehmet Z. Sungur' un liderliğinde, Dr. Anıl Gündüz ve Psikolog Dr. Burcu Sevim hocalarımızın değerli katkılarıyla tamamlayarak tez sürecinin sonuna gelmiş bulunmaktayım. Öncelikle tez danışmanım Prof. Dr. Mehmet Z. Sungur'a eğitim programı ve tez yazım süreci boyunca bizlerle paylaştığı engin deneyimi, bilgi birikimi ve yapıcı eleştirileri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Yüksek lisans programına katılma kararından, süpervizyon ve tez yazım sürecine, her zaman desteğini ve tecrübesini benden esirgemeyen sevgili arkadaşım ve meslektaşım Psikolog Dr. Serkan Özgün'e beni cesaretlendirdiği bu yolculuk için ne kadar teşekkür etsem az. Derin istatistik bilgisini benimle paylaşan ve tezime değerli katkıları bulunan Psikolog Dr. Sine Eğeci'ye içten teşekkürlerimi sunuyorum. Yaşamım boyunca koşulsuz sevgileri ve sonsuz destekleri ile hep yanımda olan anneme, babama ve ağabeyime öğrenme heyecanımı paylaştıkları için çok teşekkür ediyorum. Kızlarım Defne ve Yaz'a karantina günlerinde sağlamaya çalıştıkları sessiz çalışma ortamı ve gösterdikleri anlayış için müteşekkirim. Ve her zaman desteğini hissettiğim, yaşamıma mutluluk ve enerji katan sevgili eşim Hüsnü Dinçsoy'a yanımda olduğu için çok teşekkür ediyorum.

Başak DİNÇSOY

25.01.2021

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iv
TABLO LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
BÖLÜM 1: GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Konusu.....	5
1.2. Araştırmanın Amacı	7
1.3. Araştırmanın Soruları	7
1.4. Araştırmanın Önemi	7
1.5. Araştırmanın Sayıltıları	8
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	8
1.7. Tanımlar	8
BÖLÜM 2: KURAMSAL ÇERÇEVE	10
2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı	10
2.1.1. Sosyal Medya Tanımı	10
2.1.2. Sosyal Medya'nın Özellikleri	11
2.1.3. Sosyal Medya Platformları	12
2.1.3.1. Facebook	14
2.1.3.2. Youtube	14
2.1.3.3. Whatsapp.....	15
2.1.3.4. Instagram.....	15
2.1.3.5. Twitter	16
2.1.4. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihçesi	16
2.1.5. İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı	18
2.1.5.1. İnternet Bağımlılığı	20
2.1.5.2. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	23
2.1.6. Sosyal Medyanın İnsan Psikolojisine Etkileri:	24
2.1.7. Neden Bağımlılık Yapıyor?	25
2.1.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	26

2.2. Romantik İlişkide Güven.....	27
2.2.1. Güven Kavramı.....	27
2.2.2. Güvenin Kavramsallaştırılmasıyla İlgili Yaklaşımlar	29
2.2.2.1. Gelişimsel Alan.....	29
2.2.2.2. Sosyal Alan	31
2.2.2.3. Nörolojik Alan	34
2.2.2.4. Organizasyonel Alan.....	34
2.2.3. Güven ve Bağlanma Kuramı.....	34
2.2.4. Romantik İlişkilerde Güven Kavramı ile İlgili Yapılan Çalışmalar	37
2.3. Romantik İlişki Doyumu	38
2.3.1. Romantik İlişki Kavramı	38
2.3.2. Romantik İlişki Doyumu	39
2.3.3. Romantik İlişki Doyumu ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	44
BÖLÜM 3: YÖNTEM	45
3.1. Araştırmanın Modeli	45
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	45
3.3. Verileri Toplama Araçları	46
3.3.1. Sosyodemografik Bilgi Formu.....	46
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu.....	46
3.3.3. İkili İlişkiler Güven Ölçeği.....	47
3.3.4. İlişki Doyum Ölçeği.....	48
3.4. Verilerin Toplanması.....	48
3.5. Verilerin Analizi.....	48
BÖLÜM 4: BULGULAR.....	50
4.1 Betimleyici İstatistikler	50
4.1.1. Sosyodemografik Bilgilere İlişkin Analiz Sonuçları	50
4.1.2. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı Analiz Sonuçları.....	54
4.1.3. Araştırma Değişkenlerinin Birbiri ile İlişkilerine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları.....	54
4.2. Regresyon Analizleri	55

4.2.1. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin, İkili İlişkideki Güvenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkideki Doyumu Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları	55
4.2.2. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkideki Güveni Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları	57
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	59
KAYNAKÇA	72
EKLER.....	82
ÖZGEÇMİŞ.....	88

KISALTMALAR

APA	: Amerikan Psikiyatri Birliği
ARPANET	: Amerikan Askeri Araştırma Projesi
ASAM	: Amerikan Bağımlılık Tıbbi Derneği
BDT	: Basic (Temel), Domain (Alan), Target (Hedef)
DSM	: Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı
İDÖ	: İlişki Doyumu Ölçeği
İİGÖ	: İkili İlişkiler Güven Ölçeği
LISTSERV	: Elektronik Posta Listesi Yazılım Uygulamaları
PİK	: Problemlili İnternet Kullanımı
PİU	: Patolojik İnternet Kullanımı
SMB	: Sosyal Medya Bağımlılığı
SMBÖ-YF	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği -Yetişkin Formu
SNS	: Sosyal Ağ Siteleri
TUİK	: Türk İstatistik Kurumu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı Sayıları	13
Tablo 2. Sosyodemografik Bilgilere İlişkin Analiz Sonuçları	50
Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı Analiz Sonuçları	54
Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Birbiri ile İlişkilerine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları	54
Tablo 5. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin, İkili İlişkideki Güvenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının İkili İlişkideki Doyumu Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları... ..	55
Tablo 6. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının İkili İlişkideki Güveni Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları... ..	57

Tezin Başlığı: Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkilerdeki Güven Duygusu ve İlişki Doyumu Açısından İncelenmesi

Tezin Yazarı: Başak Dinsçoy

Danışman: Prof. Dr. Mehmet Zihni Sungur

Kabul Tarihi:

Sayfa Sayısı: vii +81+7

Anabilimdalı: Psikoloji

Bilimdalı: Klinik Psikoloji

Bu araştırmada romantik ilişki yaşayan bireylerde sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile romantik ilişkide güven duygusu ve doyum arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmayı 18 yaşın üzerinde olan ve en az 6 aydır aynı kişi ile romantik ilişki yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Toplam 197 kişiden oluşan araştırmada katılımcılar çevrimiçi örneklem yöntemiyle araştırmaya katılmışlardır. Araştırmadaki kişi profilini 167 kadın ve 30 erkek oluşturmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı, romantik ilişkilerde güven ve ilişki doyumunu arasındaki ilişkiyi ölçmek için bu araştırmada dört adet ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekler; Sosyodemografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-YF, İkili İlişkiler Güven Ölçeği, İlişki Doyum Ölçeği' dir. Tez çalışması iki temel hipotezi araştırmaktadır:

- Sosyal Medya Bağımlılığı düzeyi arttıkça bireylerin romantik ilişkideki güven duygusu azalır.
- Sosyal Medya Bağımlılığı düzeyi arttıkça bireylerin romantik ilişkideki doyumunu azalır.

Araştırma değişkenleri arasındaki korelasyonlar Pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile romantik ilişkilerde güven arasında anlamlı ve negatif korelasyon bulunmuştur. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça, ilişkideki güvenin azaldığı görülmektedir. Bunun yanısıra romantik ilişkilerde güven ile doyum arasında anlamlı ve pozitif korelasyon bulunmuştur. İlişkide güven arttıkça doyumun da arttığı söylenebilir. Demografik değişkenlerin ve sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin, romantik ilişkideki güvenin ve sosyal medya bağımlılığının ilişkideki doyumunu nasıl yordadığını tespit etmek üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre yaşın doyumunu anlamlı ve negatif yönde yordadığı ve yaş arttıkça doyumun azaldığı tespit edilmiştir. Bunun yanısıra romantik ilişkideki güvenin doyumunu anlamlı ve pozitif yönde yordadığı ve güven arttıkça doyumun da arttığı görülmektedir. Demografik değişkenlerin ve sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin ve sosyal medya bağımlılığının romantik ilişkideki güveni nasıl yordadığını tespit etmek üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre demografik değişkenlerin, güveni yordama üzerinde anlamlı bir güce sahip olmadığı; fakat sosyal medya bağımlılığının güveni anlamlı ve negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlılığı arttıkça romantik ilişkilerdeki güven duygusu anlamlı düzeyde azalmaktadır. Elde edilen bu bulgular diğer araştırmaların bulguları ile karşılaştırılmış ve tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Romantik İlişkilerde Güven, Romantik İlişkilerde Doyum

İstanbul Kent University Institute of Graduate Programs-Abstract of Master's Thesis

Title of the Thesis: The Examination of Social Media Addiction with Respect to 'Trust' and 'Satisfaction' in Romantic Relationships.

Author: Başak Dinsçoy

Supervisor: Prof. Dr. Mehmet Zihni Sungur

Date:

Nu. of pages: vii +81+7

Department: Pyschology

Subfield: Clinical Psychology

The main purpose of the present study is to examine social media addiction with respect to trust and satisfaction in romantic relationships. The participants of the study were 197 adults (167 females, 30 males) over the age of 18 and currently having romantic relationship minimum for 6 months with same partner. Data were gathered randomly via internet by administering four instruments; Social Media Addiction Scale- Adult Form, The Dyadic Trust Scale, Relationship Satisfaction Scale and Demographic Information Form. There were two hypotheses in the study;

- When the level of social media addiction increases 'trust' in romantic relationship decreases.
- When the level of social media addiction increases 'satisfaction' in romantic relationship decreases.

Correlations between research variables tested by Pearson correlation analysis. According to the findings of this analysis, there was a statistically significant and negative correlation between the values of social media addiction and trust in romantic relationships. Accordingly it was seen that if the the level of social media addiction increases 'trust'in romantic relationship decreases. Consistent with the literature, there was a statistically significant and positive correlation between trust and satisfaction in romantic relationships. In order to investigate the associates of relationship satisfaction and trust, a hierarchical regression analysis was run. As a result of first hierarchical regression analysis, age and trust in romantic relationships were found to be associated with the relationship satisfaction. This association indicated that if the age of participants increases, relationship satisfaction decreases. And consistent with the literature trust was found to be associated with the relationship satisfaction, participants having higher levels of trust reported higher levels of relationship satisfaction. As a result of second hierarchical regression analysis, there was no association found between demographic variables and trust in relationships, however social media addiction was significantly associated with the trust in romantic relationship. This association indicated that as expected, participants having higher levels of social media addiction reported lower levels of trust in romantic relationship. Findings were discussed in the light of the relevant literature. Finally implications of the study and recommendations for further research are presented.

Keywords: Social Media Addiction, Trust in Romantic Relationships, Satisfaction in Romantic Relationships.

BÖLÜM 1: GİRİŞ

Sosyal medya, kullanıcılara hızlı erişim olanağı sağlayan aynı zamanda kullanıcıların kendi ürettikleri içeriği paylaştıkları on-line bir ağıdır. Bu sanal ortam, kişilere rahat paylaşım ve tartışma imkanı yaratmaktadır. Günümüzde sosyal medyanın yaşam tarzımızı nasıl etkilediğini hem bireysel olarak deneyimlemekte hem de yapılan araştırmalarda görmekteyiz. Sosyal medya, haber alma şekillerinden ilişki kurma biçimlerine kadar birçok alanda insan yaşamına dokunmaktadır. 2004 yılından beri hızla ilerleyen sosyal medyanın haber ve bilgi edinmede en büyük kaynak olduğu, erişim gücü ve hızıyla kaçınılmaz noktaya geldiği söylenebilir.

Sosyal medya platformları nedir diye bakıldığında sosyal ağlarda Facebook, Instagram, LinkedIn, bloglarda Blogger, Twitter, video paylaşımında Youtube başta gelmekle birlikte etkinlik siteleri, sosyal haber siteleri, ürün eleştirileri, soru cevap siteleri, oyun platformları gibi bir çok konu sosyal medyanın kapsamı içindedir. Son yıllarda hızlı iletişim olanağı sağlayan WhatsApp uygulaması da hem bireyler hem de oluşturulan gruplar arası bilgi, haber, fotoğraf ve video paylaşılması sebebiyle sosyal medya ağı olarak görülmeye başlanmıştır.

Her yıl internet ve sosyal medya kullanımı üzerine raporlar hazırlayan We Are In Social & Hootsuits' in Digital 2020 raporuna göre, dünyada 4.5 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu rakam dünya nüfusunun yaklaşık %59'una denk gelmektedir. Sosyal medya kullanımına bakıldığında 3.8 milyar kullanıcı olduğu bunun da dünya nüfusunun %49'una denk geldiği görülmektedir.

Araştırmalar sonucunda dünyada en popüler sosyal medya platformu olarak Facebook karşımıza çıkmaktadır (Emarsys, 2019). We Are In Social & Hootsuits' in "Digital 2020 in Turkey" raporuna göre Türkiye' de 16-64 yaşları arasında en çok kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla Youtube, Instagram ve WhatsApp olurken Facebook dördüncü sırada yer almaktadır.

Yapılan araştırmalarda, dünyada kuşaklar arası sosyal medya kullanımının dağılımı Y jenerasyonu (1980-1999 yılları arasında doğanlar) % 90.4, X jenerasyonu

(1963-1979 yılları arasında doğanlar) % 77.5, baby boomers (1946-1963 yılları arasında doğanlar) % 48.2 olarak belirlenmiştir (Emarketer, 2019). Sosyal medya araştırmaları bir kişinin günde ortalama 3 saatini sosyal ağlarda ve mesajlaşarak geçirdiğini ortaya koymaktadır (Globalwebindex, 2019). Özellikle Instagram’ da 24 saat içerisinde otomatik olarak silinen fotoğrafların paylaşılmasını sağlayan “Stories” (hikayeler) büyük bir popülerlik içindedir. Araştırmalar göstermektedir ki günlük Instagram Stories kullanımı Ocak 2017’ de 150 milyon iken Ocak 2019’ da 500 milyona çıkmıştır (Statista, 2019).

We are in social & Hootsuits’ in, Türkiye’nin sosyal medya ve internet alışkanlıklarının yer aldığı “Digital 2020 in Turkey” raporuna göre yaklaşık 84 milyon nüfusa sahip olan Türkiye’de, toplamda 62.7 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Nüfusun yüzde 75’ine denk gelen bu oran, gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça yüksek denilebilir. Bu rakamın, 2019 yılının aynı dönemine göre % 4 oranında arttığı görülmektedir. Ocak ayı verilerine göre, Türkiye’de yaklaşık 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır, toplam nüfusun yaklaşık % 64’ ünün sosyal medya kullandığı söylenbilir.

Sosyal medyanın hayatımızdaki öneminin her geçen gün artmakta olduğu ve küresel hareketlere öncülük ettiği açıktır (Menayes, 2014). Yolda yürürken bir yandan ‘Whatsapp’ mesajlarının ya da ‘Facebook’ hesabının kontrol edilmesi veya henüz yenilmemiş bir yemeğin en güzel halinin resminin Instagram’ da paylaşılması, sosyal medyanın insan hayatına ne kadar girdiğinin ve ne kadar kaçınılmaz hale geldiğinin göstergeleridir.

“İnternet, iletişimi arttırmak ve bilgi alışverişi sağlamak için geliştirilen bir teknolojidir ancak ilerleyen zamanda beklentilerin çok ötesine geçerek kullanıcılarının internet kullanımlarını kontrol edemez olduğu, iş, özel ve sosyal hayatlarındaki işlevselliklerinde sorunlara yol açtığı bir noktaya gelmiştir” (Young 1999; şenocak, Konkan ve Sungur, 2012).

İnternet kullanım süresinin artmasıyla bireyin düşünme yeteneği azaldığı, hassasiyetinin arttığı, genel sağlık durumunun kötüye gittiği ve takıntılı, depresif, endişeli, korkutucu duygu ve düşüncelerinin çoğaldığı görülmüştür. İnternet kullanımı çok fazla olan ve sosyal medyada çok vakit geçiren bireylerin toplumsal gelişimlerinin yavaşladığı, özgüvenlerinin azaldığı, sosyal endişe seviyeleri ve saldırganlıklarının arttığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca internette uzun zaman geçiren kişilerin zamanla yalnızlaşarak ve yüz yüze ilişki kurmakta zorluk çektikleri görülmüştür (McKenna ve Bargh, 2000).

Yüzyüze ilişki kurmayı zorlaştıran internet ortamı diğer bir yandan sanal dünyada ilişki kurmayı kolaylaştırmaktadır. Bu kadar kolay ve hızlı iletişime geçilen bir ortamda harcanan sürelerin artması duygusal ilişki içindeki bireylerin güven duygusunu ve ilişkideki doyumlarını nasıl etkiler? sorusu bu araştırmanın konusu olarak yer almaktadır.

Güven kavramını araştırdığımızda alanyazında bir çok tanımla karşılaşmaktayız. Örneğin, Deutsch (1973) “güveni korkudan ziyade, birinin bir diğerinden arzuladıklarını bulacağına olan itimatı” olarak tanımlarken (Holmes JG, Rempel JK., 1989), Rempel ve arkadaşları (1985) ise “güveni somut bir kanıtın ötesinde, birine bağlı olmak ve inanmak” olarak tanımlamaktadır. İngiliz psikiyatrist John Bowlby (1969) güven kavramını, geliştirdiği Bağlanma Teorisi’nde incelemiştir. “Güven, kişilik gelişiminin bir parçası olup temelleri bebeklikte atılmaktadır” (Bowlby, 1969; Ericson 1964). Bowlby, bebek ve ebeveyn bağının yaşam boyunca hem kişinin kendisi hem de başkalarıyla olan ilişkilerin kalitesini şekillendirdiğini belirtmektedir (Santrock, 2012). Ericson’ın (1963) psiko-sosyal gelişim teorisi ve birçok benzer çalışma, yaşamın erken dönemlerinde daha fazla güvene sahip bebeklerin, yetişkinlik dönemlerinde daha iyi işleyen ilişkiler kurdukları ve daha mutlu oldukları varsayımına dayanmaktadır (Campbell vd., 2010).

Yetişkinlerin romantik ilişkileri ile ilgili yapılan bir çok araştırmada iki kuramsal bakış açısı yol göstermektedir; bağlanma kuramı ve karşılıklı bağımlılık kuramı. Bu iki kuram da güvenin önemini ya da partnerinin güvenilirlik algısı ile ilişkinin geleceğine olan inancını esas kabul etmektedir.

Bağlanma kuramı güveni, bağlanma şekillerinde bireysel farklılıkların bir parçası olarak tanımlarken, kişilerarası bağımlılık kuramı ise güveni yeni ilişkilerin içinde gelişen biricik yapı taşı olarak tanımlamaktadır.

Ancak iki kuramda da ilişkinin işleyişi açısından ortak ve önemli bir yapı taşı olan güven, partnerinin güvenilebilirliği ile ilgili algı ve ilişkinin geleceğine duyulan inanç olarak yer alır. Holmes ve Rempel karşılıklı bağımlılık kuramını ikili güven kavramı üzerine oluştururken, bireylerin ilişkiye girerken güven veya güvensizlikle ilgili belirli bir ruhsal eğilimde olduklarını, ancak sonradan ilişki içindeki yaşantılarının güvenin seviyesini belirlediğini kabul etmiştir. (Campbell L., Stanton Sarah C.E. , 2018)

“Güven, mutlu, iyi işleyen ilişkilerin geliştirilmesi ve devam ettirilmesi için en önemli unsurlardan olabilmektedir. İnsanların en derin endişeleri ve korkularına ilişkin en büyük umut ve dileklerin yan yana gelmesini içermektedir” (Simpson, 2007). İdeal bir ilişkide güven en vazgeçilmez bir öğedir. İlişki içerisinde güven, sevgi, bağlılık gibi kavramlar çoğu zaman birlikte değerlendirilmektedir ve zaman içerisinde farklılıklar oluşmaktadır. Kelley’e (1983) göre, ilişki algılarında ve değerlendirmelerinde büyük değişkenlik olması ilişkileri daha istikrarsız ve daha çok mutsuz hale getirmektedir. İlişki doyumu ve ilişki istikrarı için güven kilit noktadır (Simpson, 1990).

Romantik ilişkiler birçok insanın hayatında önemli bir yere sahiptir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki insanların diğerleriyle ilişki içinde olmaları gelişim süreçlerinin bir gerekliliği olarak algılanmaktadır. Bireylerin romantik ilişki kurmaları genel olarak iyi oluş hallerini arttırmakta ve yaşamsal süreçlerini güçlendirmektedir. Daha sonrasında da önemli olan noktanın romantik ilişki kurmak kadar, kurulan bu ilişkiden zevk ve doyum sağlamak olduğu belirtilmiştir (Satıcı ve Deniz, 2018).

Romantik ilişkideki doyum kavramına bakıldığında doyum, ilişkinin kalitesi ile ilgili öznel değerlendirmeler olarak görülmektedir. Bu öznel değerlendirmeler daha olumlu ise kişinin ilişkiden doyum sağladığı eğer öznel değerlendirme olumsuzsa doğru gidiyorsa doyum sağlamadığı anlamına gelmektedir. (Hendrick ve Hendrick, 1989). İlişki doyumuna farklı bir tanımla 1983 yılında Rusbult getirmiştir. Rusbult, doyumu bireylerin

partnerleri hakkındaki olumlu duygular ve yaşanan ilişkinin çekiciliği olarak tanımlamıştır.

İlişki doyumu ve bağlanma stillerini araştıran pek çok çalışma yapılmıştır. Güvenli bağlanma stilleri ile ilişki doyumu arasında olumlu, güvensiz bağlanma stilleri ile olumsuz bir ilişki olduğu görülmüştür (Banse, 2004; Brennan ve Shaver,1995; Feeney, 2002; Hazan ve Shaver,1987; Hendrick ve Hendrick, 1989; Kirkpatrick ve Davis, 1994; 1988; Senchak ve Leonard, 1992; Simpson,1990; Tucker ve Anders, 1999). Geçmiş yıllarda yapılan araştırmalara bakıldığında güvenli bağlanma stili olan bireyler yüksek doyum yaşarken, kaygılı-kararsız bağlanma stiline sahip bireylerin düşük doyum yaşadığı görülmektedir (Feeney ve Noller, 1991).

Sosyal medya bağımlılığının romantik ilişkilerdeki güven ve ilişki doyumu boyutları açısından incelendiği bu araştırmanın temel amacı, en az altı aydır aynı kişi ile duygusal ilişki içinde olan yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile ilişkide duydukları güven ve ilişki doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesidir. İlgili araştırmalar incelendiğinde, bu çalışmanın değişkenleri olan sosyal medya bağımlılığı, romantik ilişkide güven ve ilişki doyumu kavramlarına farklı çalışmalarda yer verildiği; ancak bu üç değişkeni birlikte ele alan yeterli sayıda çalışma bulunmadığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ilgili alanyazında sık sık sözü edilen bu değişkenleri bir arada ele alarak inceleyen bir çalışmanın önemli olacağı düşünülmüştür.

1.1. Araştırmanın Konusu

Sosyal medya, kullanıcılara hızlı erişim olanağı sağlayan aynı zamanda kullanıcıların kendi ürettikleri içeriği paylaştıkları on-line bir ağıdır. Bu sanal ortam, kişilere rahat paylaşım ve tartışma imkanı yaratmaktadır.

Günümüzde instagram, facebook, twitter, snapchat, whatsapp gibi bir çok sosyal medya platformu kullanılmaktadır. Araştırmalar göstermektedir ki, bu sanal dünyada geçirilen vakit her geçen gün daha çok artmakta ve kişiler birçok ilişkiyi bu ortamda yürütüp, ihtiyaçlarını da buradan karşılamaktadırlar (Vural ve Bat, 2010). Teknolojinin ilerlemesi hayatımıza birçok kolaylık sağlarken, duygu dünyamızı da etkilemektedir.

Sosyal medyanın olumlu etkileri olduğu gibi birçok da olumsuz etkisi bulunmaktadır. İletişimi arttırmak ve bilgi alışverişini hızlandırıp kolaylaştırmak için kullanılan sosyal medya zamanla kullanıcılarını esir alarak yaşamlarındaki işlevselliği ve ilişkilerini etkileyecek noktaya gelmektedir.

Araştırmalar göstermektedir ki fazla sosyal medya kullanımı kıskançlık, şüphe, sadakatsizlik gibi durumların ortaya çıkmasına neden olarak romantik ilişkileri olumsuz etkilemektedir. (Abbasi, 2018). Amerikan Bağımlılık Tıbbi Derneği (ASAM) ve Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) dijital bağımlılığı “..beynin ödöl, motivasyon, hafıza ve ilgili devrelerindeki birincil, kronik bir hastalık” olarak tanımlanmıştır. Bu devrelerdeki bozukluk belirgin biyolojik, psikolojik, sosyal ve ruhsal belirtilere yol açar. Bu durum, patolojik olarak sürekli ödöl arama ve/veya düzenli dijital ortam kullanımıyla rahatlama sağlama gibi davranışlarla bireye yansır (Peper ve Harvey, 2018). Duygusal bir ilişki içinde olan bireyin bu durumunun, partnerini ve dolayısıyla aralarındaki ilişkiyi etkilemesi kaçınılmazdır.

Güven, yakın ilişkilerde en çok istenilen özelliklerden biridir ve ideal ilişkinin temel öğesi olan sevgi ve bağlılık ile ilişkili olarak kullanılmaktadır (C. Hendrick ve S.Hendrick, 1983). Deutsch (1973), güveni “korku duyulandan daha çok, bir diğerinden istenilen şeyi bulacağına dair beklenti” olarak tanımlarken Simpson (1990) “güveni, ilişki doyumunun ve istikrarının en güçlü belirleyicilerinden biri olarak” tanımlamıştır (Simpson, 1990).

Romantik ilişkideki doyum kavramına bakıldığında doyum, ilişkinin kalitesi ile ilgili öznel değerlendirmeler olarak görölmektedir. Bu öznel değerlendirmeler daha olumlu ise kişinin ilişkiden doyum sağladığı eğer öznel değerlendirme olumsuzsa doğru gidiyorsa doyum sağlamadığı anlamına gelmektedir. (Hendrick ve Hendrick, 1989).

Bu kapsamda, 18 yaş üstü en az 6 aydır aynı kişi ile romantik ilişki yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile romantik ilişkilerinde duydukları güven ve doyum arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı, romantik ilişki yaşayan bireylerde sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile ilişkide güven duygusu ve doyum arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Tezin amacı; elde edilen veriler incelenerek sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile romantik ilişkilerde güven duygusu ve ilişki doyumunu arasında bir ilişki olup olmadığını yordamaktır. Ayrıca bu kavramların bazı demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının araştırılması da bu çalışmanın amaçlarındadır.

1.3. Araştırmanın Soruları

Yukarıda belirtilen genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile romantik ilişki içindeki bireyin ilişkideki güven duygusu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır ?
2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile romantik ilişki içindeki bireyin ilişki doyumunu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Demografik değişkenlerin, sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin ve romantik ilişkideki güven duygusunun ilişki doyumunu üzerindeki yordayıcılığı nedir?
4. Demografik değişkenlerin, sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin romantik ilişkideki güven üzerindeki yordayıcılığı nedir?

1.4. Araştırmanın Önemi

Gündelik yaşamın büyük bir parçası haline gelen sosyal medyanın kullanım alanı her geçen gün artarken kaçınılmazlığı da aynı ölçüde artmaktadır. Böylesine etkili ve güçlü bir araç olan sosyal medyaya bağımlılığın ilişkilerdeki güven ve doyum boyutunun araştırılması hem ilişkideki bireylere hem de alandaki uzmanlara yol gösterici olacaktır.

Sosyal Medya bağımlılığı ile ilgili daha önceki çalışmalar daha çok ergenler ve üniversite öğrencileri üzerine yoğunlaşmış olup, ağırlıklı olarak bağlanma stilleri, akademik başarı, yeme alışkanlıkları, depresyon ve sosyal fobi ile ilişkileri incelenmiştir. Romantik ilişki yaşayan yetişkin bireylerde güven duygusuna ve ilişki doyumuna bakılan

bir çalışmanın yapılacak olması çalışmaya özgün değer katacaktır. Aynı zamanda bu konuda yapılacak çalışmalar daha sonraki benzer çalışmalar için kaynak sağlayacaktır.

1.5. Araştırmanın Sayıltıları

1. Katılımcıların araştırmada kullanılan ölçekleri samimi ve doğru cevaplandırırdıkları varsayılmıştır.
2. Veri toplama araçlarının ölçülmek istenen değişkenleri doğru ölçebilecek nitelikte olduğu varsayılmıştır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Bu araştırma, 2020 yılı şubat ayında ve Mart ayı başında uygulamaya gönüllü olarak katılan 18 yaş üstü ve en az 6 aydır aynı kişiyle romantik ilişki içinde olan 197 bireyle sınırlıdır.
2. Bu araştırma, kullanılan lme araçlarının ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

Sosyal Medya Bağımlılığı

“Sosyal medya bağımlılığı, bir kullanıcının sosyal medyaya çok fazla zaman harcadığı, bu sürenin giderek artış gösterdiği, sosyal medya kullanımının günlük yaşantısının diğer yönlerini olumsuz yönde etkilediği durumda kullanılan bir terimdir” (Walker, 2011; Otu, 2015). Uyuşturucu, kumar, video oyunları, aşırı yemek tüketimi vb. diğer bağımlılıklarda olduğu gibi aşırı derecede sosyal medya da, insanlar belirli faaliyetlere bağlı kalırlar, böylece zararlı alışkanlıklar haline gelirler ve bu da hayatlarındaki diğer önemli faaliyetleri engeller. Örneğin, “sıklıkla durum güncellemelerini ve postaları kontrol etme” veya “diğer kullanıcıların profillerini uzun saatler boyunca takip etme” gibi davranışları vardır ve bu davranışlar aile, okul, iş veya diğer günlük sorumluluklarıyla çatışma yaratır (Otu, 2015, Kuss ve Griffiths, 2017).

Romantik İlişkide Güven

“Güven kavramı, insanların en derin endişeleri ve korkuları ile ilgili olarak en büyük umut ve isteklerinin yan yana gelmesini içermektedir. Mutlu, iyi işleyen ilişkilerin geliştirilmesi ve sürdürülmesi için en önemli öğelerden biri olarak görülmektedir” (Simpson, 2007). “İdeal ilişkilerin en önemli bileşenleri olan sevgi ve bağlılık kavramlarıyla birlikte ve bağlantılı olarak sıklıkla kullanılmaktadır” (C. Hendrick ve S. Hendrick, 1983).

Romantik İlişkide Doyum

“Romantik ilişkideki doyum kavramına bakıldığında doyum, ilişkinin kalitesi ile ilgili öznel değerlendirmeler olarak görülmektedir. Bu öznel değerlendirmeler daha olumlu ise kişinin ilişkiden doyum aldığı eğer öznel değerlendirme olumsuzsa doğru gidiyorsa kişinin ilişkiden doyum almadığı olarak yorumlanmaktadır” (Hendrick ve Hendrick, 1989).

BÖLÜM 2: KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

2.1.1. Sosyal Medya Tanımı

Sosyal medya kavramı ile ilgili halkla ilişkiler, sosyal bilimler, bilgi teknolojileri gibi birbirinden farklı disiplinlerde birçok tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamalar sosyal medyanın, kullanıcı tarafından üretilen içerik ve etkileşimden meydana gelen dijital teknolojiler olduğu yönünde ortak bir sonuca ulaşmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010; Terry, 2009).

Kullanılan sosyal medya tanımlamaları kendi anabilim dalı dışında kullanılabilirlikleri ve odaklandıkları konu açısından çeşitlilikler göstermektedir. Sosyal medyada mesajın yapısına odaklanan tanımlamalar daha anlaşılır görünmektedir. Russo, Watkins, Kelly ve Chan (2008) sosyal medyayı “çevrimiçi iletişim, ağ kurma ve/veya işbirliği olanak sağlayan ortam” olarak tanımlamıştır. Kaplan ve Haenlein (2010) ise sosyal medyayı benzer şekilde özetleyerek “Web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine kurulan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin yaratılmasına ve karşılıklı değişimine olanak sağlayan bir grup internet tabanlı uygulama” olarak tanımlamıştır. Lewis (2010) ise sosyal medyayı “insanların bağlantı kurmasına, etkileşime girmesine, içerik üretmesine ve paylaşmasına olanak sağlayan dijital teknolojiler” olarak tanımlamıştır. Howard and Parks (2012) üç bölümden oluşan daha karmaşık bir tanım getirmiştir: “(a) içeriği üretmek ve dağıtmak için kullanılan bilgi altyapı ve araçları; (b) kişisel mesajların, haberlerin, fikirlerin ve kültürel ürünlerin dijital bir biçim aldığı içerik; ve (c) dijital içeriği üreten ve tüketen insanlar, organizasyonlar ve endüstriler”.

Online Wikipedia ansiklopedi sosyal medyayı, yer, ortam, zaman sınırlamaları olmadan, paylaşmak ve tartışmak üzerine kurulu mobil tabanlı ve insani bir iletişim şekli olarak tanımlar. Bir başka tanıma göre sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan, yayılan ya da yayımlanan online platformların genel adıdır.

Alanyazındaki tanımlar incelendiğinde, sosyal medyanın sosyal bir ortamda kendini tanıtmaya, sosyal ağ ortamı oluşturma, başka kullanıcılarla iletişime geçme ve bu iletişimi sürdürme (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturulan içeriği paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kendi kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla iletişime geçme, yeni arkadaşlıklar kurma (Wang, Moon ve diğ., 2010) gibi olanaklar sunan çevrimiçi platformlar olduğu görülmektedir.

Sosyal medya ağının tanımını sahip olduğu niteliklerine göre yapmak daha açıklayıcı olacaktır (Klieber P., 2009). K. Lerman sosyal medya sitelerini dört özellik üzerinden açıklamaktadır:

- 1.Kullanıcıların farklı medya türlerinden içerik oluşturmaya ya da oluşturulan içeriklere katkıda bulunmaları.
- 2.Kullanıcıların oluşturulan içerikleri etiketlemesi.
- 3.Kullanıcıların oluşturulan içeriği aktif oy verme ya da pasif kullanımla değerlendirmesi.
- 4.Kullanıcıların başka kullanıcılar ile ortak ilgi alanları belirleyerek sosyal medya ağları oluşturmaya (Lerman K., 2007).

Bu açıklayıcı özellikler sayesinde sosyal medya, bilgi ile etkileşimde bulunmanın yollarını kolaylaştırırken Lerman'ın "sosyal bilgi işleme" olarak tanımladığı işbirliğine dayalı problem çözme de geliştirmektedir.

2.1.2. Sosyal Medya'nın Özellikleri

Mayfield (2010) tarafından yapılan tanımlamaya göre sosyal medyada en yüksek düzeyde paylaşım gerçekleşir ve sosyal medya on-line medyanın yeni bir türü ve fikri olarak bir çok fırsat sunmaktadır:

Mayfield (2010)' a göre sosyal medyanın özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcılara cesaret verirken kullanıcılardan da geri bildirim almaktadır.

Açıklık: Sosyal medya ağları oylama, yorum alma ve bilgilerin paylaşılması gibi konularda cesaret aşılayarak katılıma açıklığı desteklemektedirler.

Konuşma: Sosyal medya ortamında iki yönlü konuşma imkanı bulunmaktadır.

Toplum: Sosyal medya, toplulukların hızlı ve etkin oluşumuna olanak sağlar. Bu şekilde fotoğraflar, politik görüş ve değerler, beğenilen TV programları paylaşılabilir.

Bağlantılılık: Sosyal medya ortamında farklı siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları konularda bağlantılı link verilmesi olanağı bulunmaktadır.

Erişim: Sosyal medya ağlarına bir çok kişi tarafından çok az maliyetle ya da maliyetsiz olarak erişilebilmektedir.

Kullanılabilirlik: Sosyal medya içerikleri oluşturulurken bir çok kişi katılımcı olabilmektedir.

Yenilik: Geleneksel medyada anında tepki görmek mümkün değilken sosyal medyada tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar vermektedir.

Kahıcılık: Geleneksel medya oluşturulduktan sonra değiştirilemez ancak sosyal medyada değişiklik yapmak mümkündür.

Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran ve bir çok yönden daha kullanışlı hale getiren bir çok özellik olduğu görülmektedir. Örneğin, geleneksel medyanın spesifik, önceden belirlenmiş bir yayın zamanı varken sosyal medyanın gün içindeki olaylara ve gelişmelere göre yayın zamanı değişiklik gösterebilmektedir. Geleneksel medyaya erişim lokal düzeydeyken sosyal medyaya erişim taşınabilir bir PC, tablet ya da cep telefonu sayesinde istenilen yerden kolayca sağlanabilmektedir. Sosyal medya, kullanıcı içeriğinin kendisidir. Geleneksel medyada içerik hazırlayan ve sunan kişiler daha çok profesyonel olarak bu işi yaparken sosyal medya ortamında bunu meslek olarak yapan kişilerin sayısı daha azdır. Geleneksel medya reklam alma ve haber oluşturma yoluyla var olmaya çalışırken sosyal medyada bizzat temsil edilme imkanı bulunmaktadır. Geleneksel medya ile sosyal medyayı birbirinden ayıran en önemli nokta sosyal medya içeriğinin diyalog olmasıdır (Kara, Tolga 2013).

2.1.3. Sosyal Medya Platformları

Sosyal medyanın hem içerik hem de biçim olarak geniş bir yelpazeye sahip olması sayesinde insanlar farklı içerik ve bilgi paylaşımlarında bulunarak, ilgilendikleri ve

araştırdıkları içeriklere erişme imkanına sahip olmaktadır (Zafarmand, 2010; Nash, 2009; Onat, 2010; Korkmaz, 2014; Tonta, 2009 ve Hira ve diğ., 2011).

Boyd ve Ellison'un (2007) tanımlamasıyla çevrimiçi sosyal medya siteleri, kullanıcıların seçtikleri kişilere ya da herkese açık profil oluşturma, diğer kullanıcılarla ve onların bağlantılı olduğu kişilerle çevrimiçi etkileşim içinde olma imkanı veren web tabanlı platformlardır. Bu platformlarda kullanıcılar sanal kimlikler oluşturabilir, gerçek hayattaki arkadaşları ile etkileşime girebilir ve benzer ilgi alanları olan kişilerle hem çevrimiçi hem de çevrim dışı ortamlarda sosyal ilişki oluşturabilirler (Griffiths, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011).

Ocak 2020 tarihi itibariyle dünya çapında en popüler sosyal medya platformları aktif kullanıcı sayısına göre aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

Tablo 1.
Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı Sayıları

Sosyal Medya Platformu	Kullanıcı Sayısı
Facebook	2.449.000
Youtube	2.000.000
WhatsApp	1.600.000
Facebook Messenger	1.300.000
Weixin/ WeChat	1.151.000
Instagram	1.000.000

Kaynak: www.dijilopedi.com

Günümüzde kullanılan sosyal medya platformlarına örnekler aşağıda belirtilmiştir:

1. Sosyal ağlar (Facebook, LinkedIn, MySpace, Xing Friendfeed, Twitter, Swarm, Snapchat, Pinterest, Google Plus ve Instagram)
2. Video paylaşım ağları (Youtube, Yahoo Video, Dailymotion ve Google Videos)
3. Bloglar (Techcrunch, TheHuffington Post, Kottke, Cnet ve şirket blogları)
4. Fotoğraf paylaşım ağları (Photo, Photodom, Deviantart, photosig ve Fotocommunity)

5. Bilgi paylaşım ağıları (Wikipedia ve Intelipedia)

Aşağıda en çok kullanılan sosyal medya platformlarından Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram ve Twitter ile ilgili daha ayrıntılı bilgiler yer almaktadır.

2.1.3.1. Facebook

Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından Harvard Üniversitesi içinde kullanılmak üzere kurulmuştur (Liebert, 2011). Zuckerberg tarafından arkadaşlarıyla iletişimde kalmak için kurulan Facebook kısa zamanda en çok tercih edilen ağlardan biri haline gelmiştir. Facebook'ta yalnızca kullanıcının tercih edeceği kişi ya da kişilerin görebileceği şekilde gönderilen mesajlar, karşılıklı konuşma özelliğine hizmet etmektedir. Bu özellik özel mesaj içeriğini oluşturmaktadır. Belirli kullanıcıların kurdukları gruplar, gerçek yaşamda topluluk özelliği yaşayan grupların özelliklerini göstermektedir. Grup içinde faaliyet gösteren kişileri grup dışındaki başka kişiler göremez. Bunların dışında Facebook'ta bulunan bağlantısallık özelliği, bu alanda paylaşım istenen bir fotoğraf ya da bilginin aynı anda Twitter ya da Instagram'dan yayımlanabilmesini ve bu işlemin Facebook sayfasından yapılabilmesini sağlamaktadır (Ünlü, 2018).

2.1.3.2. Youtube

YouTube 2005 yılında üç eski PayPal çalışanı tarafından kurulmuş bir video saklama sitesidir (Freeman ve Chapman, 2007). Youtube, kullanıcıların video yükleyebildiği, kayıtlı veya kayıtlı olmayan her tür kullanıcıya açık izleme imkanı veren, farklı içerikler üretilebilen, zaman sınırı olmaksızın ücretsiz şekilde her tür içeriğe ulaşım imkanı sağlayan bir medya paylaşım sitesidir (Freeman ve Chapman, 2007). YouTube'un gelişimi ile günlük dile birçok farklı terim yerleşmiştir; broadcasting (yayın yapmak), izlenme sayısı, YouTuber (YouTube video sitesi için içerik üreten kullanıcı), Vlogger (dijital günlük kullanıcısı) gibi. Yeni medya olarak adlandırılabilir YouTube'da farklı kullanıcıların yükledikleri videoları içeren farklı kanallar bulunmaktadır. Çok farklı içeriklere sahip bu kanallar aracılığıyla kullanıcılar bilim, sanat, eğitim, sağlık, eğlence, oyun gibi birbirinden farklı video içeriklerine erişim sağlayabilmektedir. Bunun yanında günümüzde diğer kullanıcılara oranla daha fazla takipçi ve izlenme sayısına sahip

YouTube kullanıcıları ürettikleri içerikler ve videolarında aldıkları reklamlar sayesinde maddi kazanç ve ün sahibi olabilmektedir. YouTube'un kullanımının artması ile kanalların bağlı olduğu ajanslar kurulmuş ve "YouTuber'lık" bir iş kolu haline gelmeye başlamıştır.

2.1.3.3. Whatsapp

"WhatsApp" kelimesi, İngilizce "N'aber?" ifadesinden türemiştir. WhatsApp, kullanıcılara İnternet bağlantısını kullanarak, görüntü, video ve ses veya yazılı mesaj alışverişi yapma olanağı sağlayan bir anlık mesajlaşma uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Awada, 2016). WhatsApp günümüzde en çok tercih edilen mesajlaşma uygulamasıdır. Aslında anlık mesajlaşma servisi olarak geliştirilen WhatsApp, geniş kullanıcı ağına ulaşmasıyla, içerik paylaşma seçenekleriyle ve sosyal medya karakteristikleriyle son zamanlarda sosyal medya kanalı olarak görülmektedir (Newcom Research & Consultancy, 2010).

2.1.3.4. Instagram

2010 yılında kurulan Instagram, bir video ve fotoğraf paylaşım sitesidir. Son yıllarda popülerliği ve kullanım oranı daha da artmaktadır. Çeşitli fotoğraf filtreleme özelliğiyle farklı bir fotoğraf paylaşım imkânı sunan Instagram, bu fotoğrafların takipçilerle paylaşılmasını sağlamaktadır. Takip edilen kişilerin fotoğraflarına yorum yapma ve fotoğraf beğenme özellikleri de bulunmaktadır. Facebook tarafından satın alınan instagramda kullanıcılara birkaç saniyelik video paylaşma imkânı sunulmaktadır. "Hikaye" olarak adlandırılan sistem 2016 yılı itibariyle kullanıma sunulmuştur. Bu hikayeleri canlı yayımlayabilme özelliği de bulunmaktadır. Özellikle Instagram, Pew Araştırma Merkezi (Pew Research Center) tarafından önemli bir çevrimiçi para kazanma platformu olarak değerlendirilmiştir (Düşünceli, 2016). Instagram'da çevrimiçi satışlarla ve paylaşılan fotoğraflardan kazanılan reklam geliriyle pek çok insan kazanç sağlamaktadır (Hu ve diğ., 2014).

2.1.3.5. Twitter

Blogların uzun yazılı içerik oluşturma zorluğuna karşı 2006 yılında Twitter isimli uygulama hayata geçmiştir. Twitter, internet ortamında gerçek zamanlı olarak düşünceleri, bilgileri, bağlantıları vb. verileri paylaşmaya olanak tanıyan ve diğer Twitter kullanıcılarıyla doğrudan, özel olarak veya herkese açık olarak iletişim kurulabilen bir platformdur. Bu platformdaki temel farklılık gönderilerin 140 karakterle sınırlı olmasıdır. "Tweet" olarak bilinen Twitter gönderileri, istenilen herhangi bir zamanda internet bağlantısı olan herkes tarafından teorik olarak görüntülenebilir. Herhangi birinin tweetini görüntülemek için bir Twitter hesabına sahip olmaya gerek yoktur (Thomases, 2010). Mikro blog örneği olan Twitter kısa zaman ve kolay paylaşım hizmeti sunmaktadır. Ünlü bireylerin kullanımının çok olması ile kullanımı hızla yaygınlaşmıştır. Twitter geniş kitlelere ulaşmış aynı zamanda siyasi ve toplumsal yaşamda da etkili olmuştur.

2.1.4. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihçesi

Günümüzde internet hemen hemen her yerde ulaşabildiğimiz bir kaynak olarak bulunmaktadır. Bir çok elektronik alet üzerinden internet temelli teknolojiye erişilebilmektedir. Bu aletler tüm dünyada ciddi büyüklükte kullanıcı kitlesine sahiptir. Örneğin, 2017 yılı Nisan ayı itibariyle akıllı telefon kullanılan ilk 50 ülke içerisinde 2,4 milyar insanın akıllı telefon kullandığı belirlenmiştir (<https://newzoo.com>).

Bu kadar geniş kitlelere hitap eden ve artık kaçınılmaz bir noktaya gelen internet ve sosyal medyayı birbirinden ayırmak mümkün değildir. Ancak sosyal medyadan söz edebilmek için öncelikle internetten söz etmek gerekir. 1960'larda Amerika Birleşik Devletleri'nde başlayarak 1990'lı yıllardan itibaren hızla tüm dünyada devam eden internet kullanımı, web sitelerinin ve portalların da yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllardan itibaren sosyal medyanın da kullanımının artmasıyla bir çok kesimden insanın hayatını etkileyecek noktaya gelmiştir.

İnternetin tarihçesine bakıldığında 1962 senesinde Amerikan Askeri Araştırma Projesi (ARPANET) ve Massachusetts Teknoloji Enstitüsüyle tartışılmaya başlanan "galaktik ağ" kavramıyla birlikte hayata geçtiği görülmektedir (Omarlı, 2016). Sosyal

medya ise, özellikle internetin gelişimi ve Web 2.0'ın gelişmesi ile birlikte ortaya çıkmıştır. (Olgun, 2014). 1979 yılında sosyal medyanın ilk adımı olan Usenet, Tom Truscott ve Jim Ellis tarafından kurulmuştur. Bunun devamında iletişim, ARPANET ve LISTSERV (elektronik posta listesi yazılım uygulamaları) gibi sistemlerle desteklenmiştir. Dosya ve link paylaşımı geliştiren IRC (Internet Relay Chat) 1988 yılında kurulmuştur (Daldal, 2013). 1990 yılında üniversitelerin çoğalmasıyla Bruce ve Susan Abelson “Open Diary- Açık Günlük” adındaki sosyal ağ sitesinin çalışmalarına başlamıştır. Sosyal medyanın ikinci aşaması ise 2001 yılında Ryze.com ile ortaya çıkmıştır. Ryze.com insanların iş bağlantılarına yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur. 2004 yılında sosyal medyada en çok popüler olan uygulamalar, arkadaş çevreleriyle daha iyi iletişim için Facebook, 2005 yılında video içerikleriyle ilgili Youtube ve 2006 yılında Twitter olmuştur. (Erdemir, 2017). 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan Instagram Facebook tarafından Nisan 2012 yılında 1 milyar dolara satın alınarak günümüzde en popüler uygulamalardan biri olmuştur.

İnsanlararası iletişimi ve bilgiye erişimi kolaylaştıran internet, Web 2.0 araçlarının gündeme gelmesiyle iletişimde yeni bir biçimin hayata geçirilmesine olanak sağlamıştır. Web 1.0 teknolojilerinde tek yönlü ve içeriğin sadece okunabildiği bir biçimde iletişim sağlanabilirken, Web 2.0 ile çift yönlü bir iletişim şekli başlamıştır (D'Souza, 2007). Web 2.0, kullanıcıların içerik paylaşımı yapabildikleri, içeriklere müdahale edebildiği ve geri dönütler aldığı sanal ortamlar olarak tanımlanabilir (Bat, 2012).

Sosyal ağ siteleri, Web 2.0 teknolojisinin önemli bileşenlerinden ve en popüler paylaşım platformlarından biri olarak görülmektedir (Karal ve Kokoç, 2010). Mahajan (2009) sosyal ağ kavramını; bireylerin ortak bir amaç çerçevesinde düşüncelerini paylaştıkları ve birbirleriyle etkileşime girdikleri internet tabanlı bir topluluk oluşumu olarak tanımlamaktadır.

Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların herkese açık profiller oluşturarak, gerçek hayatta varolan kişilerle etkileşime geçebilecekleri ve ortak ilgi alanlarına göre farklı insanlarla tanışabilecekleri sanal topluluklardır. Sosyal ağlar, sınırlı bir sistem içinde kullanıcıların

profil oluşturmalarına izin veren ve sistem içerisindeki diğer kullanıcıların karşılıklı olarak listelerini görmelerini sağlayan web tabanlı ortamlardır (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal ağların bir uzantısı olan sosyal medyada kullanıcılar düşünce, duygu, bilgi, ve ilgi alanlarını kolaylıkla paylaşabilmekte, karşılıklı etkileşime girebilmektedirler. Sosyal medya aracılığı ile internet erişimi olan her bireyin ilişki kurma ve yönetme, iş yaratma ve yürütme, yaratıcı fikirler sunma gibi gerçek yaşamda yapılabilecek bir çok şeyi sanal ortamda yapma imkanı olmaktadır. Bu kadar imkanın olduğu bir ortamda geçirilen zamanın artması sosyal medya bağımlılığının oluşmasına da zemin hazırlamaktadır.

2.1.5. İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı tıpkı internet bağımlılığı, alkol ve madde bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, oyun bağımlılığı gibi araştırılan ve üzerinde çalışmalar yapılan bağımlılık türlerinden biridir. Sosyal medyaya erişimin internet üzerinden olması bu bağımlılığı incelerken internet bağımlılığından bahsedilmesini gerekli kılmaktadır. Bu sebeple, sosyal medya bağımlılığını açıklamadan önce bağımlılık kavramını tanımlamak ve internet bağımlılığını açıklamak yerinde olacaktır.

Bağımlılık, olumsuz davranış ve olumsuz sonuçlarla sonuçlanan, bilişsel bozukluğun neden olduğu hatalı bir irade gücü hastalığı olarak adlandırılmaktadır (Campbell, 2003). Bağımlılık kavramı maddesel ve davranışsal olarak iki grupta incelenebilir: Alkol, esrar, kokain, eroin gibi kimyasal madde kullanımı maddesel bağımlılıklar altında yer alırken kumar oynama, cinsel bağımlılıklar, alışveriş, televizyon izleme, internet bağımlılığı, bilgisayar oyunları oynama davranışsal bağımlılıklar kapsamında incelenmektedir. Davranışsal bağımlılıklar da aynı alkol-madde bağımlılıklarında görüldüğü gibi bağımlılığın ana bileşenleri olan fiziksel ve psikolojik bağımlılık belirtilerini göstermektedirler. Zihinsel meşguliyetin olması, duygudurum değişiklikleri, tolerans, yoksunluk, kişilerarası çatışma yaşanması ve tekrarlama bağımlılığın belirtileri olarak gösterilebilir (Griffiths MD, 1996).

Diğer geleneksel bağımlılık biçimleriyle karşılaştırıldığında, internet bir madde olmadığı için davranışsal bağımlılıklar çatısı altında kavramsallaştırılmıştır (Griffiths, 2005). İnternetin aşırı tüketimi olumsuz sonuçlara sebep olabilmektedir, bu da özellikle ergen ve genç yetişkinlerde bağımlılığa yola açabilmektedir (Griffiths ve diğerleri 2016). Soper ve Miller (1983) tarafından teknolojik bağımlılıklar (Griffiths, 1996) “ diğer davranışsal bağımlılıklar gibi davranışı durdurmaya çalışırken fiziksel ve zihinsel uğraşların artması ve diğer faaliyetlere ilginin azalması gibi zorlayıcı davranışlar bütünü” olarak tanımlanmaktadır.

Hangi tip davranışların bağımlılık olarak tanımlanacağını belirlemek için Brown’ ın belirlediği (1993) ve daha sonra Griffiths (1996, 2005) tarafından genişletilen altı kriter bulunmaktadır.

Özellikle sosyal medya ile de ilişkili bulunan bu kriterler şöyledir:

- *Belirleyicilik*: Sosyal medya kullanımının kişinin hayatında hem bilişsel hem de davranışsal olarak tek önemli konu olması.
- *Ruh hali değişikliği*: Sosyal medya kullanımının kişinin ruh halini tutarlı ve güvenilir bir biçimde değiştirmesi.
- *Tolerans*: Sosyal medyada geçirilen süreye atıfta bulunur. İstenilen ruh hali değişikliğine ulaşabilmek için sosyal medyada geçirilen sürenin sürekli arttırılması.
- *Yoksunluk belirtileri*: Sosyal medya kullanımının azaltılması ya da kesilmesi sonucunda ortaya çıkan psikolojik etkiler.
- *Çatışma*: Sosyal medya kullanımının kişilerarası ilişkilere zarar vermesi ve bu ilişkileri tehlikeye atması, mesleki ve/veya eğitim aktivitelerini olumsuz yönde etkilemesi ve öznel kontrol kaybı gibi kişide ruhsal iç çatışmalar yaratması.
- *Yineleme*: Bir yoksunluk döneminden sonra bağımlı sosyal medya davranışlarını tekrarlama eğilimi.

DSM (Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı) Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) tarafından yayımlanmaktadır ve ruhsal bozuklukların tanısı için gerekli olan açıklamaları, semptomları ve diğer ölçütleri içermektedir. Daha

önceden kabul edilen “Madde İstismarı ve Bağımlılığı” kavramı genişletilerek DSM-5’ te “Madde ile İlişkili Bozukluklar ve Bağımlılık Bozuklukları” şeklinde değiştirilmiştir. İlk defa bir davranışsal bağımlılık olarak kategorize edilen “Kumar Oynama Bozukluğu”, bu başlık altında yer almıştır. Bu değişiklik ile DSM’de ilk defa madde bağımlılığı sendromlarının sadece maddeye bağımlı olmayan birer “davranış” sendromları olduğu yaklaşımı resmi olarak benimsenmiştir. DSM-5’ de internet bağımlılığı yer almamaktadır. Bu alanda yeterince araştırma olmaması ve internet bağımlılığının başka bir psikiyatrik rahatsızlığın semptomu olabileceği görüşleri sebebiyle yer almadığı düşünülmektedir. Henüz internet bağımlılığı DSM-5’teki tanılar arasında yer almasa da, psikoloji, sosyoloji, iletişim gibi bir çok alanı etkilemesi ve bu alanlarda yapılan araştırmaların çoğalmasından dolayı ilerleyen dönemlerde DSM ölçütleri arasında yer alabileceği yorumu yapılabilmektedir.

2.1.5.1. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı kavramı ilk olarak 1996 yılında Ivan Goldberg tarafından tanımlanmıştır. Goldberg DSM-4’te yer alan madde bağımlılığı tanı ölçütlerini değerlendirerek internet bağımlılığı için yeni ölçütler geliştirmiştir. İnternet bağımlılığını “On iki aylık bir dönem içerisinde herhangi bir zaman diliminde ortaya çıkan belirtilerden üç tanesi ya da daha fazlasıyla kendini gösteren, klinik olarak belirgin bir bozulmaya veya sıkıntıya yol açan uygunsuz internet kullanımı” olarak tanımlanmıştır (Goldberg, 1999). Young (1996) ise DSM-4’ te yer alan patolojik kumar oynama tanı ölçütlerini temel olarak internet bağımlılığını 8 tanı ölçütü ile tanımlamıştır.

Young’un İnternet Bağımlılığı tanı ölçütleri şu şekildedir (1996):

(Bu ölçütlerden 5 tanesi varsa kişi bağımlı olarak tanımlanabilmektedir)

1. İnternetle ilgili aşırı zihinsel uğraş.
2. Arzu edilen keyif seviyesine ulaşabilmek adına artan internet kullanma isteğinin oluşması.
3. İnternet kullanımını kontrol etme, azaltma veya tamamen bırakmaya yönelik başarısız girişimlerin olması.

4. İnternet kullanımının azaltılması ya da tamamen kesilmesi durumunda huzursuzluk, çökkünlük veya kızgınlık gibi duyguların hissedilmesi.
5. İnternette geçirilen sürenin başta planlanandan daha uzun olması.
6. İnternet kullanımının aşırı olması nedeniyle aile, okul, iş ve arkadaş çevresiyle sorunlar yaşama, eğitim veya kariyer ile ilgili bir fırsatı tehlikeye atma ya da kaybetme.
7. İnternette kalma süresi ile ilgili başka kişilere (aile, arkadaşlar, terapist, vb.) yalan söyleme.
8. Sorunlardan kaçmak ya da olumsuz duygulardan uzaklaşmak için interneti kullanma.

İnternet bağımlılığı ile ilgili genel bir tanımlama yapmak gerekirse aşırı internet kullanımı isteğinin önüne geçilememesi, internete bağlı olmadan geçirilen zamanın önemini yitirmesi, internetten yoksun kaldığında aşırı sinirlilik hali ve saldırganlık olması ve kişinin iş, sosyal ve aile hayatının bu durumdan etkilenerek bozulması olarak açıklanabilir (Young KS. 2004). İnternet bağımlılığı, internet kullanımının sorunlu bir durum olduğu, kullanıcıların psikolojik açıdan iyi hissetmeleri için internete bağlı oldukları ve internetten yoksun kaldıklarında hoş olmayan duygular yaşadıkları bir durum olarak tanımlanmaktadır. Bu durumdaki kullanıcılar günlük hayatlarını sürdürebilmek için mutlaka internete ihtiyaç duyduklarını hissetmektedirler (R.A. Davis, 2001).

Problemlili internet kullanımı (PİK) internet bağımlılığını tanımlamak için kullanılan terimlerden biridir. Bazı araştırmalarda internet bağımlılığı kavramının internetin patolojik boyuttaki kullanımını tanımlamak için yeterli olmadığı belirtilmektedir ve PİK terimi kullanılmaktadır (Caplan, 2005; Tutgun, 2009). Caplan (2005), “PİK terimini, bilişsel ve davranışsal belirtilerden meydana gelen ve sosyal, mesleki ve akademik negatif sonuçlara yol açan çok boyutlu bir sendrom” olarak tanımlamıştır. Davis (2001)’e göre problemlili internet kullanımı, “uyumsuz düşünce ve patolojik davranışları içeren bir psikiyatrik durumdur”. PİK terimi sıklıkla internet üzerinde gerçekleştirilen aktivitelere göre oyun oynama, çevrimiçi sosyal ağlar, bloglar, eposta, aşırı ve uygun olmayan şekilde çevrimiçi pornografi kullanımı, internet alışveriş bağımlılığı gibi alt başlıklar altında incelenmektedir. Madde kullanım bozukluğunu

devam ettiren motivasyon, yoksunlukla bağlantılı olumsuz duygulardan kaçınmakken (K. Nader, A. Bechara, D. van der Kooy 1997) problemler internet kullanımında (PİK) kullanıcıların olumlu duyguların artmasına ve olumsuz duyguların azalmasına bağlı olarak bağımlı hale geldikleri düşünülmektedir. Bağımlı kullanıcılar yoksunluk durumunun yaşattığı olumsuz duyguların artışından kaçınmak için bu bağımlılıkla yaşamlarına devam etmek durumunda kalmaktadırlar.

Dürtü kontrol bozukluğu olarak tanımlanan bu bağımlılıkta bireyler çevrimiçi arkadaşlıklara ve sanal ortamda yaratılan faaliyetlere karşı duygusal bir bağlılık da geliştirebilmektedirler. İnternet üzerinden yeni ve farklı insanlarla tanışmalarına, sosyal ağlarda fikir alışverişinde bulunmalarına ve sosyalleşmelerine ya da ilgi alanlarında çevrimiçi araştırmalar yapmalarına imkan sağlayan bu sanal ortama bireyler zamanla bağlanarak daha çok vakit harcayabilmektedirler.

İnternet kullanımı ile dünyadaki bir çok bilginin her zamankinden daha hızlı bir şekilde yayılma fırsatına sahip olunması internet kullanımının olumlu bir sonucu olarak düşünülebilirken (N.B. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe, 2007; R. Kraut, S. Kiesler, B. Boneva, J. Cummings, V. Helgeson, A. Crawford, 2002) bilgiye erişim ve eğlence ihtiyaçları için bu ortama daha bağımlı hale gelmek ve uzaklaşmanın ya da bırakmanın daha zor bir hale gelmesi de olumsuz bir sonucu olarak düşünülebilir. Kullanıcıların internet bağlantısını kesemedikleri için günlük aktivitelerini gerçekleştiremediklerini düşünmeleri ve kullanıma devam etme çabaları kişileri hızla güçsüzleştirebilmektedir (K.S. Young, R.C. Rogers, 1998).

Bir meta-analiz çalışmasına göre dünya nüfusunun yaklaşık %6'sında en azından temel seviyede internet bağımlılığı bulunmaktadır (C. Cheng, A.Y. Li, 2014). 2016 yılında yaklaşık 3,5 milyar internet kullanıcısı (statista, 2017) olduğu düşünülürse yaklaşık 210 milyon insanın potansiyel olarak bu bağımlılıktan etkilendiği söylenebilir. Teknolojinin yol açtığı en büyük tehlikelerden biri olarak görülen internet bağımlılığına sosyal fobi, sosyal anksiyete, depresyon ve kişilik bozuklukları gibi bir takım psikolojik rahatsızlıklar eşlik edebilmektedir.

2.1.5.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB), özellikle sosyal ağ siteleri (SNS) ile uğraşının olduğu internet bağımlılığının bir alt grubu olarak görülmektedir. Artık içinde yaşadığımız teknoloji çağında internet teknolojilerinin çok yaygın olması ve sosyal medya üzerinden hızlı ve çok fazla kişiye ulaşılabilmesi nedeniyle bu bağımlılık türü de özellikle daha sık görülür hale gelmiştir. Sosyal medyanın aşırı (Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan, 2007) ya da problemlili kullanılması (Young, 1988; Davis, 2001) ve haftanın en az 8,5 ile 21,5 saatinin çevrimiçi geçirilmesi (Yang ve Tung, 2007) bağımlılık olarak değerlendirilmektedir.

SMB ilgili yakın zamanda yapılan araştırmalara göre kullanıcılar eğlence ve oyunları takip etmek, kendini sunmak ve ilişki kurmak için sosyal medyada bu eylemleri gerçekleştirmektedirler. Ancak yine de bu üç alanın da SMB ile pozitif yönde ilişkili olduğu görülmektedir (H.-T. Chen, Y. Kim, 2013).

Davranışsal bir bağımlılık olan SMB' na da biyopsikososyal açıdan bakılabilir (Griffiths, 2005; Kuss and Griffiths, 2011). Buna göre, SMB'nin de maddeye bağlı bağımlılıklarda olduğu gibi etiyolojik çerçevesi ile ortak noktada buluşmakta olduğu söylenebilmektedir: Tolerans, çatışma, ruh halindeki değişimler, dikkati çekme, çekilme ve tekrarlama. SMB'de yoksunluk belirtileri; huzursuzluk, rahatlayamama, depresyon, hiçbir şeyden zevk alamama, iştahsızlık, sıkıntı gibi bir takım rahatsızlıklar olarak ortaya çıkmaktadır.

Madde ve alkol bağımlılığı, kumar, oyun oynama gibi bağımlılıklarda görüldüğü gibi sosyal medyada aşırı zaman harcama da zamanla zararlı alışkanlık haline gelip bireylerin hayatlarındaki diğer önemli faaliyetlere engel olmaya başlayabilmektedir. Örneğin, “sıklıkla durum güncellemelerini ve postaları kontrol etme” veya “diğer kullanıcıların profillerini uzun saatler boyunca takip etme” gibi davranışlar geliştirilebilir ve bu davranışların sonucunda iş, özel ve sosyal hayatları olumsuz etkilenebilir (Otu, 2015, Kuss ve Griffiths, 2017).

Üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen bir çalışmada, interneti “sosyal medya” amacıyla kullanan katılımcıların internet bağımlılık düzeylerinin, interneti diğer kullanım amaçlarına göre kullanan katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmüştür (Turan, 2015). Benzer şekilde Reyhanlıoğlu (2015), üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışmasında “sosyal ağ sitelerini” sıklıkla kullanan ve kullanmayan katılımcılar arasında anlamlı bir ilişki saptamış, sosyal ağ sitelerini sıklıkla kullananların internet bağımlılık düzeylerinin kullanmayanlara oranla daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmalarda da görüldüğü gibi internet ya da teknoloji bağımlılıklarını incelerken özellikle sosyal medya platformlarının bu bağımlılığın gelişmesindeki rolünü incelemek ayrıca önem kazanmaktadır.

2.1.6. Sosyal Medyanın İnsan Psikolojisine Etkileri

Günümüzde hem teknolojinin hem de insanların beklentilerinin hızlı değişimi ve sosyal medyanın da bu değişime kolaylıkla uyum sağlıyor olabilmesi, sosyal medyanın daha da etkin bir kaynak olarak konumlanmasına neden olmaktadır. Bu etkin kaynağı kullanım amacı kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Sosyal medyanın kişiliklere, zamana, yere, konuya ve diğer birçok faktöre göre değişen etkileri söz konusu olmaktadır (Hazar, 2011). Bütün dünyayı birbirine bağlayan, insanların birbirine erişimini kolaylaştıran ve aynı zamanda hayatı kolaylaştıran bu teknolojiler kişilerarası ilişkilere yarar sağladığı gibi zarar da verebilmektedir.

Sosyal medyanın bağımlılık davranışı geliştirilmesine neden olduğunu gösteren araştırmalara bakıldığında ortalama internet kullanımının % 27' sinin diğer eğlence, e-posta ve haberlerden farklı olarak sosyal medya etkileşimi için olduğu görülmektedir (M. Tatham, 2013). Sosyal medya aracılığıyla elde edilen keyif daha büyük alışkanlık geliştirilmesine neden olurken (M. Limayem, C.M. Cheung 2011, M. Limayem, S.G. Hirt, C. Cheung, 2007) bu keyif alma durumu zaman içerisinde yüksek kullanım bağımlılığın geliştirilmesinde ön koşul haline gelmektedir (O. Turel, A. Serenko, 2012).

Sosyal medya yaşantı şekillerini etkilerken aynı zamanda romantik ilişkilerin başlatılma ve sürdürülme şekillerini de etkilemiştir. Yüzyüze kurulan ilişkilerde elele

tutuşmak veya sarılmak önemli bir yer tutarken, çevrimiçi kurulan ilişkilerde resimlerin ve mesajların beğenilmesi, şakaların paylaşılması ilişkideki istikrarı göstermektedir. İçeriği beğenmek sanal bir onayın işaretidir. Buna ek olarak, ilişki içinde olduğu kişinin fotoğrafını çekmek ve sosyal medyada yayımlamak, diğer kullanıcıların önünde bağlılık işareti olarak görülmektedir (Farrugia R.C.,2013). Nihayetinde, çevrimiçi durumu değiştirmek, ilişkinin resmi olduğunu göstermektedir ve böylelikle kişinin partneriyle flört edilmesinin de önüne geçilmiş olmaktadır (Mod G.B.B. A., 2010).

Romantik ilişkilerin sosyal medya kullanımı sebebiyle bozulduğu da görülmektedir. Bu sanal ortamın partnerin gözetimini kolaylaştırmasıyla, partnerin çevrimiçi davranışlarını kontrol etmesi kıskançlığa, anksiyeteye ve güvenin kırılmasına neden olabilmektedir. Benlik saygısı düşük olan bireyler, partnerlerinin sosyal medyadaki eylemlerini, ilişkideki doyum düzeyini azaltan hatalar olarak görebilmektedirler (Farrugia R.C., 2013). Ayrıca SMB, kaygı ve depresyon arasında da bir ilişki olduğu görülmektedir. Depresyonun SMB'nin hem bir semptomu hem de bir sebebi olabileceği düşünülmektedir (Ögel, 2012).

We Are In Social & Hootsuits' in Digital 2020 raporuna göre, dünyada 3.8 milyar sosyal medya kullanıcısı olduğu bunun da dünya nüfusunun %49' una denk geldiği görülmektedir. Bir önceki yıla göre %8.7 (304 milyon) oranında artış görülmesi oldukça dikkat çekicidir. Bu hızlı artış gözönüne alındığında sosyal medyanın insan psikolojisine etkileri konusunda önümüzdeki yıllarda farklı çalışmaların yapılması gerekliliği kaçınılmazdır. Birçok sosyal medya kullanıcısının teknoloji kullanımıyla ilgili bağımlılığa doğru gittiğini gösteren araştırma sonuçları bağımlılık yaratan teknoloji davranışlarının nasıl azaltılabileceğini belirlemenin de ayrıca önem kazandığını göstermektedir.

2.1.7. Neden Bağımlılık Yapıyor

İnternetin bağımlılık yapan yönünün çok fazla olması bireylerde derin psikolojik etkiler bırakabilmektedir. İnternet üzerinde eğlenceli vakit geçirirken insanlar gerçek hayattan kendilerini dissosiyeye ederek internete bağımlı hale gelebilmekte ya da bir takım

patolojik davranışlar gösterebilmektedirler. Çevrimiçi yaşam gerçek dünyaları haline gelmeye başlayarak yarattıkları sanal dünyada gerçek dünyanın olumsuzluklarından kaçmaya başlamaktadırlar. Sanal alemin fantezilerin ve çatışmaların dışavurulduğu kendi zihinlerinin dissosiyasyon olmuş bir parçası gibi konumlandırabilmektedirler. Suler'a göre daha derin bir psikolojik seviyede, kullanıcılar bilgisayarlarını zihinlerinin ve kişiliklerinin bir uzantısı olarak görmeye başlamaktadırlar ve bu sanal alem kullanıcıların kendi zevklerini, tutumlarını ve ilgi alanlarını yansıtmaktadırlar. Fikirleri özellikle de çok beğenilmeyecek olan görüşleri isimsiz olarak rahatça ifade edebilmek, insanlardan bu paylaşımlarla ilgili çok hızlı tepki alabilmek, rutin hayatın dışında internetin sunduğu sınırsız eğlence ve keyif, bireyin olduğundan farklı bir profil yaratabilme fantezisi ve dünyanın her yerinden milyonlarca insana erişme fırsatı sağlayan global bir platform olması internetin bağımlılık yapmasında rol oynayan etmenler olarak görülebilir.

Bütün bu özelliklerine baktığımızda hayatımıza getirdiği bu kadar kolaylık ve fırsatla vazgeçilmez duruma gelen internetin faydalı olması ile bağımlılık yaratması arasında ince bir çizgi olduğu düşünülebilir.

2.1.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Alanyazın taraması yapıldığında Türkiye'de ve yurtdışında sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan araştırmaların ergenler ve genç yetişkinler üzerinde yoğunlaştığı, ilişki yaşayan yetişkin bireylerle yapılan çalışmaların sayıca az olduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan çalışmaların genel olarak internet bağımlılığı üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür.

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili Türkiye'de ve yurt dışında yapılan çalışmalara bakıldığında şu araştırmalar görülmektedir: Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma Stilleri (D'Arienzo, Boursier ve Griffiths, 2019); Sosyal Medya ve Adanmış İlişkiler (Saeed, 2018); Sosyal Medya Kullanımı ve Bağlanma Stilleri (Morsünbül, 2014; Köksal 2015; Yıldırım 2018); Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Dayanıklılık (Ünlü, 2018); Sosyal ağ siteleri ve Bağımlılık (Kuss ve Griffiths, 2017); Sosyal Medya ve Bağımlılık İlişkisi (Hazar, 2011; Tutgun Ünal, 2015); Yetişkin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek

Geliştirme (Şahin ve Yağcı, 2017); Sosyal medya bağımlılık kullanımı, narsisizm ve benlik saygısı (Andreassen, Pallesen ve Griffiths; 2017); Facebook bağımlılığını belirleme (Ş. Balcı ve A. Gölcü, 2013); Sosyal Medya Bağımlılığının Boyutları (Al-Menayes, 2015); Sosyal Medya ve öz-yeterlik çalışmaları (Tressel, 2014); Orta yaş döneminde sosyal ağlarda çiftlerin sınırlamaları (Norton ve Baptist, 2014).

Yapılan çalışmalara bakıldığı zaman bireylerin çeşitli psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını gidermek için sosyal medya uygulamalarına yöneldikleri görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı ya da en geniş kapsamıyla internet bağımlılığı ile ilgili çalışmaların ergenler, üniversite öğrencileri ya da genç yetişkinler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak bugün hemen hemen her yaş grubundan bireylerin hayatında yeri olan ve farklı yaş gruplarını farklı şekillerde etkileyen internet ve sosyal medya üzerine yapılacak çalışmaların artması büyük önem taşımaktadır.

2.2. Romantik İlişkide Güven

2.2.1. Güven Kavramı

Tanımlaması zor ve karmaşık olan güven kavramı içinde güvenilirlik, tahmin edilebilirlik, dürüstlük, adanmışlık, sadakat ve ortak sınırlar gibi öğeleri bulundurur (Sungur M.Z., 2017). Güvenilirlik ilişki içerisinde verilen sözlerin ne kadar tutulduğu ve gerçekleştirildiği ile ilgili bir kavramdır. Tahmin edilebilirlik karşımızdaki kişinin neyi yapıp neyi yapmayacağını tahmin ettiğimizde bu tahminlerimizin doğru çıkması durumu olarak tanımlanabilir. Eğer bu tahminler doğru çıkıyorsa o kişiyi iyi tanıdığımız ve böylelikle güvenebileceğimiz söylenebilir. Birinin dürüstlüğüne inanmamız o kişinin söylediklerinin doğruluğu oranında artmaktadır. Adanmışlık, zor zamanlarda da olunması gereken yerde olabilmekle ilgiliyken, ortak sınırlar bir ilişkiye devam ettirebilmek için gerekli olan tutum ve davranışlardan oluşmaktadır (Sungur M.Z., 2017).

Güven kavramına alanyazında yıllar içerisinde farklı tanımlamalar getirilmiştir. Son yıllarda güven kavramı ile ilgili yürütülen çalışmalara bakıldığında farklı değişkenlerin ölçüldüğü görülmektedir. Türkiye’de Sargut (2001, 2003) , Adaman ve Çarkoğlu (2000), Esmer (1999), Gökalp (2003) gibi isimler güven konusunda

derinlemesine incelemeler yapmışlardır (Başak, 2010). Yabancı alanyazında ise 1970 yıllarından başlayan ve günümüze dek devam eden bir çok çalışma bulunmaktadır.

Rotter (1971) günlük yaşamımızın ve sosyal hayatımızın bütün alanlarının güven üzerine kurulu olduğunu belirtmiştir. Benzin almaktan, vergi ödemeye, dışıye gitmekten, bir kongreye katılmaya kadar neredeyse bütün kararlarımız başkasına güvenmeyi içerir. Toplumlar karmaşılaştıkça başkalarına duyulan güven de daha önemli hale gelmektedir.

Driscoll, Davis, Lipetz (1972), sevgi ve güven arasındaki bağı incelemiştir. Düşüncelerine göre, güven karşılıklı tatmin edici etkileşimler yoluyla gelişir ve ilişkiye olan güveni artırır. Deutsch (1973) güveni korkulandan ziyade, birinin bir diğerinden arzuladıklarını bulacağına olan inancı olarak tanımlarken (Holmes JG, Rempel JK., 1989), Rempel ve arkadaşları (1985) ise güveni somut bir kanıtın ötesinde, birine bağlı olmak ve inanmak olarak tanımlamaktadır. Larzelere ve Huston (1980), partnerler arasındaki güvenin sevgi ve partnere karşı açık olma ile ilgili olduğunu belirtmiştir. Güven, yakın ilişkilerde en çok istenilen niteliklerden biridir. İdeal ilişkinin temel taşı olan sevgi ve bağlılık ile bağlantılı olarak sıklıkla dile getirilmektedir. (C. Hendrick ve S. Hendrick, 1983). “Güven kavramı insanların en derin endişeleri ve korkuları ile ilgili olarak en büyük umut ve isteklerinin yan yana gelmesini içermektedir ve mutlu, iyi işleyen ilişkilerin geliştirilmesi ve sürdürülmesi için en önemli bileşenlerden biridir” (Simpson, 2007). “Güven, ilişki doyumu ve istikrarının en güçlü belirleyicilerinden biridir” (Simpson, 1990).

Yetişkinlerin romantik ilişkileri ile ilgili yapılan bir çok araştırmada iki kuramsal bakış açısının rehberlik ettiği görülmektedir; bağlanma kuramı ve karşılıklı bağımlılık kuramı. Bu iki kuram da güvenin önemini veya partnerlerin güvenilir olma ile ilgili algılarını ve ilişkinin geleceğine dair inançlarını nasıl yorumladıklarını esas alır.

Bağlanma kuramı güveni, bağlanma şekillerinde bireysel farklılıkların bir parçası olarak tanımlarken, kişilerarası bağımlılık kuramı ise güveni yeni ilişkilerin içinde gelişen biricik yapı taşı olarak tanımlar (Campbell L., Stanton Sarah C.E. , 2018). Ancak iki

kuramda da ilişkinin işleyişi açısından ortak ve önemli bir yapı taşı olan güven, partnerlerin güvenilebilirlikle ilgili algıları ve ilişkinin geleceğine duydukları inanç olarak yer almaktadır.

Holmes ve Rempel karşılıklı bağımlılık kuramını ikili güven kavramı üzerine oluştururken, bireylerin ilişkiye girerken güven veya güvensizlikle ilgili belirli bir ruhsal eğilimde olduklarını, ancak sonradan ilişki içindeki yaşantıların güvenin seviyesini belirlediğini kabul etmiştir. Özellikle, teşhis durumlarındaki partnerlerin davranış ve algılarının ilişki boyunca bir partnerin diğerine olan güven duygusunu geliştirmesine katkıda bulunduğu öne sürmüşlerdir. Zaman içerisinde, bu teşhis durumundaki partnerlerin davranışları, birbirlerinin bu davranışlarla ilgili algılarıyla da bağlantılı olarak, ilişkilerinin geleceğine duydukları inancın yanısıra birbirlerine duydukları güvenin derecesini de ölçmektedir. Yüksek seviyede ikili güven, partnerin gelecekte ilişkinin yararına davranacağına dair bir kesinliği gösterirken, orta seviyede güven partnerlerin gelecekteki davranışlarıyla ilgili daha belirsiz bir durumu yansıtır. Az seviyede güvense partnerin gelecekte ilişkinin yararına davranmayacağına dair kesin bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Simpson JA, 2007).

2.2.2. Güvenin Kavramsallaştırılmasıyla İlgili Yaklaşımlar

İnsan hayatında bu kadar önemli ve kritik rol oynayan güven kavramı kriminoloji, sosyoloji, ilaç, psikoloji, politik bilimler, iş dünyası ve din gibi bir çok disiplinde önemli bir yere sahiptir (Rotenberg, 2010). Güvenin kavramsallaştırılmasında gelişimsel, sosyal, nörolojik ve organizasyonel olmak üzere dört alandan bahsedildiği görülmüştür (Rotenberg, 2019).

2.2.2.1. Gelişimsel Alan

- Psikososyal Kuram

Güven kavramının irdelendiği psikoloji metinlerine bakıldığında en çok Erikson (1963)' un psikososyal teorisine atıf yapıldığı görülmektedir. Bu teori, psikanalitik görüşün bir ürünüdür ve gelişimin sekiz aşamalı psikososyal bir

gelişimden oluştuğunu ileri sürmektedir. Her gelişim aşaması sağlıklı ve sağlıklı bir tarzda çözülebilecek bir çatışmayı da beraberinde getirir. Bir aşamadaki karar, bireyin sonraki aşamaları çözüme kapasitesini de etkiler. “Güven ve güvensizlik” in ilk aşaması bebeğin doğumundan 18 aylık olana kadarki dönemde belirgindir. Erikson (1963)’ a göre bu dönemde güven bebeğin değer verildiği ve ihtiyaçlarının karşılanacağı olan inancına ilişkin duygusudur. Teoriye göre, bir bebek ona bakan kişiden sıcaklık ve nezaket arar. Eğer bebeğin bu ihtiyacı karşılanıyorsa temel güven duygusu oluşur. Buna karşılık, eğer bebek ihtiyacı olan sıcaklığı alamazsa ve reddedilirse temel bir güvensizlik duygusu oluşur. Bu teoriye göre, temel güven duygusunu kazanan bebek, haz alma duygusunu geciktirebilir ve bedeninin fonksiyonları üzerinde kontrol sahibi olabilir.

- **Bağlanma Kuramı**

Bowlby ve Ainsworth Bowlby bağlanmanın çocuk gelişiminde büyük bir önemi olduğunu ve yaşamsal değere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Öncelikle hayvanlarla yaptığı gözlemlerde anneyi takip etmenin ve ona yapışmanın bebeğin yaşama şansını arttırdığı sonucuna varan Bowlby, insanlarda bağlanmanın bunun ötesinde önemli bir işleve sahip olduğunu öne sürmektedir. Dünyayı keşfederken geri döndüğünde güvenebileceği birini bulma, temel fiziksel ihtiyaçların karşılanması, hayata dair bir güvenlik duygusu geliştirebilme insan hayatında bağlanmanın işlevleri arasında yer almaktadır. Eğer çocukluk döneminde bu gereksinimler yeterli düzeyde karşılanmazsa, çocukta oluşan özbenlik algısıyla bağlantılı olarak patoloji gelişebileceğini öne sürmektedir. Bu süreci "çalışma modelleri" olarak adlandırdığı ilkeye dayandırmaktadır.

- **Piaget Kuramı**

Piaget (1965) çocukların diğer davranışlarının yanı sıra yalanı nasıl değerlendirdiklerini ahlaki gelişimlerinin bir kanıtı olarak incelemiştir. Piaget’te göre (1965), 7 yaş ve altındaki çocuklar eylemlerinin altında yatan niyetleri dikkate almayarak *ahlaki gerçekçilik/ objektif ahlak* göstermektedirler. Küçük çocuklar için bilgiyi kazara yanlış iletmek yalan ve ahlaki olarak kabul edilemez bir davranış olarak görülmektedir. Aksine daha büyük çocuklar iletişimi

yönlendiren amaçlara büyük önem vererek ve başkalarını aldatma niyetleri olduğunda ahlaki açıdan zayıf bir iletişim sürdürerek “ sübjektif ahlak” göstermiştir. Yetişkinler ve daha büyük çocuklar ise yalan söylemeyi güvenin bir parçası olarak görmektedirler. Bu aynı zamanda kişilerarası ilişkilerde güveni baltalayan bir parçadır (Peterson, Peterson & Seeto, 1983).

- **Bilgi Edinme Kuramı**

Bilgi Edinme Kuramı Harris tarafından (Harris ve Koenig 2006, 2012) ortaya çıkarılmıştır ve güvenin çocuklara başka insanların ifadelerinden geniş çaplı bilgi edinme konusunda yol gösterdiğini ileri sürmektedir. Harris’e göre çocuklar kişisel bağlantıları olmasa da bir çok sosyal kurumdan din, tarih, bilim gibi konularda geniş bilgi edinebilmektedirler. Harris (Harris ve Koenig 2006, 2012) küçük yaşlardan itibaren çocukların yalnızca bilgiyi tüketen değil, bilginin geçerliliğini de aktif olarak değerlendiren kişiler olduklarını ileri sürmektedir.

2.2.2.2. Sosyal Alan

- **Sosyal Öğrenme Kuramı**

Sosyal Öğrenme Kuramı’ na göre kişinin olumlu ya da olumsuz deneyimleri sosyal çevresi içerisindeki davranışlarını belirlemektedir. Bu sürecin sonucunda, diğer kişilerin sözlü ve yazılı ifadelerinin güvenilir olabileceğine dair bireysel farklılıklara dayanan kararlı bir inanç oluşmaktadır. Rotter’a göre bu genelleştirilmiş inanç, sosyal çevredeki kişilerin (ebeveynler, öğretmenler, akranlar vb.) davranışlarından veya güvenilir iletişim kaynaklarının sözlü ifadelerinden öğrenme yoluyla elde edilmektedir.

- **Romantik Bağlanma Kuramı**

Hazen ve Shaver (1987) yetişkinlikte romantik ilişkiyi açıklamak için bağlanma teorisini kullanmışlardır. Bu araştırmacılar, yetişkin bir romantik ilişkide yaşanan sevginin, bebeklik döneminde yaşanan benzer bir bağlanma süreci olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca, bebeklik döneminde geliştirilen farklı bağlanma stillerinin, bireylerin romantik aşk deneyimlerinde farklılıkları da açıkladığını

ileri sürmüşlerdir. Hazan ve arkadaşları, yetişkinler için romantik ilişkide güvenli, kaygılı-kararsız ve kaygılı-kaçınan bağlanma biçimleri olmak üç bağlanma stili belirlemişlerdir. Buna göre, güvenli bağlanan yetişkinler kendine güvenli, sosyal açıdan girişken, yakın ilişkiler kurmaktan rahatsızlık duymayan bireylerdir, kaygılı-kararsız bağlanma biçimine sahip yetişkinler kendilerine güvenleri tam olmayan, reddedilmek veya terk edilmekten korkan bireylerdir. Kaygılı-kaçınan yetişkinlerin ise yakın ilişkiler kurmaktan kaçındıkları, kendilerini açmaktan hoşlanmadıkları ve sosyal bakımdan baskılandıkları görülmektedir.

- Romantik İnanç Kuramı:

Güvene yapılan bir diğer sosyal psikoloji yaklaşımı da Rempel, Holmes ve Zanna (1985) tarafından geliştirilmiştir. Romantik ilişkilerde üç biçim olduğunu belirtmişlerdir: öngörülebilirlik, güvenilirlik ve inanç. Öngörülebilirlik, partnerinin davranış veya eylemlerinin tutarlı olarak algılanmasıdır. Güvenilirlik, dürüstlük ve empati ile birlikte kişinin niteliklerinin belirlenmesidir. Ayrıca, gelecek öngörülemez olduğu için, güvenin bir inanç belirtisi anlamına geldiği, her ne olursa olsun partnerinin duyarlı olacağı ve onunla ilgileceğine dair bir inancı temsil ettiği ileri sürülmektedir.

- Oyun Kuramı:

Berg, Dickhaut ve McCabe'nin (1995) "güven oyunu" güveni ölçmek için standart laboratuvar deneyi haline gelmiştir. Güven oyununda, ilk hamle yapan rastgele ve anonim olarak ikinci hamle yapacak kişi ile eşleştirilir. Her iki kişiye de belli bir para bağışlanır, ilk kişi bağışın bir kısmını ya da hepsini ikinci kişiye aktarabilir. Bu aktarım deneyi yapan kişi tarafından üç katına çıkarılır ve ikinci kişiye aktarılır. Ve sonunda ikinci kişi aktarılan paranın bir kısmını ya da hepsini geri döndürebilir. İlk hamle yapanın aktarımları bir güven belirtisi olarak yorumlanmakta ve ikinci hamle yapanın aktarımları ise güvenilirlik belirtisi olarak yorumlanmaktadır. (Brühlhart M., Usunier JC, 2010) Güven oyunu, güven davranışlarını etkileyen faktörleri değiştirmek için kesin bir yol sağlarken nedensellik için de deneysel kanıtlar vermektedir. Bu kuramla ilgili en büyük

endişe, gerçek yaşam etkileşimleriyle ilgili olup olmadığıdır. (Rotenberg, K.J., 2019)

- Temel, alan ve hedef boyutu (Basic, Domain, Target - BDT):
Rotenberg ve arkadaşları, temel, alan ve hedef boyutlu çalışmayı sunmuşlardır. (BDT; Rotenberg, 1991,2010). BDT' ye göre güven üç temel üzerinde (güvenilirlik, duygusallık ve dürüstlük), üç alanda (bilişsel etki, davranış-bağımlı, davranış-harekete geçen) kurulmuştur ve iki hedef boyutu (yakınlık ve özgüllük) içermektedir.

Üç temel;

1. Güvenilirlik (Reliability): Verilen sözlerin yerine getirilmesi.
2. Duygusallık (Emotional): Duygusal zarar vermekten ve gizliliği yıkmaktan kaçınmak.
3. Dürüstlük (Honesty): Gerçeği söylemek ve yardımsever davranışlarda bulunmak.

Üç alan;

1. Bilişsel etki (Cognitive/ Affect): Bireyin, diğer insanların güvenin üç temelini gösterdiğine duyduğu inanç veya his.
2. Davranış- bağımlı (Behaviour- dependent) : Bireyin, diğer insanların güvenin üç temeline göre hareket edeceğine dair davranışsal olarak güvenmesini içerir.
3. Davranış-harekete geçen (Behaviour- enacting): Bireyin, davranışsal olarak güvenin üç temeliyle bağlanmasıdır.

Bu üç temel ve üç alan iki hedef boyutta karakterize olmuştur:

1. Yakınlık/ Aşinalık (Familiarity): Bireylerin yakın olduklarından biraz daha uzak oldukları insanlara doğru bir aralığı içermektedir.
2. Özgüllük (Specificity): Birey için özel olan (specific) insanlardan daha genel insanlara (generalized) doğru bir aralığı içermektedir.

2.2.2.3. Nörolojik Alan

Çağdaş psikoloji, insanın biliş ve davranışlarının nörolojik mekanizmalarla açıklanmasını gerektiren bir nörolojik devrimden geçmektedir (Ponsford, 2017). Aynı şey güven için de geçerlidir. Araştırmacılar, bir burun spreyi ile uygulanan nöropeptit oksitosinin bir oyun etkileşiminde güveni arttırdığını bulmuşlardır (Nowaskowski, Vaillancourt ve Schmidt, 2010). Aynı zamanda nörolojik temelli hastalıklar ve güven arasında da ilişkiler bulunmuştur. Andrija, Riedl, Kirchmayr, Reichenberger ve Ransmayr (2015), güvene dayalı bir oyunda parkinson hastalığı olan 20 yetişkinin, aynı yaş, gelir ve eğitim düzeyinde sağlıklı yetişkinlerden daha az güven gösterdiğini bulmuştur.

2.2.2.4. Organizasyonel Alan

- Sosyal Değişim Kuramı

Güvene bu yaklaşım psikoloji, kriminoloji, sosyoloji ve organizasyonel bilimleri kapsamaktadır. Güven, adalet uygulamaları ve kuralları tarafından yönlendirilen bireyler arasındaki iyilikseverliğin değiş tokuş edilmesi olarak kavramsallaştırılmaktadır (Schoorman, Mayer ve Davis, 2007). Sosyal temas ve değiş tokuş teorileri, işyerinde güven konusunda önemli bir araştırma grubuna rehberlik etmiştir (Rotenberg, 2019).

2.2.3. Güven ve Bağlanma Kuramı

Bağlanma kavramı ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında en önemli kuramlardan birinin Bowlby'e ait olduğu görülmektedir. Bowlby'e göre, her birey yakın duygusal bağlar kurma ihtiyacı içindedir ve bireylerin bağlanma ilişkileri kendi psikososyal gelişimlerini etkilemektedir (Bowlby J., 1999). Bowlby kişilik gelişimini açıklamaya çalıştığı kuram kapsamında bebek ya da çocuk ve bakım veren kişi arasındaki ilişkinin yetişkinlikteki ilişki kalıplarını etkilediğini ve en nihayetinde toplumların zihinsel sağlıklarını şekillendirdiğini ileri sürmüştür (Clulow, 2007).

Bağlanma, bireyin yaşamında yer alan önemli kişilerle ilgili güçlü bağlar oluşturma sürecidir ve bu bağ oluşturma süreci tüm yaşam boyu devam etmektedir (Bowlby, 1980). Bowlby (1973, 1980, 1982), ilk olarak birincil bağlanma figürlerinden ayrılan bebeklerin, bu ayrılığa verdiği duygusal tepkileri incelemiştir. Bowlby (1973) bebeklerin verdikleri bu duygusal tepkileri gözlemleyerek bağlanma kavramını tanımlanmıştır. Bağlanma, bebeğin birincil bağlanma figürüne yakın olmasını, böylelikle güven içinde olmasını ve tehlikelerden korunmasını sağlamaktadır. Bağlanma kuramında temel hedef bakım verenle yakınlığı sağlamak ve aradaki bağı güvenli hale getirmek olarak görülmektedir. Bu bağlanma sonucunda bebek ya da çocuk güvenle dış dünyayı keşfe çıkabilmekte ve herhangi bir tehlike ya da tehdit algıladığında bağlandığı bakım verene sığınabilmektedir. Böylece çocukluk döneminde oluşturulan bu bağlanma davranışı, ilerleyen dönemde kişilerin temel kişilik özelliklerine, çevresindekilerle ilişki kurmasına, eş seçimine, ebeveynlik özelliklerine kadar geniş etkilere sahip olabilmektedir. Bağlanma davranışı insanın tüm yaşamını şekillendirerek mutluluk, güvenlik ve özgüvenin de temelini oluşturmaktadır (Shaver P, Hazan C, Bradshaw D, 1988).

Bağlanma davranışı ile ilk olarak, bağlanma figürüne yakınlığı sürdürerek tehlikelerden korunmak, ikinci olarak ise bağlanma figürünün sağladığı güvenle etrafi bağımsız olarak keşfetmek amaçlanmaktadır. Bu paternlerin yaşam boyu devam etmesini Bowlby, içsel çalışma modeli (internal working model) ile açıklamıştır (Bretherton I, Munholland KA. 1999).

İçsel çalışma modelinde “kendilik modeli” ve “diğeri modeli” adı verilen iki farklı bilişsel şema bulunmaktadır. Bu şemalar birbiriyle ilişkilidir. Kişinin kendilik değeri ve diğeri insanlar tarafından sevilebilir olup olmadığı ile ilgili algısı kendilik modelini açıklamaktadır. Diğeri modelindeyse kişi yakın çevresindeki insanların güvenilir, sevilebilir ve değer verilebilir olup olmadıklarına ilişkin algıları yer almaktadır (Lopez, Melendez, Sauer, Berger, Wyssmann, 1998). Bağlanma stillerinin gelişiminde büyük katkısı olan bu modellerle, bireyin kendi benliği ile ilgili ve başkalarına ilişkin beklenti ve algıları belirlenmektedir. Böylelikle hem çocuklukta hem de yetişkinlikte duygu, düşünce ve bilişlerin temel kaynağı oluşmaktadır. Bu temel kaynağın ilerleyen

zamanda yetişkin bağlanma stillerinin ortaya çıkmasında önemli rolü bulunmaktadır (Hazan ve Shaver, 1994).

Bowlby'e göre, bebekler annelerinde ya da bakım verenlerinden belli bir süre ayrı kaldıklarında bazı duygusal tepkiler vermektedirler. Bu tepkiler karşı koyma, çaresizlik ve kopma olarak tanımlanmıştır. Karşı koyma tepkisi bakım veren kişiyi aramak, ağlamak ve diğer kişilerin sakinleştirme çabalarına karşı koymak gibi davranış biçimlerini içermektedir. Çaresizlik tepkisi, pasif-hareketsiz kalma ve üzülme davranışlarını, kopma tepkisi ise anne veya bakım veren kişi geri döndüğünde onu yok sayma veya ondan kaçınma davranışlarını içermektedir. Bağlanma kuramına göre gelişim süreklilik göstererek bebeğin erken yaşlarda annesiyle veya bakım verenleriyle yaşadığı ilişki gelecekte kuracağı ilişkilerini şekillendirmektedir. İnsanlar yeni ilişkiler kurup geliştirirken eski anılarına ve deneyimlerine dayanan bu içsel çalışma modeline göre davranırlar. Bireylerin hayatlarındaki bu önemli kişilerle ilgili bilişsel ve duygusal beklentileri ilişkilerine yön verdiği gibi, bireyin yarattığı kendilik modeli de bağlanma figürlerinin gözünde ne kadar kabul ve reddedileceğini belirlemektedir. Bağlanma kuramcılarının göre, bu modeller yaşamın ilk aylarında oluşmaya başlar ve ilerleyen zamanda gelişmeye ve değişmeye devam etmektedirler (Collins NL, Read SJ. 1990).

Bowlby' nin bağlanma kuramı, yetişkinlerle yapılan araştırmaları erken çocukluk dönemindeki bebek ve bakım veren ilişkileri ile yetişkin ruh sağlığı arasındaki bağı göstermek ve erken çocukluk yaşantılarının yetişkinin bağlanma stilleri ve kimlik gelişimi ile ilişkisini araştırmak olmak üzere iki alana yönlendirmiştir. Bowlby ve Ainsworth bağlanma stilleri üzerine yapılandıkları bu çalışmaları ağırlıklı olarak romantik ilişkiler üzerine yapılandırmışlardır. Bu alanda yapılan önemli ve öncü çalışmalardan biri Hazan ve Shaver' ın, Ainsworth' un erken çocuklukta bağlanma stillerinin yetişkin romantik bağlanma stillerine uyarlanabileceğini gösterdikleri çalışmadır (Hazan ve Shaver 1987). Hazan ve Shaver' e (1987) göre bağlanma figürü, erken çocuklukta birincil bakıcılarken, yetişkinliğe gelindiğinde genellikle romantik ilişkilerdeki partnerleri olmaktadır. Aynı zamanda Bartholomew ve Shaver (1988), erken çocukluk döneminde bağlanma figürleriyle kurulan ilişkilerin, bireylerin ileriki yaşlarda

kuracağı yakın ilişkilerindeki beklentilerini, duygularını ve savunmalarını etkilediğini öne sürmüşlerdir.

Hazan ve Shaver (1987) tarafından yetişkin bağlanması ile ilgili yapılan ilk çalışmada, yetişkinlik döneminde kurulan romantik ilişkinin, aynı çocukluk döneminde birincil bakım veren kişilerle olduğu gibi, bireyin partnerine karşı geliştirdiği bir bağ olduğu belirtilmiştir. Bu bağ bebeklik dönemindeki bağlanmaya benzer süreçleri içermektedir ve üç kategoride incelenmiştir; “güvenli”, “kaygılı - kararsız” ve “kaygılı – kaçınan”. Bu görüşe göre, güvenli bağlanan kişiler diğer insanlara yaklaşımdan veya kendilerine yaklaşılmamasından rahatsızlık duymazlar, özgüvenleri daha yüksektir ve terk edilme korkuları yok denecek kadar azdır. Bu tür bağlananlar, duygusal ilişki kurmada ve karşılıklı dayanışmada zorluk yaşamazlar, daha rahattırlar. Kaygılı-kararsız bağlanma stiline sahip bireyler yakın ilişkilerinde reddedilme ve terk edilme korkusu yaşarlar. Kaygılı-kaçınan bağlanma stiline sahip bireyler ise, kendilerini açmaktan rahatsız olurlar ve yakın ilişkiler kurmaktan kaçınırlar (Shaver ve arkadaşları 1988).

İlişki doyumuyla bağlanma stilleri arasındaki ilişkiyi araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır. İlişki doyumu ile güvenli bağlanma stili ile olumlu yönde, güvensiz bağlanma stili ile de olumsuz yönde bir ilişki bulunduğu bu çalışmalarda gösterilmiştir (Hazan ve Shaver,1987; Hendrick ve Hendrick, 1989; Simpson,1990; Senchak ve Leonard, 1992; Brennan ve Shaver, 1995; Feeney, 2002; Banse, 2004).

2.2.4. Romantik İlişkilerde Güven Kavramı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Romantik ilişkilerde güven kavramı ile ilgili Türkiye’ de ve yurt dışında yapılan çalışmalara bakıldığında şu araştırmalar görülmektedir: Güven Ölçeği (Larzere ve Huston, 1980); Yakın İlişkilerde Güven (Rempel, Ross ve Holmes 2001; Rempel,, Holmes, Zanna, 1985); Yalnızlık ve Kişilerarası Güven (Rotenberg, 1994);); İlişkilerde Güven (Lewicki, Bunker, 1995); İlişki Geliştirmede Güven (McAllister , Lewicki ve Chaturvedi, 2006); Güvenin Psikolojik Temelleri (Simpson, 2007); Güven, İlişki Değerlendirmelerinde Değişkenlik ve İlişki Öncelikleri (Campbell, Simpson, Boldry & Rubin, 2010); İkili İlişkiler Güven Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

(Çetinkaya, Kemer, Bulgan ve Tezer, 2011); Güven, Çatışma ve İşbirliği (Balliet ve Lange 2013); Güven ve Özdenetim (Büyükcan-Tetik, Finkenauer, Kuppens ve Vohs 2013); Kadınların genel evlilik uyumu ve evlilikte ilişki tarzlarının ikili ilişkide güven ve depresyon açısından incelenmesi (Doğan, 2014); İlişki stillerinin reddedilme duyarlılığı ve ilişkide güven üzerindeki etkisi (İlhan, 2018).

2.3. Romantik İlişki Doyumu

2.3.1. Romantik İlişki Kavramı

İki birey arasında psikolojik, duygusal ve cinsel bağlılığı içeren tutkulu bir yakınlık olarak tanımlanan (Sternberg, 1986) romantik ilişkiler yakın ilişkiler kavramı altında incelenmektedir. İnsanın çevresiyle geliştirdiği yakın ilişkilerden biri de romantik ilişkidir. Romantik ilişkileri tanımlarken yakınlık, tutku ve özgür irade ile katılma gibi kavramlardan bahsedilmektedir (Sternberg, 1986) ve içerisinde aşk, bağlanma, ait olma gibi kavramlar da yer almaktadır (Kalkan ve Yalçın, 2012). Evlilik, birlikte yaşama, uzun süreli birliktelikler, flört etme gibi kişiler arası ilişkileri içeren romantik ilişkiler oldukça geniş bir yapıya sahiptir (Hendrick ve Hendrick, 2006) ve karşılıklı bağlılığa dayalı olarak iki kişi arasındaki bağı ve aşkı ifade eder (Heath, 1976).

Romantik ilişkilerin tüm diğer yakın ilişkilerde olduğu gibi, bağlanma, sevgi ve aşk duyguları; psikolojik ihtiyaçların karşılanması ve karşılıklı bağımlılık olmak üzere üç temel özelliği bulunmaktadır (Berscheid ve Peplau, 1983). Uzun süreli ve mutlu bir birliktelik beklentisi ile kurulan romantik ilişkilerin bir kısmı bu özelliklerin hepsine sahipken bir kısmı sadece bir ya da ikisine sahip olabilmektedir. Kurulan her romantik ilişkinin uzun sürmesi mümkün olmadığı gibi uzun süren her romantik ilişki de mutlu bir ilişki olmayabilir. İlişkideki bağlanma ve yaşanan ilişkiden alınan doyum bir ilişkinin sürüp sürmeyeceği ile ilgili bilgi verebilmektedir. İlişkideki bağlanma ilişkiyi sürdürmedeki istek ve kararlılık olarak düşünülürken bu bağlanmanın temelinde başka seçeneğin olmamasından derin bir aşka kadar uzanan birçok neden yatabilmektedir (Taylor, Peplau ve Sears, 2003).

Sternberg (1986)' göre “duygusal ilişki, bireyin kendi arzusuyla seçtiği tutku, bağlanma ve yakınlıkla oluşan bir birlikteliktir”. Romantik ilişki kavramına bakıldığında ilk akla gelen aşk iken aslında bu kavram bağlanma, aidiyet ve destek gibi başka bileşenleri de içermektedir (Terzi ve Özbay, 2016). İyi bir romantik ilişkinin kurulabilmesi bireyin yaşam memnuniyetini, kendini iyi ve güvende hissedebilmesini de etkilemektedir (Gizir, 2012 akt. Zorbaz ve ark. 2015). Ayrıca sağlıklı ve işlevsel olan romantik ilişkilerin, bireylerin fiziksel ve duygusal motivasyonlarını da etkilediği düşünülmektedir (Kalkan ve Yalçın, 2012).

2.3.2. Romantik İlişki Doyumu

Romantik ilişkilerin insanların hayatında ne kadar önemli bir yer kapladığı yapılan bir çok çalışmada da görülmektedir. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, insanların diğerleriyle ilişki içinde olmaları gelişim süreçlerinin vazgeçilmez bir parçasıdır.

Kişilerin romantik olarak diğerleriyle ilişki yaşamalarının genel olarak iyi oluş halini arttırdığı ve yaşamsal süreçlerini güçlendirdiği görülmektedir. Ancak ilişki kurmak kadar, kurulan ilişkiden zevk almak ve doyum sağlamak da bir o kadar önemlidir (Satıcı ve Deniz, 2018). Romantik ilişkiler bireyin kendisini güvende hissetmesi ve mutlu olması için önemli bir etkidir. Sağlıklı bir ilişki için ilişki doyumu oldukça önemlidir. İlişkiyi devam ettirme isteği üzerinde etkili olan ilişki doyumu bireylerin verdikleri tepkileri de etkilemektedir (Tunç, 2015).

Hawkins (1968) ilişki doyumu kavramını “kişilerin ilişki içindeki mutluluk, memnuniyet ve zevk alma duygularının subjektif değerlendirmesi” olarak tanımlamaktadır. Hendrick'e göre, kişilerin içinde bulunduğu ilişkiye yönelik duygu, düşünce ve davranışları, ilişkiye olan bağlılık, kendini ifade etme ve ilişki için yapılan yatırımlarla alakalı bir durumdur.

Rusbult ve Buunk' a (1993) göre ise ilişki doyumu “bireylerin partnerleri ile ilgili olumlu hisleri ve yaşadıkları ilişkinin çekiciliğidir”. Yaşadıkları ilişkiden doyum alan bireyler ilişkilerini değerlendirdiklerinde olumlu sonuç bildirirken, yaşadıkları ilişkiden

doyum almayan bireyler, olumsuz sonuç bildirme eğilimindedirler (Hendrick ve Hendrick, 1989,1995). Duygu ve değerlendirmelerin genel olarak olumlu olması, ilişki doyumunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Taylor, Peplau ve Sears, 2006). Sabatelli (1998) partnerlerin arasındaki etkileşim ve davranışların ilişki doyumunu etkilediğini belirtmiştir.

Yakın ilişki kuran bireyler sürekli ilişkilerini değerlendirme eğilimindedirler ve bunun sonucunda çiftlerin iyilik hali, ilişkinin sürekliliği ve ilişki doyumunu etkilenmektedir (Hinde, 1997). İlişkiden doyum sağlanması bireylerin mutluluğunun sağlanmasının yanısıra ilişkinin sürmesi açısından da büyük önem taşımaktadır (Taylor, Peplau, ve Sears, 2003).

Rusbult, Martz, Agnew (1998) ilişki doyumunun “bir ilişkide yaşanan negatife karşı pozitif duyular “olduğuna işaret etmekte ve bu duyguların eşinin bireyin en önemli ihtiyaçlarını karşılama derecesi tarafından etkilendiğini belirtmektedir. Dainton, Stafford ve Canary’e (1994) göre, ilişki doyumunu “ilişkinin algılanan kalitesi açısından, bir bireyin eşine ve ilişkiye karşı tutumu” olarak tanımlanmaktadır.

Rusbult ve Buunk (1993) ilişki doyumunu kişinin partnerine karşı olumlu hislerinin kişilerarası değerlendirilmesi olarak tanımlamıştır. Karşılıklı bağımlılık kuramına göre insanlar ilişkiden elde ettikleri ödülleri çoğaltmak isterken ilişkinin getirdiği bedelleri de azaltmak isterler. İlişkinin olumlu ya da olumsuz olduğunu değerlendirmek için kişiler zihinsel olarak ilişkideki ödülleri ve bedelleri değerlendirmektedirler. Ödüller bedellerden daha ağır bastığında sonuç olumlu olurken, tam tersine bedeller ödüllere göre ağır bastığında sonuç olumsuz olmaktadır. İnsanların sıklıkla ilişkinin nasıl olması gerektiğine dair bir ön inanışları olduğu için ilişkinin olumlu ya da olumsuz sonucu olacağını bilmek kişilere doyum sağlamak için her zaman yeterli olmamaktadır. Örneğin, bazı insanlar oldukça yüksek ödüllendirici ilişkiler beklerler, bu kişilerin tatmin olması için sonucun da özellikle olumlu olması gerekir. İlişkideki bu beklentileri açıklamak için “karşılaştırma düzeyleri” kavramı karşılıklı bağımlılık kuramına eklenmiştir. Karşılaştırma düzeyleri kişinin ilişkiden almayı beklediği sonuçlarla ilgili beklentilerini içermektedir. Bu beklentiler, kişinin geçmişte yaşamış

olduğu ilişki deneyimlerinden ya da gözlemediği diğer ilişkilere olmaktadır (Guerrero, Anderson ve Afifi, 2011).

İlişki doyumu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar ilişki doyumu ile ilgili önemli göstergeler üzerine odaklanmıştır. İlişkileri sürdürmek için yapılan davranışların çoğu ilişkideki yakınlığı, güveni ve beğenmeyi teşvik eden olumlu sosyal davranışlardır. İlişkilerde beş tane öncelikli olumlu sosyal davranış stratejisi belirlenmiştir. Bunlar; olumluluk, açıklık, güvence, sosyal çevre ve görev paylaşımıdır. Araştırmalar, yüksek düzeyde olumlu sosyal davranış stratejisi içeren ilişkilerin daha istikrarlı ve bağlı olduğunu ve kişilerin de ilişkide daha doyumlu olduklarını göstermektedir (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011). Kişiler ilişki doyumu yaşadıklarında ve ilişkiye bir çok önemli yatırım yaptıklarında bağlılıkları da artmaktadır. Bu yatırımlardan biri kişilerin ilişkiye adadıkları zamandır (Sacher & Fine, 1996). İlişkiye yatırılan zamanın miktarı ilişkideki iki kişinin iletişiminin kalitesini de göstermektedir. İletişim ilişkinin temel yapı taşıdır ve iletişim olmadan ilişkiden söz edilemez (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011). İlişkinin sonucunu değerlendirebilmek için iletişimin kalitesi de önem taşımaktadır. İletişimin zayıf olduğu ve çatışmaların olduğu durumlarda çiftin çatışmayı ele alış biçimi önem taşır. Çatışma iki kişi arasında karşılıklı yaşanan anlaşmazlıktır (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011). Çatışmalar çoğunlukla olumsuz olarak algılanır ancak çatışma aslında bir çok yakın ilişkinin normal bir bileşenidir. Gottman'ın (1979, 1994) araştırması ilişkilerinde doyum yaşamayan çiftlerin daha çok tartışmadan kaçınan bireylerden oluştuğunu, ilişkilerinde doyumlu çiftlerin ise anlaşamadıkları konuları tartışmayı tercih eden bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Çatışma yaşanmaması değil, bireylerin ilişkilerindeki çatışmaları nasıl yönettikleri çatışma deneyiminin kendisinden çok daha önemli bir ilişki doyumu göstergesidir (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011).

İlişki doyumu ayrıca ilişki içinde kendini duygusal olarak ifade edebilme ile de ölçülmektedir. Kendini ifade edebilme, diğerine olan samimi duyguları, tutumları ve deneyimleri ile ilgili bilgileri aktarma sürecidir (Sprecher & Hendrick, 2004). İlişki doyumunda kişisel bilgilerin paylaşılması önem taşımaktadır, ancak aynı zamanda bu duygu paylaşımının sevgi dolu bir şekilde olması da aynı derecede önemlidir. Sevgi, insanların en temel ihtiyaçlarından biridir, kişilerarası ilişkilerle karşılanan bu ihtiyaç

karşılıklı destekleyici ilişkilerle şekillenmektedir (Guerrero, Anderson ve Afifi, 2011). İlişki kurmak ve ilişkileri yakın tutmak için sevgi bir anahtardır ve yokluğu ilişkiyi olumsuz bir noktaya götürebilmektedir.

İlişki doyumu bu tanımlamaların dışında ilişki keskinlik/ güvenlik ile de ölçülebilmektedir. İnsanlar genellikle belirsizlikten hoşlanmazlar ve belirsizliğin yüksek düzeyde olması ilişkilerde doyumusuzluğa yol açabilmektedir (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011). Sonuç olarak ilişkide belli bir keskinliğin olması ilişki doyumunu arttırmada yararlı gözükmemektedir. İlişki keskinlik, kişinin ilişkideki rolüyle nitelendirilebilir, kişinin ilişkideki rolünde rahat olmasının ilişki doyumu üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir. Örneğin, erkeklerin toplumun erkeklerden beklediği normları yerine getirmesinin erkeklerin ilişki doyumundan ziyade daha çok kadınların ilişki doyumu ile ilgili olduğu görülmüştür (Burn, 2005). Tarihsel olarak kadın daha çok ev ve çocuklarla ilgilenen kişi iken erkek para kazanan ve aileyi koruyan kişidir. Her ne kadar zamanla bu roller değişse de kadınların, erkeklerin bu maskülen rolleri yerine getirmelerini tercih ettiği görülmektedir. Buna göre, kadınların ve erkeklerin romantik ilişkilerdeki rollerinin her zaman eşit olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, cinsiyet rolleri değişmeye başladıkça, araştırmalar eşitliğin ilişki doyumuna etki eden bir faktör haline geldiğini göstermektedir. Eşitlik kavramı, kaynak dağıtımının ilişki içindeki her iki birey için adil olup olmadığına odaklanmaktadır. Eşitlik, her bir kişi için katkı ve fayda oranı karşılaştırılarak hesaplanır (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011). İlişkilerinde eşitliği deneyimleyen çiftlerin daha bağlı, kendilerini daha çok açan ve daha güvenli bireyler oldukları görülmektedir (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011).

Beklentiler romantik ilişki doyumunda özellikle önemli bir yer tutmaktadır ve yukarıda tanımlanan her bileşenin içinde formüle edilmektedir. Daha önceki alanyazın çalışmalarında, kişinin ilişkiyle ya da partneriyle ilgili beklentilerinin önyargı ve gerçeklik açısından farklılık gösterdiği bulunmuştur. Önyargılı beklentileri olan kişiler ilişkilerine ve partnerlerine pembe gözlüklerle bakarlar ve yüksek beklentilerinin partnerleri tarafından karşılanacağını beklerler. Diğer bir yandan, hayata gerçekçi bakış açısıyla bakan ve ilişkideki gerçek hayat deneyimlerinin beklentileriyle uyum içinde olduğunu düşünenler gerçek beklentilere sahip olmaktadır. Önyargılar samimi duyguları, dağılmış umutlar ve beklentilere karşı savunmasız bırakırken partnerinin

gerçeğini anlamak kalıcı doyum için önemli bir anahtar olarak görülmektedir (Murray & Griffin, 1996). Diğer araştırmacılar bu fikre karşı çıkarak büyük beklentilerin doyumlu bir ilişki hatta evlilik için kritik bir özellik olduğunu, ilişkisel belirsizlik içinde tampon görevi yaparak “güvenlik duygusu” oluşturduklarını öne sürmüşlerdir (Murray, Homes & Griffin, 1996).

İlişki doyumunda önemli yeri olan bağlılık, problem çözme becerileri gibi etkenleri inceleyen bir çok çalışma yapılmıştır. Ancak, ilişkide doyum sadece bu etkenlerin seviyeleri ile tanımlanmamış aynı zamanda kişilerin ilişki içinde yaşadıkları deneyimlerinde beklentilerinin ne kadar karşılandığı ile de tanımlanmıştır. Beklentileri karşılanan bireyler için ilişkileri doyum sağlamaktadır ya da tam tersi deyişle ilişkileri beklentileri ile uyuşmayan bireyler doyumsuz hissetmektedirler.

Yakınlık (intimacy) ve evlilik doyumunu iyi bir ilişkinin birer göstergesi olarak kabul edilmektedir. Yakınlık diğer kişiye yakın hissetme duygusu olarak tanımlanırken (Reis & Shaver, 1988) aynı zamanda kişinin kendi iç dünyasını açma eğilimi (Schaefer & Olson, 1981) olarak da görülmektedir.

Evliliklerindeki yakınlık düzeyleri yüksek olarak belirlenen kişilerin daha şefkatli, onaylayıcı ve birbirlerine güvenen bireyler oldukları görülmüştür (Aron & Westbay, 1997).

İlişki doyumunda olduğu gibi yüksek yakınlık düzeyi, bireyler ve ilişki için olumlu fayda sağlamaktadır. Yakınlık, ilişkide yıkıcı olabilecek olumsuzluklara karşı bir engel oluşturabilir (Huston & Chorost, 1994). Yapılan araştırmalarda ilişki doyumunu ile yakınlık arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur (Schreurs & Buunk, 1996; Hassebrauck & Fehr, 2002).

İlişkilerindeki yakınlıkla ilgili doyumları daha yüksek olan evli çiftler kendini ilişkiye daha çok adanmış ve ilişkiye daha fazla yatırım yapma eğilimindedirler (Hendrick, 1998). Bir çiftin ilişkilerindeki yakınlıkla ilgili doyumunu bu çiftin ilişkilerinin süreceği ya da sonlanacağına dair tahmin yürütülmesini de sağlayabilmektedir. Tatmin edici yakınlıktaki ilişkiler aynı zamanda bireyler için olumlu faydalarla da ilişkilidir. İlişki içinde doyumlu oldukları raporlanan bireyler fiziksel olarak daha sağlıklı olma

eğilimindedirler (Kiecolt-Glaser & Newton, 2001) ve genel olarak yaşam doyumlarının da daha fazla olduğu görülmektedir (House ve diğerleri, 1988). Yapılan bir çok çalışmada romantik ilişkilerin kalitesi önemli bir mutluluk sebebi olarak görülmüştür (Argyle, 2001; Diener, Gohm, Suh, & Oishi, 2000; Khaleque & Rohner, 2004). Yapılan araştırmalarda romantik ilişkilerden alınan doyumun öznel iyi oluş ile ilişkili olduğu ileri sürülmüştür (Myers, 2003), ayrıca ilişki kalitesinin ve bu ilişkiden alınan doyumun da yaşam boyu mutlulukla ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dush & Amato, 2005; Myers, 2003; Reis, Collins, & Berscheid, 2000). Alanyazında ayrıca romantik ilişkilerin kalitesi ve doyumunu ile ilişkilere katılım ve romantik ilişkilerin varlığı ya da yokluğunun öznel iyi oluş ile ilişkili olduğu ortaya konulmuştur (Dush & Amato, 2005; La Greca & Harrison, 2005; Paul, Poole, & Jakubowyc, 1998). Aynı zamanda araştırmalar sağlıklı ilişkilerin zihinsel ve fiziksel sağlıklı oluşla da yakından ilgili olduğunu göstermektedir (Guerrero, Anderson & Afifi, 2011).

2.3.3. Romantik İlişki Doyumu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Romantik ilişkilerde ilişki doyumunu ile ilgili Türkiye’de ve yurtdışında yapılan çalışmalara bakıldığında şu araştırmalar görülmektedir: Tatmin edici şekilde çözümlenmemiş anlaşmazlıkların varlığı (Cramer, 2002); Bağlanma stilleri (Jones ve Cunningham, 1996; Beştav, 2007; Stackert ve Bursik, 2003, Simpson, 1990; Cann, Norman ve Wellbourne, 2008; Olderbak ve Figueredo, 2009; Towler ve Stuhlmacher, 2013; Curun ve Çapkın, 2014; Soğancı, 2017), İletişim Biçimleri (Miller ve Tedder, 2011; Olderbak ve Figueredo, 2009; Stanley, Markman ve Whitton, 2002); Çatışma Çözme Davranışları (Cramer, 1998, 2002; Guerrero, Anderson ve Afifi, 2011); İlişkiye Dair İnançlar (Bradbury ve Fincham, 1988; Christian, OLeary ve Vivian, 1994); Romantik İlişkide Kendini İfade Edebilme (MacNeil ve Byers, 2005); Üniversite öğrencilerinde romantik ilişkilerle ilgili akılcı olmayan inançlar, bağlanma boyutları ve ilişki doyumunu arasındaki ilişkiler (Sarı, 2008); İlişki doyumunda bağlanma stilleri, problem çözme becerileri ve iletişim becerilerinin etkisi (Eğeci ve Gençöz, 2011); Facebook ve romantik ilişkiler (Hand, Thomas ve Buboltz, 2013); Sosyal Medya ve İlişki Doyumu (Porter, Mitchell, Grace, Shinosky ve Gordon, 2012; Cole, Leonard, McAuslan, 2018; Schade, Sandberg, Bean, Busby, 2013; Spencer, Lambertsen, Hubler, Burr, 2017).

BÖLÜM 3: YÖNTEM

Bu çalışma, bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile romantik ilişkilerde güven ve ilişki doyumu arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu kavramların bazı demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının araştırılması da bu çalışmanın amaçlarındadır.

Araştırmanın bu bölümünde model, örneklem, kullanılan veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizinin istatistiksel çözümlenmelerine yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile romantik ilişkilerde güven ve doyum düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlayan tanımlayıcı bir çalışmadır. Araştırma, ilişki tarama modeli şeklinde hazırlanmıştır. “İlişkisel tarama modeli iki ya da daha fazla değişkenin kendi aralarında değişim içinde olup olmadığını, değişimin derecesini araştırarak tarama modelidir” (Karasar, 1998). “İlişkisel tarama modeli ile amaçlanan, yaşanmış ya da mevcut olan bir durumun olduğu gibi tanımlanmasıdır” (Karasar, 2009).

Ayrıca sosyal medya bağımlılığı, romantik ilişkilerde güven ve doyum düzeyleri arasındaki ilişkinin cinsiyet, yaş, medeni durum, ilişki süresi, eğitim durumu ve gelir düzeyi değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermedikleri de incelenmiştir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni en az altı aydır aynı kişi ile romantik ilişki yaşayan 18 yaş üstü bireylerden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan veri 2020 yılı Şubat ayında ve Mart ayı başında gönüllü olan 197 bireyden çevrimiçi örneklem yöntemiyle toplanmıştır.

3.3. Verileri Toplama Araçları

Araştırmaya gönüllü katılanların demografik özelliklerini belirlemek için hazırlanan form ile birlikte katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için Şahin ve Yağcı tarafından (2017) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu (SMBÖ-YF), ikili ilişkilerde güven düzeyini belirlemek için Larzelere ve Huston (1980) tarafından geliştirilen ve Çetinkaya, Kemer, Bulgan ve Tezer tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları tamamlanan (2008) İkili İlişkiler Güven Ölçeği (İİGÖ) ve ilişki doyumu düzeylerini belirlemek için Hendrick (1988) tarafından geliştirilen ve Curun (2001) tarafından Türkçe'ye uyarlanan İlişki Doyum Ölçeği (İDÖ) kullanılmıştır.

3.3.1. Sosyodemografik Bilgi Formu

Araştırmada kullanılan bu formda bireylere; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir düzeyi, hangi sosyal medya platformlarını kullandıkları, sosyal medyada geçirdikleri zaman aralığı gibi sorular yöneltilmiştir.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu

SMBÖ- YF, 18-65 yaş arası yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. SMBÖ-YF beşli Likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden oluşan bir yapıya sahiptir. Sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddelerden, sanal iletişim alt boyutu 12-20'inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmıştır. Ölçeğin faktör yükleri .61 ile .87 arasında sıralanmaktadır. Ölçeğin uyum indeksi değerleri $\chi^2/sd=3.05$, $RMSA=.059$, $SRMR=.060$, $NFI=.59$, $CFI=.96$, $GFI=.90$; $AGFI=.88$) olarak bulunmuştur. SMBÖ-YF'nun faktör yükleri .61 ile .87 arasında değer almaktadır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı .94, alt boyutlardan sanal tolerans için .92 ve sanal iletişim için .91 bulunmuştur. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik katsayıları geneli için .93; alt boyutlardan sanal tolerans için .91 ve sanal iletişim için .90 olarak belirlenmiştir. Yapılan analizler SMBÖ-YF'nun, yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır. Ölçekten

alınan yüksek puan bireyin kendisini “sosyal medya bağımlısı” olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir. Alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20 olarak belirlenmiştir. (Şahin, C. ve Yağcı, M.,2017).

3.3.3. İkili İlişkiler Güven Ölçeği

İkili İlişkiler Güven Ölçeği (İİGÖ), Larzelere ve Huston (1980) tarafından romantik ilişkisi veya evlilik ilişkisi olan bireylerin bu ilişkilerde yaşadıkları güveni ölçmek amacıyla geliştirilmiştir.

Ölçeğin yazarlarından Ted Huston’dan izin alınarak Türkçe’ye çevrilmesi ve uyarlaması yapılmıştır. Ölçeğin çevirisi hem İngilizce hem de psikoloji ve psikolojik danışma alanında uzman üç araştırmacı tarafından yapılmıştır. Çeviriler orijinal maddelerle birlikte Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi’ndeki bir öğretim üyesine verilmiş ve maddelerin en uygun ifadeleri belirlenmiştir. Çevirinin yeterliliği ve madde yanlılığından kaçınmak için ölçeğin tekrar İngilizce’ye çevirisi yapılmamıştır (Van de Vijver ve Hambleton, 1996).

Yrd. Doç. Dr. Evrim Çetinkaya, Yrd. Doç. Dr. Gülşah Kemer, Yrd. Doç. Dr. Gökçe Bulgan ve Prof. Dr. Esin Tezer tarafından İkili İlişkiler Güven Ölçeği’nin Türkçe’ye çevirisi ve ölçeğin (İİGÖ) geçerlik ve güvenilirliğine ilişkin kanıtların incelenmesi amacıyla çalışma yürütülmüştür. İİGÖ’nün iç tutarlık katsayısı .89; iki yarı güvenilirliği .86 bulunmuştur. Çalışmanın sonuçları, ölçeğin ülkemizde kullanılabilir, geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermiştir.

İkili İlişkiler Güven Ölçeği’nin Cronbach alfa katsayısı ile hesaplanan iç tutarlık katsayısı .89’dur. Ölçeğin madde-artık puan korelasyonu ise .38 (1. madde) ile .83 (4. madde) arasında değişmektedir. Ölçeğin iki yarı test güvenilirliğini saptamak amacıyla ölçek tek ve çift numaralı maddeler olmak üzere ikiye ayrılmıştır. İki ayrı set arasındaki korelasyon katsayısı pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($r = .86, p < .001$). Sonuçlar, ölçeğin ölçtüğü davranış alanına ilişkin bir tutarlılığa sahip olduğuna işaret etmektedir.

Ölçeğin Türkçe uyarlamasında **1. ve 2. maddeler ters kodlanarak** diğer maddeler ise katılımcıların işaretledikleri şekliyle hesaplanır. Maddelerin toplam puanından elde edilen yüksek puan ilişkide güven seviyesinin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

3.3.4. İlişki Doyum Ölçeği

İlişki Doyumu Ölçeği, Hendrick (1988) tarafından katılımcıların ilişki doyumlarına ait veri elde etmek için geliştirilmiştir. Yedi maddeden oluşan ölçek, yedi basamaklı likert tipte oluşturulmuştur. Ölçekten yüksek puan alınması yüksek ilişki doyumunu, düşük puan alınması ise düşük ilişki doyumunu göstermektedir. Ölçekteki 4. ve 7. Maddeler ters maddelerdir. Ölçekte maddeler 1 (hiç karşılamıyor), 7 (çok iyi karşılıyor) aralığında puanlanmıştır. İDÖ özgün formuna bağlı kalınarak, Curun (2001) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve her iki formunda da ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .86 olarak bulunmuştur.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırma verileri çevrimiçi örneklem yöntemiyle 2020 yılı Şubat ayında ve Mart ayı başında toplanmıştır. Araştırmaya katılan bireyler; Sosyodemografik Bilgi Formu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Formu, İkili İlişkiler Güven Ölçeği ve İlişki Doyum Ölçeğini doldurmuşlardır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmadan toplanan verilerin değerlendirilmesinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların sosyodemografik bilgilerini analiz edilmiş, araştırma değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Araştırma değişkenlerinin birbiri ile ilişkilerine yönelik analizler Pearson Korelasyon Analizi ile yapılmıştır. Demografik değişkenlerin ve sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin ve sosyal medya bağımlılığının romantik ilişkideki güven ve

doymu nasıl yordadığını değerlendirmek için hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır. Anlamlılık $p<0.05$ ve $p<0.01$ düzeylerinde değerlendirilmiştir.



BÖLÜM 4: BULGULAR

4.1 Betimleyici İstatistikler

4.1.1. Sosyodemografik Bilgilere İlişkin Analiz Sonuçları

Tablo 2.

	Frekans	Yüzde
Yaş		
18-30 yaş	24	12,2
31-50 yaş	137	69,5
51 yaş ve üstü	36	18,3
Cinsiyet		
Kadın	167	84,8
Erkek	30	15,2
Medeni Durum		
Evli	157	79,7
Bekar	40	20,3
Eğitim		
Lise	14	7,1
Yüksekokul	11	5,6
Üniversite	103	52,3
Lisansüstü	69	35,0
Gelir Düzeyi		
Düşük	14	7,1
Orta	35	17,8
Yüksek	148	75,1
İlişki Süresi		
6 ay-1 yıl	14	7,1
1-5 yıl	23	11,7
6-10 yıl	16	8,1
11-15 yıl	46	23,4
16-20 yıl	39	19,8
21 yıl ve üstü	59	29,9
Çocuk Sahibi		
Evet	144	73,1
Hayır	53	26,9

Facebook Kullanımı

Evet	115	58,7
Hayır	81	41,3

Instagram Kullanımı

Evet	181	91,9
Hayır	16	8,1

Twitter Kullanımı

Evet	106	53,8
Hayır	91	46,2

Snapchat Kullanımı

Evet	10	5,1
Hayır	187	94,9

WhatsApp Kullanımı

Evet	190	99
Hayır	2	1

Linkedin Kullanımı

Evet	98	49,7
Hayır	99	50,3

Youtube Kullanımı

Evet	134	68
Hayır	63	32

Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

Her gün	190	96,4
Haftada birkaç kez	7	3,6

Sosyal Medya Kullanım Süresi

1 saatten az	40	20,3
1-3 saat	124	62,9
3-6 saat	31	15,7
6-12 saat	2	1,0

Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşma

Evet	168	85,3
Hayır	29	14,7

Sosyal Medyada Söz Gruplarını Paylaşma		
Evet	59	29,9
Hayır	138	70,1
Sosyal Medyada Video Paylaşma		
Evet	34	17,3
Hayır	162	82,7
Haber Takip Etmek İçin Sosyal Medya		
Evet	170	86,3
Hayır	27	13,7
Popüler Kişileri Takip Etmek İçin Sosyal Medya		
Evet	49	24,9
Hayır	148	75,1
Arkadaşlarla İlişki Kurmak İçin Sosyal Medya		
Evet	155	79,1
Hayır	41	20,9
Aile ile İletişim Kurmak İçin Sosyal Medya		
Evet	78	39,6
Hayır	119	60,4
Yeni İnsanlarla Tanışmak İçin Sosyal Medya		
Evet	3	1,5
Hayır	194	98,5
Fotoğraflara bakmak/yüklemek İçin Sosyal Medya		
Evet	103	52,3
Hayır	94	47,7
İş İçin Sosyal Medya		
Evet	80	40,6
Hayır	117	59,4

Tablo 2’de görülen sosyodemografik bilgilere ilişkin analiz sonuçlarına göre katılımcıların %12,2’sinin 18-30 yaş aralığında, %69,5’inin 31-50 yaş aralığında, %18,3’ünün 51 yaş ve üzerinde olduğu ve katılımcıların, %84,8’inin kadın, %15,2’sinin ise erkek olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %79,7’si evli, %20,3’ü bekarıdır. Ayrıca katılımcılar eğitim düzeylerine göre incelendiğinde %7,1’inin lise mezunu, %5,6’ının üniversite mezunu, %52,3’ünün üniversite mezunu, %35’inin lisansüstü eğitim mezunu olduğu saptanmıştır. Katılımcıların gelir düzeylerine bakıldığında %7,1’inin düşük gelir seviyesinde, %17,8’inin orta gelir seviyesinde, %75,1’inin yüksek gelir seviyesinde

olduğu görülmüştür. Katılımcıların %7,1'i 6 ay – 1 yıl, %11,7'si 1-5 yıl, %8,1'i 6-10 yıl, %23,4'ü 11-15 yıl, %19,8'i 16-20 yıl, %29,9' u 21 yıl ve üzerinde bir süredir aynı kişi ile romantik ilişki içerisinde. Çocuk sahibi olan katılımcılar araştırmanın %73,1'ini, çocuk sahibi olmayanlar % 26,9' unu oluşturmaktadır. Katılımcıların %58,4'ü Facebook kullandığını % 41,3'ü kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %91,9'u Instagram kullandığını % 8,1' i kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %53,8'i Twitter kullandığını % 46,2' si kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %5,1'i Snapchat kullandığını % 94,9' u kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %99' u WhatsApp kullandığını %1' i kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %49,7'si LinkedIn kullandığını % 50,3' ü kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %68'i Youtube sosyal medya uygulamasını kullandığını % 32' si kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcılar anketi cevaplarırken, birden fazla sosyal medya uygulamasını seçebilmişlerdir. Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıklarına bakıldığında %96,4'ünün her gün, %3,6'sının haftada birkaç kez sosyal medya kullandıkları görülmüştür. Sosyal medyada geçirilen süreye bakıldığında ise, katılımcıların % 20,3'ünün günde bir saatten az, %62,9'unun günde 1-3 saat arası, % 15,7'sinin günde 3-6 saat, %1'inin günde 6-12 saat süre geçirdikleri saptanmıştır. Katılımcıların sosyal medyada hangi tarzda paylaşımlarda buldukları araştırıldığında %85,3'ünün fotoğraf paylaştığı %14,7'sinin fotoğraf paylaşmayı tercih etmediği, katılımcıların %29,9'unun söz grupları paylaştığı %70,1' inin söz grupları paylaşmayı tercih etmediği, katılımcıların %17,3'ünün video paylaşımında bulunduğu % 82,7' sinin video paylaşımında bulunmayı tercih etmediği görülmüştür. Katılımcıların %86,3'ünün sosyal medyayı haberleri takip etmek amacıyla kullandığı, % 13,7'sinin haber takibi için kullanmadığı, katılımcıların %24,9'unun popüler kişileri takip etmek amacıyla kullandığı % 75,1'nin popüler kişileri takip etmek amacıyla kullanmadığı, katılımcıların %79,1'inin arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla kullandığı % 20,9' unun arkadaşlarıyla iletişim için kullanmadığı, katılımcıların %39,6' sının aileleriyle iletişim kurmak amacıyla kullandığı % 60,4' ünün aileleriyle iletişim kurmak için kullanmadığı, katılımcıların %1,5' inin yeni insanlarla tanışmak amacıyla kullandığı % 98,5'unun yeni insanlarla tanışmak için kullanmadığı, katılımcıların % 52,3'ünün fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek amacıyla kullandığını % 47,7' sinin fotoğraflara bakmak için kullanmadığı, katılımcıların % 40,6' sının sosyal medyayı iş amacıyla kullandığı % 59,4' ünün sosyal medyayı iş amacıyla kullanmadığı saptanmıştır.

4.1.2. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı Analiz Sonuçları

Tablo 3.

	Min	Max	Ort.	Std. Sapma
Sosyal Medya Bağımlılığı	20	72	46,00	6,62
İkili İlişkilerde Güven	15	44	27,50	3,14
İkili İlişkilerde Doyum	7	43	35,36	6,40

Tablo 3' te görülen analiz sonuçlarına göre katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden aldıkları ortalama puan $46\pm 6,62$ olarak bulunurken, İkili İlişkilerde Güven Ölçeğinden ortalama $27,50\pm 3,14$, İkili İlişkilerde Doyum Ölçeğinden ise ortalama $35,36\pm 6,40$ puan almışlardır.

4.1.3. Araştırma Değişkenlerinin Birbiri ile İlişkilerine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo 4.

	Yaş	Eğitim	Gelir Düzeyi	İlişki Süresi	Sosyal Medya Bağımlılığı	İlişkide Güven	İlişkide Doyum
1. Yaş	1						
2. Eğitim	-,08	1					
3. Gelir Düzeyi	,23**	,33**	1				
4. İlişki Süresi	,47**	-,02	,26**	1			
5. Sosyal Medya Bağımlılığı	-,02	-,02	-,00	-,03	1		
6. İlişkide Güven	-,01	,04	,05	,04	-,27**	1	
7. İlişkide Doyum	-,16	,06	,06	,00	-,12	,20**	1

** $p < ,01$

Araştırma değişkenleri arasındaki korelasyonlar Pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Tablo 4’ de gösterildiği şekilde elde edilen bulgular incelendiğinde yaş ve eğitim durumu ile gelir düzeyi arasında anlamlı ve pozitif korelasyon bulunmuştur ($r = ,23$ ve $r = ,33$; $p < ,01.$). Ayrıca yaş ve gelir düzeyi ile ilişki süresi arasında da anlamlı ve pozitif bir korelasyon olduğu görülmektedir ($r = ,47$ ve $r = ,26$; $p < ,01.$). Sosyal medya bağımlılığı ile romantik ilişkide güven ($r = -,27$; $p < ,01.$) arasında anlamlı ve negatif korelasyon bulunmuştur. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça, romantik ilişkideki güvenin azaldığı görülmektedir. Bunun yanısıra romantik ilişkide güven ile doyum ($r = ,20$; $p < ,01.$) arasında anlamlı ve pozitif korelasyon bulunmuştur. İlişkide güven arttıkça doyumun da arttığı söylenebilir.

4.2. Regresyon Analizleri

4.2.1. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin, İkili İlişkideki Güvenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkideki Doyumu Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 5.

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize edilmiş Katsayılar			F	R ²
	B	Std hata	β	t	p		
1. Basamak						2,12	,06
Cinsiyet	1,58	1,29	,09	1,22	,22		
Yaş	-2,71	,97	-,23	-2,80	,01**		
Medeni Durum	-2,86	1,58	-,18	-1,81	,07		
Eğitim	,15	,60	,02	,25	,80		
Gelir Düzeyi	,80	,84	,08	,95	,34		
İlişki Süresi	-,15	,43	-,04	-,35	,73		
2. Basamak						2,20	,11
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	,79	2,55	,02	,31	,76		
Sosyal Medyada Geçirilen Süre	,19	,76	,02	,25	,81		
Romantik İlişkide Güven	,32	,15	,16	2,18	,03*		
SMB	-,10	,07	-,10	-1,35	,18		
Bağımlı Değişken: Doyum							

** $p < ,01$; * $p < ,05$

Tablo 5’ te demografik değişkenlerin ve sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin, romantik ilişkideki güvenin ve sosyal medya bağımlılığının doyumunu nasıl yordadığını incelemek üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre yaşın doyumunu anlamlı ve negatif yönde yordadığı ve yaş arttıkça doyumun azaldığı tespit edilmiştir ($\beta = -.23$, $p < .01$). Yaşın, romantik ilişkilerde doyuma ait varyansın %6’ sını açıklayabildiği görülmektedir. Diğer bir deyişle romantik ilişkide doyumun %6’ sı yaşa bağlıdır ($R^2 = .06$; $F = 2.12$, $p < .01$).

Bunun yanısıra romantik ilişkideki güvenin doyumunu anlamlı ve pozitif yönde yordadığı ve güven arttıkça doyumun da arttığı görülmektedir ($\beta = .16$, $p < .05$). Romantik ilişkideki güvenin, doyuma ait varyansın % 11’ni açıklayabildiği görülmektedir. Diğer bir deyişle romantik ilişkilerde doyumun %11’ i güvene bağlıdır ($R^2 = .11$; $F = 2.20$, $p < .05$).

Bağımsız değişkenlerin her biri ayrı ayrı değerlendirilecek olursa; cinsiyetin, medeni durumun, eğitimin, gelir düzeyinin, ilişki süresinin, sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin, sosyal medya bağımlılığının ilişkide doyumunu yordamadığı görülmüştür ($\beta_1 = .09$, $\beta_2 = -.18$, $\beta_3 = .02$, $\beta_4 = .08$, $\beta_5 = -.04$, $\beta_6 = .02$, $\beta_7 = .02$, $\beta_8 = -.10$; $p > .05$).

4.2.2. Demografik Değişkenlerin, Sosyal Medya Kullanım Sıklığının, Sosyal Medyada Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkideki Güveni Nasıl Yordadığını İnceleyen Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 6.

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar			F	R ²
	B	Std hata	β	t	p		
1. Basamak						,23	,01
Cinsiyet	,32	,65	,04	,49	,62		
Yaş	-,26	,49	-,05	-,52	,60		
Medeni Durum	-,37	,80	-,05	-,46	,65		
Eğitim	,07	,30	,02	,23	,82		
Gelir Düzeyi	,21	,42	,04	,49	,62		
İlişki Süresi	,03	,22	,02	,15	,88		
2. Basamak						1,89	,08
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	,43	1,26	,03	,34	,73		
Sosyal Medyada Geçirilen Süre	,18	,38	,04	,47	,64		
Sosyal Medya Bağımlılığı	-,13	,03	-,28	-3,93	,00**		
Bağımlı Değişken: Güven							

** $p < ,01$

Tablo 6’ da demografik değişkenlerin ve sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin ve sosyal medya bağımlılığının romantik ilişkideki güveni nasıl yordadığını incelemek üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre demografik değişkenlerin, güveni yordama üzerinde anlamlı bir güce sahip olmadığı; fakat sosyal medya bağımlılığının güveni anlamlı ve negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlılığı arttıkça romantik ilişkilerdeki güven duygusu anlamlı düzeyde azalmaktadır. ($\beta = - ,28$, $p < ,01$).

Sosyal medya bağımlılığının, romantik ilişkilerde güvene ait varyansın %8' ini açıklayabildiği görülmektedir. Diğer bir deyişle romantik ilişkilerde güvenin %8' i sosyal medya bağımlılığına bağlıdır ($R^2 = ,08$; $F= 1,89$, $p < ,01$).

Bağımsız değişkenlerin her biri ayrı ayrı değerlendirilecek olursa; cinsiyetin, yaşın, medeni durumun, eğitimin, gelir düzeyinin, ilişki süresinin, sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin, romantik ilişkide güveni yordamadığı görülmüştür ($\beta_1 = ,04$, $\beta_2 = -,05$, $\beta_3 = -,05$, $\beta_4 = ,02$, $\beta_5 = ,04$, $\beta_6 = ,02$, $\beta_7 = ,03$, $\beta_8 = ,04$; $p > ,05$).



SONUÇ ve ÖNERİLER

Sosyal canlılar olarak biz insanlar iletişim kurmaya, duygu ve düşüncelerimizi paylaşmaya, birlikte çalışmaya ihtiyaç duyarız. Günümüzde internet ve sosyal medyanın insan yaşamında büyük yer kaplaması iletişim kurma şekillerini de etkilemektedir. Artık bireylerin kendini ifade etmek için yüzyüze iletişimden ziyade sosyal medyayı daha çok tercih eder duruma geldiği yapılan araştırmalarda da görülmektedir. Ancak tabii ki internet ve sosyal medyanın nasıl kullanıldığı ve insan hayatındaki rolü kişiden kişiye farklılık göstermektedir.

Araştırmalar göstermektedir ki günümüzde sosyal medya sadece bireylerin yaşamını değil toplumları da etkileyen ve dikkat çeken bağımlılık türlerinden biri haline gelmektedir. Sosyal medya platformlarından özellikle Facebook' a olan bağımlılığın ilişkiler üzerinde ve özellikle romantik ilişkilerde bir takım olumsuz etkiler yarattığı çeşitli araştırmalarla kanıtlanmıştır. Sosyal medya ve internet kullanımının ilişkiler üzerindeki etkisinin incelenmesi aynı zamanda yeni bir çalışma alanı olarak da görülmektedir. Alanyazında sosyal medya bağımlılığına yönelik araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir ve daha çok sosyal medya kullanım alışkanlıkları, tercihleri, amaçları ve sosyal medyanın benimsenmesine yönelik araştırmalara rastlanmaktadır. Bu konudaki çalışmaların ağırlıklı olarak üniversite öğrencileri ve genç yetişkinler üzerinde yoğunlaştığı, daha ileri yaş grupları ile yapılan çalışmaların daha az olduğu görülmektedir. Tabii ki büyüme çağındaki ergenlerin ve genç yetişkinlerin erken yaşlarda ve daha yoğun teknolojiye maruz kaldığı bir gerçektir ancak artık günümüzde hemen hemen her yaş grubunun farklı şekillerde teknolojiyi kullandığı veya kullanmak zorunda kaldığı da kaçınılmaz bir gerçektir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığının farklı yaş gruplarına etkisini inceleyen çalışmaların artması da alana katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmada katılımcıların %87,8' inin 31 yaş ve üzerinde olduğu ve % 81,2' sinin de 6 yıl ve üzerinde ilişki yaşadığı görülmektedir. Romantik ilişkilerde güven ve doyum gibi faktörlerin oluşması ve değerlendirilmesi için bu bulguların alanyazınla da uyumlu olduğu gözükmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı ve İlişkide Güven

Gerçekleştirilen çalışmada önerilen hipotezi destekleyen şekilde sosyal medya bağımlılığının romantik ilişkilerdeki güveni anlamlı ve negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlılığı arttıkça romantik ilişkilerdeki güven duygusunun anlamlı düzeyde azalması beklenmektedir.

Günümüzde ilişkilerin çevrimiçi ortamlara doğru genişlemesiyle birlikte ilişkideki sınırlar, güven duygusu, bağlılık, sadakat gibi kavramların da bu teknolojik şartlarda ve ortamda değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Geleneksel olarak ilişkiler güven, bağlılık, dürüstlük, tutku ve doyum gibi sevginin bileşenleri ile başa çıkmak durumundayken günümüzde ilişkilerin bundan çok daha fazlası ile başa çıkmaları gerektiği görülmektedir (Marshall, 2012).

Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ve güven ilişkisine bakıldığında ağırlıklı olarak dünyada halen en fazla kullanıcı sayısına sahip olan Facebook kullanımının ilişkilere etkisinin ve özellikle ilişkilerde kıskançlık ile ilişkisinin incelendiği araştırmalara rastlanmıştır. Güven ile kıskançlık arasında ters ilişki bulunduğu ve düşük güven seviyesinde olan bireylerin daha yüksek seviyede kıskançlık deneyimlediği (Couch & Jones (1997); Dainton & Aylor (2001)) göz önüne alındığında bu araştırma sonuçlarını da bu bölümde dikkate almanın yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal ağ siteleri kullanımı ile ilişkide güvensizlik ve kıskançlık arasındaki ilişkilerin incelendiği araştırmalardan Muise, Christofides & Desmarais (2009), tarafından gerçekleştirilen çalışmada partnerin Facebook sayfasında geçirilen sürenin kıskançlık ve güvensizlik gibi olumsuz ilişki belirleyicilerle ilişkili olduğunu ileri sürmüşlerdir. Elphinston and Noller (2011) çevrimiçi gözetimin ilişki doyumu ile negatif ilişki içerisinde olduğunu saptamışlardır. Bu çalışmalarda ilişki içerisindeki güven, kıskançlık ve doyumсузлук, sosyal ağ siteleri üzerindeki gözetimin istemsiz sonucu olarak görülmektedir. Bu ilişkisel özelliklerin çevrimiçi gözetimi motive etmesi ise çok göz önüne alınmamıştır.

Elphinston ve Noller (2011) Avustralya’ da üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada Facebook üzerinde daha çok zaman geçiren bireylerin kıskançlık ve doyumsuzluk gibi ilişki problemleri yaşadıkları sonucuna varmışlardır. Kişilerin sosyal medyayı partnerleri üzerinde bir kontrol aracı olarak kullandıklarını ileri sürmüş ve fazla Facebook kullanımının romantik ilişkilerde kıskançlık ve doyumsuzluk olarak sonuçlanabileceğini belirtmişlerdir. Kıskançlıkla ilgili bireysel faktörlerin incelendiği çalışmalarda güvenin en önemli faktör olduğu görülmüştür. Ayrıca partnerin bu tip aktiviteleri takip etmesinin artmasıyla ilişkide güvenin azalması arasında da ilişki bulunmuştur (Darvell, Walsh, & White, 2011). Gözetlemenin partneri izlemek için bir araç olarak kullanılmasının özellikle de bu davranışın günlük rutinler içerisinde yer almasının ilişki üzerinde olumsuz etkileri olabileceği düşünülmektedir (Elphinston & Noller, 2011; Tokunaga, 2011).

Kullanıcıların diğer kullanıcılarla açıkça ya da özel olarak ilişki kurmasına olanak sağlayan (Clayton, Nagurney, & Smith, 2013) sosyal ağ sitelerine olan bağımlılık ile romantik ilişkinin niteliğindeki azalma, fiziksel ve duygusal aldatma, ilişkide doyumsuzluk ve boşanma riskinde artış arasında ilişki olduğu görülmüştür (Abbasi & Alghamdi, 2017; Abbasi, 2018; Kerkhof, Finkenauer, & Muusses, 2011; Utz & Beukeboom, 2011; Valenzuela, Halpern, & Katz, 2014). Yapılan araştırmalar maladaptif Facebook kullanımının kıskançlık, şüphe ve güven kaybı gibi duygularla ilişkili olduğunu göstermektedir (Muisse, Christofides, & Desmarais, 2009).

Abbasi (2018) tarafından Amerika’da 18 yaş üstü 365 katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmada sosyal ağ sitelerine bağımlılıkla sosyal ağ siteleri üzerinde aldatma arasında pozitif bir ilişki ve yaşı da bu ilişkide aracı değişken olduğu sonucu bulunmuştur. Sosyal ağ sitelerine bağımlılık aldatma davranışlarının yordayıcısı iken yaş da negatif aracı değişkendir. Yaş ilerledikçe sosyal ağ sitelerine bağlılık ve aldatma azalmaktadır. Aldatma sıklıkla aşkın azalması, güvenin kırılması, kayıtsızlaşma ve farklı yönlerde doğru ilerleme gibi evliliğin duygusal yapısında oluşan bozulma anlamına gelir (Glass and Wright 1997). Hertlein, Wetchler ve Piercy (2005), güvenin en çok partnerin sadakatsizliğinden etkilendiğini belirtmişlerdir ve aldatmayı kendi partneri dışında biriyle siber, cinsel veya duygusal ilişki içinde olarak tanımlamışlardır. Aldatma ile güven

arasında ters ilişki olduğunu gösteren bu tanımlamalar Abbasi (2018) tarafından yapılan çalışmanın güven bağlamında da yorumlanabileceğini göstermektedir.

Marshall ve ark. (2013) düşük seviyede güven ile artan Facebook kıskançlığı arasında ilişki bulmuşlardır. Bağlanma teorisi açısından bakıldığında Marshall ve ark. (2013) partnere karşı duyulan güvensizliğin tehdit algısı oluşmasına neden olduğunu ve bireyi çevrimiçi gözetleme davranışına ittiğini açıklamışlardır. Tokunaga (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonuçları düşük doyum seviyesi gibi düşük ilişki kalitesinin belirleyicilerinin çevrimiçi gözetim davranışıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Sosyal ağ siteleri üzerinden kişilerarası gözetim davranışı ayrıca romantik partnerin profil sayfasında uzun saatler geçirmekle de ilişkili bulunmuştur (Tokunaga, 2015).

Utz ve Beukeboom (2011) Hollanda’ da üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri araştırmada sosyal ağ sitelerinin romantik ilişkilerdeki rolüne odaklanmışlardır. Yaptıkları araştırma sonucunda düşük benlik saygısı olan bireylerin yüksek benlik saygısı olanlara göre sosyal ağlarda kıskançlığı daha fazla deneyimledikleri görülmüştür. Ayrıca düşük benlik saygısına sahip bireylerin sosyal ağ sitelerindeki ilişki mutluluğu, ilişki doyumunu ve oturum açma sıklıkları ile ilişki bulunmuştur. Bunun yanısıra, sosyal ağ siteleri aracılığıyla partnerini izlemenin sosyal olarak kabul edilebilir bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir.

Norton ve Baptis tarafından Amerika’ da 2014 yılında ortalama 27 yıllık evli 205 çiftle gerçekleştirilen çalışmada internet kullanımı için sınırlamalarla ilgili faktörler incelenmiştir. Partnere duyulan güvenin sosyal ağlardaki bilginin paylaşılması, çevrimiçi flörtleşmenin ve eski partnerlerle ilişkinin olmaması ile bağlantılı olduğu görülmüştür. Ayrıca bu çalışmada, uzun süreli ilişki içinde olan çiftlerin sosyal ağlarda kurdukları iletişim için sınırlar ve kurallar belirlediğini göstermektedir. Güvenin, artan mahremiyetle ilgili olduğu görüşünün aksine sosyal ağlardaki iletişimde güvenin daha çok açıklıkla ilgili olduğu öne sürülmüştür. Bireyler birbirlerine karşı daha az açık olduklarında ilişkide sınırlar oluşmaya başlayacak ve bu da sadakatsizliğin sebeplerinden biri olacaktır (Duba ve

diğerleri, 2008; Woolley & Gold, 2010). Sırların olmadığı bir ortamda sadakatsizlik de oluşmadığı gibi açıklık da ilişkileri koruyan bir faktör olarak görev almaktadır.

Kerkhof, Finkenauer & Muusses (2011), Hollanda’ da 190 yeni evli çiftle gerçekleştirdikleri çalışmada sorunlu internet kullanımı ile nitelikli ilişki özellikleri arasında negatif ilişki bulunduğunu ileri sürmüşlerdir. Önemli bir bulgu olarak, sorunlu internet kullanımının partner odaklı duygu ve davranışların azalmasına etki ettiğini bulmuşlardır. İlişki doyumuna bakıldığında sorunlu internet kullanımı olanlar düşük bağlılık ve sıklıkla da çatışma durumu belirtmişlerdir. Partnere özgü duygulara bakıldığında daha yüksek seviyede sorunlu internet kullanımı olanlar yakınlık ve tutku gibi duygularda azalma, dışlama duygusunda artış belirtirken partnere özgü davranışlara bakıldığında ise daha çok gizleme davranışı ve daha az açıklık raporlamışlardır. Sorunlu internet kullanımının yakın ilişkilerdeki niteliğin azalmasına neden olması ile ilgili bazı teoriler bulunmaktadır. Yakın ilişkilerle ilgili araştırmalar göstermektedir ki değer vermek ve önemsemek uyumlu ve uzun süreli ilişkilerin temel gerekliliklerindedir (Reis & Shaver, 1988). Yakın ilişki içerisindeki bireyler partnerlerinin onları önemsedikleri ve zaman içerisinde farklı şartlarda ihtiyaçlarını karşılayacakları konusunda rahat olma ihtiyacındadırlar (Holmes & Rempel, 1989; Murray, 1999). Bu ihtiyaç da ilişki içerisinde güvenin oluşmasını sağlayan güvenilirlik, tahmin edilebilirlik, dürüstlük, adanmışlık kavramları ile bağlantılıdır. Partnerlerden birinde sorunlu internet kullanımı başladığında, kişi o anda ilgilendiği konudan vazgeçemediği ya da vazgeçmek istemediği için partnerinin ihtiyaçlarına daha az cevap verecek noktaya gelebilmektedir. Bu durumda partnerler ilişki doyumunda, bağlılık ve iletişimde düşüş deneyimleyebilmektedirler.

Clayton, Nagurney & Smith (2013) 18 yaş üzerinde olan 205 Facebook kullanıcısı ile sosyal ağ sitelerinin ilişkilere yansımalarını inceledikleri bir araştırma yapmışlardır. Çalışma sonucu yüksek seviyede Facebook kullanımı ile ilişkilerin olumsuz sonuçlanması arasında bir ilişki olduğunu ve Facebook ile ilgili çatışmaların da aracı değişken görevi gördüğünü göstermektedir. Yüksek seviyede Facebook kullanımının ayrılık, boşanma ya da aldatma gibi olumsuz ilişki sonuçları ile ilişki içerisinde olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Muise ve ark. (2009) Facebook kıskançlığının öngörücülerini belirledikleri çalışmada karakter özellikleri ile (benlik saygısı, kişilik özelliği olarak kıskançlık, kıskançlık eğilimi) ilişki değişkenlerini (güven, bağlılık, ilişkideki belirsizlikler) kontrol etmişlerdir. Bu çalışmada sadece güven Facebook kıskançlığına etki eden faktör olarak bulunmuştur. İlişkide güvenin artmasının Facebook kıskançlığını azalttığını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca bireyin Facebook'ta çok zaman geçirerek partner hakkında fazla bilgiye maruz kalmasının tekrar tekrar kıskançlığı arttırarak Facebook'ta geçirilen süreyi de arttırdığını öne sürmüşlerdir.

Vinkers, Finkenauer ve Hawk (2011) tarafından, bireylerin izinsiz olarak partnerinin e-postalarını okuma, partnerin eşyaları aracılığıyla araştırma yapma gibi "gözetleme" davranışına iten sebeplerin araştırıldığı çalışmada güvenin önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır ve bu sonuçlar kıskançlığın yaşanmasında ve gösterilmesinde güvensizliğin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Yapılan araştırmalar çevrimiçi ortamda güvenin bir çok faktörden etkilendiğini göstermektedir. İnternet uygulamalarının her geçen gün artması ve farklılaşmasıyla ilişkilerdeki güven, bağlılık, sadakat, dürüstlük, açıklık ve sınırlar gibi kavramların tekrar ele alındığı çalışmaların gerekliliği düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında araştırma sorusuna başka bir açıdan da bakılabilir. Acaba bireylerin ilişki içerisinde yaşadıkları güvensizlik sosyal medyada geçirdikleri süreyi dolayısıyla da bağımlılıklarını artırıyor olabilir mi? Partnerinin samimiyetine ve açıklığına güvenmeyen kişi partnerini takip ve kontrol etmek amacıyla yani gözetleme davranışı nedeniyle çevrimiçi daha çok vakit geçirerek zamanla bir internet ya da sosyal medya bağımlısına dönüşüyor olabilir mi? İletişim teorilerinin, bireylerin kötü giden bir ilişkiden kaçış için (Vorderer, Klimmt, & Ritterfeld, 2004) ya da duygu durumlarını düzenlemek için (ruh hali yönetimi; Zillmann, 1988) sosyal medya kullandıklarını açıkladıkları görüşe dayanarak bireylerin ilişki içerisinde yaşadıkları memnuniyetsizliğin onları daha fazla sosyal medyada zaman geçirmeye ittiği de söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılığı ve İlişki Doyumu

Gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya bağımlılığı düzeyi arttıkça romantik ilişkideki doyum azalır hipotezini destekleyen bir sonuca ulaşılammıştır. Sosyal medya bağımlılık ölçeği sonuçlarına bakıldığında ortalama puanın 42 olduğu görülmektedir. Grubun ortalamasının yüksek bir bağımlılık düzeyinde olduğu söylenemez, ancak bu sonuçlarla ortalama bir sosyal medya bağımlılık düzeyi ilişkide güveni sarssa bile doyumunu yordamayabileceği yorumunu yapabiliriz. Ayrıca bu çalışma çift çalışması olmadığı için elimizde partnerin bağımlılık düzeyi ile ilgili bir bilgi bulunmamaktadır. Partnerlerden ikisinin de sosyal medya bağımlılık düzeyinin yakın olması durumunda ilişkide doyum faktörünün etkilenmeme durumu da beklenebilir. Alanyazın incelendiğinde arada yakınlık gibi farklı aracı değişkenlerin de kullanılmasının doyumunu etkilemede bir faktör olduğu görülmüştür.

Hand ve diğerleri (2013) tarafından Amerika' da 233 kişi ile gerçekleştirilen Facebook ve Romantik İlişkiler çalışması sonucunda hipotezlerinin aksine çevrimiçi sosyal ağların kullanımı ile bireylerin ilişki doyumunu algısı ve yakınlık (intimacy) arasında ilişki bulunmamıştır. Ancak, yakınlık (intimacy) ile partnerinin çevrimiçi sosyal ağları kullanımı algısı arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum da göstermektedir ki bireyler partnerlerinin sosyal medya kullanımlarını kendi kullanımlarına göre daha olumsuz algılama eğilimindedirler. Ayrıca yakınlık (intimacy) çevrimiçi sosyal ağ kullanımı ile genel ilişki doyumunu arasında aracı bir değişkendir ve ilişkide yaşanan yakınlığın derecesi de genel ilişki doyumunu korumaya hizmet eden bir tampon görevini görebilmektedir.

Norton ve Baptis tarafından 2014 yılında yapılan araştırmada internet kullanımı ve sınırlamalar ile ilişki doyumunu arasında ilişki bulunmamıştır. Ancak bu çalışmada ortaya çıkan sonuçla paralel olarak ve daha önce yapılan çalışmalarla da tutarlı şekilde ilişki doyumunu ve güven arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Papp, Danielewicz ve Cayemberg (2012) Wisconsin’ de 58 çiftle gerçekleştirdikleri çalışmada Facebook kullanımının insanların birbirleriyle etkileşime geçme, ilişki kurma ve geliştirme biçimlerini değiştirdiği sonucuna varmışlardır. Bu çalışmada kadın ve erkeklerin raporlamasına göre Facebook ilişki durumu (relationship status) konusundaki anlaşmazlıklar özellikle kadınların ilişki doyumu ile ilişkili görülmektedir.

Longstreet ve Brooks (2017) tarafından Amerika’ da 251 katılımcıyla yaşam doyumu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile doyum düzeyi arasında negatif bir korelasyon bulunmuş ve yaşam doyum arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığı ileri sürülmüştür. Romantik ilişkilerin insan yaşamının en önemli öğelerden biri olarak (Neyer & Lehnart 2006) yaşam doyumunu da etkilediği bilinmektedir. Romantik ilişkiler ilişki doyumu için en önemli alanlardan biri olarak görülmektedir (Diener & Diener McGavran 2008). Aynı zamanda yaşam doyumu ilişkilerin niteliğini ve subjektif değerlendirilmesini de etkilemektedir. Yüksek düzeyde yaşam doyumu, romantik ilişkilerin niteliğini artıran “partnere duyulan güvenin artması” gibi davranışlarla da ilişkilidir (Kesebir & Diener 2009). İyi bir romantik ilişkinin kurulabilmesi bireyin yaşam memnuniyetini, kendini iyi ve güvende hissedebilmesini de etkilemektedir (Gizir, 2012 akt. Zorbaz ve ark. 2015). Romantik ilişkinin yaşam doyumunun ayrılmaz bir parçası olduğunu gösteren bu çalışmalar doğrultusunda Longstreet ve Brooks (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma romantik ilişkiler üzerinden de yorumlanabileceği düşünülmektedir.

Romantik İlişkide Güven ve İlişki Doyumu

Yapılan araştırmada, romantik ilişkilerde güvenin doyumu anlamlı ve pozitif yönde yordadığı ve güven arttıkça doyumun da arttığı görülmüştür. Güvenin ilişki kalitesini belirleyen ana faktör olduğu (Fletcher, Simpson, & Thomas, 2000) ve ilişki doyumu ve istikrarı ile yüksek korelasyon gösterdiği (Campbell, Simpson, Boldry, & Rubin, 2010) yapılan çalışmalarda görülmektedir. Bireylerin mutlu olması ve yaşamdan doyum sağlayabilmesi, ilişkilerinde doyum sağlayabilmesiyle ilişkilidir. Bebeklikte kurulan bağlanma, yetişkinlik dönemini etkilemekte olup, bu durumda romantik ilişkileri etkilemektedir. Kurulan bağlanmanın gelişimi desteklemesi, ilişki doyumunun

sağlanmasında etkiliyken; kurulan bağın bireyin benlik gelişimini zedelemesi ise ilişki doyumsuzluğuna yol açabilmektedir (Davila, Karney and Bradbury, 1999; Akt. Halat ve Hovardaoglu, 2011).

Güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin partnerlerine karşı duygusal yakınlık kurmakta zorlanmadığı (Hazan ve Shaver, 1987) ve partnerlerine karşı kabullenici, anlayışlı ve güven verici bir yakınlık kurdukları görülmektedir. Bunun bir sonucu olarak da bireyler romantik ilişkilerinden daha yüksek doyum almaktadırlar (Feeney, Noller ve Hanrahan, 1994). Morgan ve Shaver (1999) tarafından yapılan araştırmada, bireyler güvenli bağlanma stiline sahipse, ilişkilerinin de güven temelli olduğu ve bu durumun da bağlılık ve memnuniyet sağladığı ileri sürülmüştür.

Karşılıklı işbirliği içerisinde olan ilişkiler, ilişki bağlılığına ve doyuma öncülük eden güvenle gelişmektedir (Balliet & Van Lange, 2013). Wieselquist (1999)' e göre, güvenin artmasıyla kişilerin ilişkideki tatminleri artarak ilişkiye yaptıkları yatırım artacak ve bu durum kişileri birbirlerine daha bağlı bir hale getirebilecektir.

Magai (1999) güvensiz bağlanan yetişkinlerin, kendisine ve partnerine yönelik olumsuz atıfta bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca güvensiz bağlananların ilişki doyumlarını da düşük olduğu belirtilmiştir.

Ertan (2002) tarafından 70 evli çiftle gerçekleştirilen çalışmada “Bağlanma stillerinin eş seçimi ile kritik ve kritik olmayan evlilik dönemlerindeki doyum üzerindeki rolü” üzerine yapılan çalışmada kadınların güvenli bağlanmasının her iki dönemde de karşılıklı doyumunu olumlu olarak etkilediği görülmektedir. Eşlerden en az birinin güvenli bağlanma stiline sahip olması her iki dönemde de karşılıklı doyum üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca evlilik uyumu ile ilgili en yüksek puanlar her iki dönem için de çiftlerin güvenli olarak bağlandığı eşlerden alınmıştır.

Bağlanma stilleri, Problem Çözme Becerileri ve İletişim Becerilerinin İlişki Doyumu üzerine etkilerinin araştırıldığı çalışmada güvenli bağlananların, güvensiz

bağlananlara göre ilişki doyumlarının yüksek olduğu ifade edilmektedir (Egeci ve Gencöz, 2011).

Norton ve Baptis tarafından 2014 yılında Amerika’ da 205 evli çiftle yapılan araştırmada da daha önce yapılan bir çok çalışmayla tutarlı bir şekilde ilişki doyumu ve güven arasında güçlü ve pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Fitzpatrick ve LaFontaine tarafından 2017 yılında Kanada’ da 199 çiftle yapılan çalışmada çiftlerin yaşadığı güvenin sağlıklı ve doyumlu bir ilişkinin parçası olduğu ileri sürülmüştür. Ayrıca ikili ilişkideki düşük güven seviyesinin güvensiz romantik bağlanma ve düşük ilişki doyumu arasında aracı değişken görevi gördüğü sonucuna ulaşmışlardır.

Toksöz(2018) araştırmasında, kişilerin olumlu bireysel değerlendirmelerinin, ilişki doyumu üzerinde önemli rol oynadığını göstermektedir. Güvenli bağlanma yaşayan bireylerin ilişki doyumunda anlamlı fark olduğu bulunmuştur.

Şensoy, Asıcı ve İkiz (2019) tarafından romantik ilişki içerisinde olan 325 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada ilişkide güven düzeyinin artmasının ilişki doyumunun da artmasını sağladığı bulunmuştur. Bu sonuca paralel olarak, romantik ilişkide bireylerin kendini güvende hissetmesi ve partnere duyulan güven, (Büyükşahin ve Hovardaoğlu, 2007; Anderson ve Emmers-Sommer, 2006) ilişki doyumunun yordayıcıları arasında bulunmuştur.

Güven duygusu ve ilişki doyumu üzerine yapılan birçok araştırmada güvenin doyumlu bir ilişki için belirleyici bir unsur olduğu, çocukluk döneminde kurulan bağlanma stillerinin yetişkinlik dönemindeki ilişkilerin dinamiğini etkilediği görülmektedir.

Yaş ve İlişki Doyumu

Demografik değişkenlerin, sosyal medya kullanım sıklığının, sosyal medyada geçirilen sürenin, romantik ilişkideki güvenin ve sosyal medya bağımlılığının romantik

ilişkideki doyumunu nasıl yordadığını incelemek üzere yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre yaşın doyumunu anlamlı ve negatif yönde yordadığı ve yaş arttıkça ilişkide doyumun azaldığı tespit edilmiştir.

Alanyazın incelendiğinde bazı araştırmalarda evlilik doyumunda zamanla bir düşme olduğu fakat ilerleyen yıllarda doyumun tekrar arttığı görülmüştür (Booth, Johnson, White ve Edwards, 1986; Schumm ve Bugaighis, 1986). Yapılan bazı çalışmalarda ise evlilik doyumunun yıllar içerisinde düşmeye devam ettiği görülmektedir (Vanderhorst, 2000; aktaran, Jose ve Alfons, 2007).

Çizmeçi (2017) tarafından 500 katılımcı ile teknoloji ile meşgul olup partnerle ilgilenmeme davranışının ilişki memnuniyetine etkisinin araştırıldığı çalışmada ilişki süresi arttıkça teknoloji ile ilgilenip partnerle ilgilenmeme davranışı da artmakta ve ilişki doyumunun azalmakta olduğu görülmektedir. Ayrıca bu çalışmada 25 yaş ve altındaki katılımcıların diğer yaş gruplarına göre ilişkilerinden daha fazla doyum aldıkları öne sürülmüştür.

Dush, Taylor, & Kroeger (2008) tarafından 1998 katılımcı ile Amerika’ da gerçekleştirilen çalışmada uzun süredir ilişki içinde olan çiftlerde daha düşük doyum tespit edilmiştir. Bireylerin evlilik doyumları ile yaş ilişkisine bakılan başka bir araştırmada da 21-30 yaş arası bireylerin evlilik doyumlarının, 41-50 ile 51-60 yaşlarındakilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun yanısıra 31-40 yaş arasındaki bireylerin 41-50 yaş grubuna göre evlilik doyumları daha yüksek çıkmıştır (Taşköprü, 2013).

2020 yılı Mart ayının ortalarından itibaren tüm dünyayı etkileyen ve yaşam biçimlerimizin değişmesine sebep olan pandemi süreci, internetin ve sosyal medyanın yeniden ve farklı bir bakış açısıyla değerlendirmesine sebep olmaktadır. Zorunlu olarak evlere kapanılması gereken bir dönemde iş, sosyal ve özel hayatı devam ettirebilme imkanı veren, dünyayı birbirine bağlayan bu teknolojinin faydası tabii ki yadsınamaz. Ancak bağımlılık kavramı çerçevesinde baktığımızda bu ortam bağımlılık davranışını hangi şekillerde ve nasıl etkilemektedir bunlar yeni araştırma konuları olarak görülebilir.

Sosyal medya bağımlılığı ve romantik ilişkilerdeki güven ve ilişki doyumu arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırmanın veri toplama aşaması Mart ayı başında tamamlandığı için pandemi sürecinin etkilerini bilinmemektedir. Ancak yaşanan pandemi sürecinin araştırılacağı yeni bir çalışma yapılması ve bu iki araştırmanın karşılaştırılması da yeni bir çalışma önerisi olarak sunulabilir.

Gerçekleştirilen çalışmada örneklem ağırlıklı olarak İstanbul ilinde yaşayan 197 katılımcı ile sınırlandırılmıştır. Aynı veya benzer konunun daha büyük örneklem grubu ile çalışılmasının daha verimli sonuçlar ortaya çıkaracağı düşünülmektedir. Bu konuda bir araştırmanın ülke kapsamında yapılarak bölgeler arasında bir karşılaştırma olması alana katkı sağlayacaktır.

Gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya bağımlılığı düzeyi arttıkça romantik ilişkideki doyum azalır hipotezini destekleyen bir sonuca ulaşılamamıştır. Ancak arada yakınlık gibi başka aracı değişkenler kullanıldığında anlamlı bir ilişki çıkması beklenebilir. Ayrıca bu çalışmada romantik ilişkinin önemli bileşenlerinden olan cinsel yaşam faktörüne bakılmamıştır. Bireylerin ilişkideki cinsel yaşamlarının da ilişki doyumuna etkisi olduğu görüşüyle ileride yapılacak çalışmalarda bu faktörün de değerlendirmeye alınması önerilmektedir.

Bu araştırmaya başka bir yönden bakılacak olunursa insanların yaşadıkları ilişki içerisinde güvensiz hissetmeleri ve partnerlerini takip etme dürtüleri sosyal medyaya daha bağımlı hale gelmelerine etki ediyor olabilir mi sorusu sorulabilir ve bu sorunun araştırılması bir çalışma konusu olarak önerilebilir.

Araştırma romantik ilişki yaşayan yetişkin bireylerle gerçekleştirilmiştir. Benzer bir araştırmanın çiftlerle yapılması çiftlerin sosyal medya kullanımı kapsamında ilişki içindeki dinamiklerini görmek ve sosyal medyanın çift ilişkilerine etkilerini değerlendirmek açısından faydalı olacaktır. Ayrıca çiftler arasında çevrimiçi sadakatsizliğin gelişimi, ilişkide internet kullanımını da içine alan sınırlar ve bu sınırların ihlal edilmesi ile ilgili araştırmaların artması alana katkı sağlayacaktır.

İnternetin ve sosyal medyanın insan hayatından çıkması bir yana çok daha vazgeçilmez bir hale geldiği görülmektedir. Yeni nesillerin çok küçük yaşlardan itibaren bu sanal dünyayı deneyimledikleri düşünüldüğünde internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı alanlarında yapılacak her çalışma çok büyük önem taşımaktadır.



KAYNAKÇA

- Abbasi, I.S. (2018). Social Media and Committed Relationships: What Factors Make Our Relationship Vulnerable? *Social Science Computer Review*, 1-10.
- Abbasi, I.S. (2018). Social Media Addiction in Romantic Relationships: Does User's Age Influence Vulnerability to Social Media Infidelity? *Personality and Individual Differences*. 139, 277-280.
- Abdul Aziz, N., Hassan N.A., & Buhari, N. (2018). Intimacy in Marital Relationship: Effect of internet usage. *Malaysian Journal of Society and Space*. V. 14, Issue 3: 14 - 23.
- Atak, H., & Taştan, N. (2012). Romantik İlişkiler ve Aşk. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 4(4): 522-525.
- Ateş, P. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekanın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.
- Bakçepinar, E. (2019). Romantik İlişki ve Partner Temalı Obsesyon ve Kompülsiyonların Şema Alanları Açısından İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Başkent Üniversitesi, SBE.
- Bayer, B.J., Triêu P., & Ellison, N.B. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual Review of Psychology*. Vol. 71: 471-497.
- Beştav, G. (2007). Romantik İlişki Doyumu Cinsiyet, Bağlanma Stilleri, Rasyonel Olmayan İnançlar ve Aşka İlişkin Tutumlar Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, SBE.
- Beyler, B. (2019). Akdeniz Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.

- Bozdoğan, N. S. (2018). Psikologlarda Benlik Saygısının Romantik İlişkilere Yönelik Akılcı Olmayan İnançlar ve İlişkide Güven Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.
- Brühlhart, M., & Usunier, J.C. (2012). Does the trust game measure trust? *Economic Letters*. Volume 115, Issue 1: 20-23.
- Büyükgebiz, E. (2019). Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyotelizm Üzerine Bir Yazın Taraması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*. Cilt 6. Sayı 6: 400 – 411.
- Campbell, L., & Butzer, B. (2008). Adult attachment, sexual satisfaction, and relationship satisfaction: A study of married couples. *Personal Relationships*. 15(1): 141,142.
- Campbell, L., & Stanton, SCE. (2018). Adult Attachment and Trust in Romantic Relationships. *Current Opinion in Psychology*. 1-14.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*. 23(1): 46–65.
- Clayton, R. B., Nagurney, A., & Smith, J. R. (2013). Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use to Blame? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 16(10), 717–720
- Çetinkaya, E., Kemer, G., Bulgan, G., & Tezer, E. (2008). İkili İlişkiler Güven Ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 3(29): 65-77.
- Çizmeçi, E. (2017). Disconnected, Though Satisfied: Phubbing Behaviour and Relationship Stasfaciton. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*. Volume 7, Issue 2.
- D' Arienzo, M.C., Boursier, V., & Griffiths, M.D. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*. V. 17: 1094–1118.

- De Witte, P. (2016). Exploratory Study: Use of Instant Messaging Tactics to Increase Loyalty. *Master Thesis*. Hollanda: University of Twente.
- Demircioğlu, Z.I., & G6ncü K6se, A. (2018). Effects of attachment styles, dark triad, rejection sensitivity, and relationship satisfaction on social media addiction: A mediated model. *Current Psychology (New Brunswick, N.J.)*.
- Demirtaş, S., & Tezer, E. (2012). Romantic relationship satisfaction, commitment to career choices and subjective well-being. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 46 (2012). 2542-2549.
- Doğan, E. (2014). Women's General Marital Adjustment and Relationship Style For Marital Adjustment in Relation to Dyadic Trust and Depression. *Yayımlanmamış Y6ksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bahçeşehir 6niversitesi, SBE.
- Dush, C.M., Taylor, M. G., & Kroeger, R.A. (2008). Marital Happiness and Pyschological Well Being Across the Life Course. *Family Relations*. 57 (2), 211-226.
- Elphinston, R.A., & Noller, P. (2011). Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. Volume 14, Number 11.
- Erdem, U. (2019). Romantik İlişkilerde Partnerler Arasında Yaşanan İletişim Problemleri ve Transaksiyonel Analizdeki Yaşam Kurguları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Genç Yetişkinler 6zerine Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Y6ksek Lisans Tezi*. İstanbul: Ege 6niversitesi, SBE.
- Erol, D. E. (2019). Batı Karadeniz B6lgesi' nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bağlanma Stilleri İlişkisinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Y6ksek Lisans Tezi*. 6sk6dar 6niversitesi, SBE.

- Ertan, Ö. (2002). Bağlanma Stillerinin Eş Seçimi ile Kritik ve Kritik Olmayan Evlilik Dönemlerindeki Doyum Üzerindeki Rolü. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi, SBE.
- Eşitti, Ş., & Işık, M. (2015). Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye' yi Tatil Destinasyonu olarak Tercih Etmelerine Etkisi. ”. *Karadeniz* (27): 11-30.
- Ezer, E. (2017). Yetişkinlerde Bağlanma ile İlişki Doyumu ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi, SBE.
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z., & Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addictive Behaviors*, V. 107. 106430.
- Farrugia, R.C. (2013). “Facebook & Relationships: A study of how social media use is affecting long-term relationships”. *Master Thesis*. Rochester Institute of Technology.
- Fitzpatrick, J. & Lafontaine, M.F. (2017). Attachment, Trust & Satisfaction in Relationships: Investigating actor, partner and mediating affects. *Personal Relationships*.
- Griffiths, MD. (2012). Social Network Addiction. Emerging Themes and Issues. *Journal of Addiction Research and Therapy*, 4(5), 1-2.
- Gull, H., Iqbal, S.Z., Al_Qahtani S.H., Alassaf, A. R., & Kamaleldin, M.M. (2019). Impact of Social Media Usage on Married Couple Behavior a Pilot Study in Middle East *International Journal of Applied Engineering Research*. V. 14, N.6.: 1368-1378.

- Gustavson, K., Røysamb, E., Borren, I., Torvik, F. A., & Karevold, E. (2015). Life Satisfaction in Close Relationships: Findings from a Longitudinal Study. *Journal of Happiness Studies*, 17(3), 1293–1311.
- Gümüşsoy Uçak, S. (2019). Evli Çiftlerdeki Bağlanma Stillerinin, Sosyal Medya Kullanımı ve İlişki Doyumu Arasındaki Bağlantının İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.
- Günüç, S., & Kayrı, M. (2010). Türkiye’ de İnternet Bağımlılık Profili ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Cilt 39. Sayı 39: 220-232.
- Gürcan, T. (2015). İlişkisel Belirsizlik: İlişki Doyumu, Romantik İlişkilerde Gelecek Zaman Yönelimi ve Çatışma Çözme Tepkileri Arasındaki İlişkiler. . *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi, SBE.
- Gürsu, C. (2019). Sosyal Medya Etkileşiminin ve Marka İlişki Kalitesinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, SBE.
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W.C., Deemer, E.D., & Buyanjargal M. (2013). Facebook and Romantic Relationships: Intimacy and Couple Satisfaction Associated with Online Social Network Use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 16 (1).
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*. 52(3): 511–524.
- Holmes, JG., & Rempel, JK. (1989). Trust in close relationships. *In Review of Personality and Social Psychology*. Vol. 10. Close Relationships. Hendrick C. (Ed) Sage Publications,188.
- İlhan, G. (2018). İlişki Stillerinin Reddedilme Duyarlılığı ve İlişkide Güven Üzerindeki Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.

- İliş, A.(2018). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, EBE.
- Kara, E., & Yüksel-Şahin, F., (2018). Evli Bireylerde İlişkisel Yılmazlık, Evlilik Yetkinliği ve İkili İlişkilerde Güvenin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *The Journal of Academic Social Sciences*. Vol. 86: 378-398.
- Kara, T. (2013). Yeni Medya Geleneksel Medyaya Karşı. *Sosyal Medya Endüstrisi: İnsan, Toplum, Ekonomi*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Kaya, G. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki Üzerinde Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mersin: Mersin Üniversitesi, SBE.
- Kemer, G., Bulgan, G., & Çetinkaya Yıldız, E. (2015). Gender Differences, Infidelity, Dyadic Trust, and Jealousy among Married Turkish Individuals. *Current Psychology*, 35(3), 335–343.
- Kerkhof, P., Finkenauer, C., Muusses, L.D. (2011). Relational consequences of compulsive Internet use: A longitudinal study among newlyweds. *Human Communication Research*, 37(2), 147-173.
- Klieber, P. (2009). Document Classification Through Data Mining Social Media Networks. *Senior Research Paper*. Florida: Stetson University.
- Kuss, D. & Griffiths, M. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 14(3).
- Küllük, E. (2019). Bir Sosyal Paylaşım Ağı Örneği Olarak Facebook Üzerinden Sessizce Takip Etmenin Romantik İlişkiler Üzerine Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi, SBE.

- Longstreet, P. & Brooks, S. (2017). Life Satisfaction: A key to managing internet and social Media Addiction. *Technology in Society*. 20(2017) 73-77.
- Julal Cnossen, F. S., Harman, K. A., & Butterworth, R. (2019). Attachment, Efficacy Beliefs and Relationship Satisfaction in Dating, Emerging Adult Women. *Journal of Relationships Research*, 10.
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*. V. 11/ 6. Kasım, Aralık-2007, 16-28.
- Miller, J., & Tedder, B. (2011). The Discrepancy Between Expectations and Reality: Satisfaction in Romantic Relationships. *Advanced Research*. Indiana: Hanover College.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009) More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy? *CyberPsychology & Behavior*. 12 (4). 441-444.
- Mpepo, V. (2017). Impact of Social Media on Interpersonal Communication Relationship Amongst Couples in Tanzania: A case of Dar Es Salaam Region. *Master Thesis*. Tanzania: The Open University of Tanzania.
- Norton, M.A., & Baptist, J. (2014). Couple Boundries For Social Networkin in Middle Adulthood: Associations of Turst and Satisfaction. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 8(4), Article 2.
- Olderbak, S., & Figueredo, A. J. (2009). Predicting romantic relationship satisfaction from life history strategy. *Personality and Individual Differences*. (46): 604- 610.
- Özkan, B. (2016). Reddedilme Duyarlılığı ve İyimserliğin, Rasyonel Olmayan İlişki İnançları ile Romantik İlişki Doyumu Arasındaki İlişkilerde Aracı Rolü. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ufuk Ünivesitesi, SBE.

- Öztahtacı, D. (2017). Evli Kadınlarda Evlilik Doyumu, Yetişkin Bağlanma Stilleri ve Depresyon Düzeyinin İlişkisinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi, SBE.
- Papp, L.M., Danielewicz, J., & Cayemberg, J. (2012). “Are we Facebook Official?” Implications of Dating Partners’ Facebook Use and Profiles for Intimate Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*. V.15, N.2
- Pepper, E., & Harvey, R. (2018). Digital Addiction: Increased Loneliness, Anxiety and Depression. *San Francisco State University*. Vol.5, 3-8.
- Rempel, JK., Holmes, JG., & Zanna, MP. (1985). Trust in close relationships. ”, *J Pers Soc Psychol*. 49, 95-112.
- Rotenberg, K. J. (2020). *The Psychology of Interpersonal Trust, Theory and Research*. 1st. Edition. London: Routledge.
- Samantray, S. (2017). Internet addiction and relationships: the psychology behind it. *MOJ Addict Med Ther*. 2017;3(1):11-13
- Sarı, T. (2008). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilerle ilgili akılcı olmayan inançlar, bağlanma boyutları ve ilişki doyumu arasındaki ilişkiler. *Doktora Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, SBE.
- Simpson, J.A. (2007). Foundations of interpersonal trust. *In Social Psychology: Handbook of Basic Principles*. Kruglanski AW ve Higgins ET (Ed.). Guilford Press, 587-607.
- Soğancı, D. (2017). Bağlanma Stillерinin Romantik İlişki Doyumu Üzerindeki Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Haliç Üniversitesi, SBF.
- Soyer, M. (2019). Cinsiyet ve Romantik İlişki Durumuna Göre Üniversite Öğrencilerinin Üçgen Aşk Düzeyleri: Temel Kişilik Özellikleri ve Benlik Saygısının Rolü. *Doktora Tezi*. Mersin: Mersin Üniversitesi, EBE.

- Sungur, M. Z., (2017). *Aşk Evlilik Sadakatsizlik, Şeytan Üçgeni*. 44. Baskı. Ankara: Büyükkada Yayıncılık.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*. 18(1): 523-53.
- Şenormancı, G. (2013). İnternet Bağımlılığı Tanısı Konan Hastalarda Bağlanma ve Aile İşlevleri. *Tıpta Uzmanlık Tezi*. İstanbul: Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi 7. Psikiyatri Kliniği.
- Şensoy, G., Asıcı, E., & İkiz, E.F. (2019). İlişki Doyumunun Mükemmeliyetçilik ve Güven Aracılığıyla Yordanması. Araştırma Makalesi/Research Article. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (PAU Journal of Education)*. 46: 230-249.
- Şenormancı, Ö., Konkan R., & Sungur M.Z. (2012). Internet Addiction and Its Cognitive Behavioral Therapy, *Standard and Innovative Strategies in Cognitive Behavior Therapy*. Dr. Irismar Reis De Oliveira (Ed.), ISBN: 978-953-51-0312-7.
- Taşköprü, M. (2013). Evlilik Doyumu ile Problem Çözme Becerileri, Stresle Başa Çıkma ve Evlilik Süresi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Bilim Üniversitesi, SBF.
- Terzi, S. (2014). Romantik ilişkilerde Bağlanma Yaralanmalarına Yol Açan Olaylar: Nitel Bir Çalışma. *Dergipark*. 12(2): 101-102.
- Terzi, S. (2014). Romantik ilişkilerde Bağlanma Yaralanmalarına Yol Açan Olaylar: Nitel Bir Çalışma. *Dergipark*. 12(2): 98-108
- Terzi, İlhan, S., & Işık, Ş. (2017). Evli Bireylerin İlişki Bağlanımları: Yatırım Modeli Temelli Nitel Bir Çalışma. *Journal of Turkish Educational Sciences*. 15(2):185-186.

- Tokunaga, R. S. (2015). Interpersonal surveillance over social network sites: Applying a theory of negative relational maintenance and the investment model. *Journal of Social and Personal Relationships*. 1–20.
- Tutgun - Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, SBE.
- Usta, E., Korkmaz, Ö., & Kurt, İ. (2014). The Examination of individuals' virtual loneliness states in Internet addiction and virtual environments in terms of interpersonal trust levels. *Computers in Human Behavior*. V. 36, Issue C.
- 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*. V. 16, Issue 4 (511-527).
- Vural, Z. B. A., & Bat, M. (2010). Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*. 5/20, 3348 – 3382.
- Wang, F. (2019). Ingredients of a happy marriage: Dyadic Trust, Relational Repair, Emotional Intelligence, and Humility. *Biola University*. ProQuest Dissertations Publishing. 22583239.
- Yavuz, T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İlişki Doyumu ve Bağlanma Stilleri Arasındaki Bağlantı. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, SBE.
- Yıldızhan, E. (2017). Bağlanma Teorisi ve Bağlanma Bozukluklarına Genel Bir Bakış. *Anadolu Kliniği*. 22(1): 67.
- Young, K.S. (1998). Internet Addiction. The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*. Vol. 1, No. 3: 237-244. Social Media Addiction in Romantic Relationships: Does User's Age Influence Vulnerability to

EKLER

EK 1.

BİLGİLENDİRME FORMU

Bu çalışma İstanbul Kent Üniversitesi Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Başak Dinçsoy'a aittir. Çalışma Prof. Dr. Mehmet Zihni Sungur danışmanlığında yürütülmektedir. Çalışmanın amacı, romantik ilişki yaşayan bireylerde sosyal medya bağımlılığının düzeyi ile ilişkide güven duygusu ve doyum arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Araştırma, 18 yaşın üzerinde olan ve en az altı aydır aynı kişiyle romantik ilişki yaşayan bireylerde yapılacak biçimde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılarak, çalışmaya veri sağlayan herkese teşekkür ederim. Çalışmanın hiçbir aşamasında katılımcıların ismi sorulmayacaktır ve ayrıca verilen bilgilerin mahremiyeti korunacaktır. Yanıtlar anonim olarak değerlendirilecektir. Katılımcılardan beklenen, ölçeklerdeki soruları dikkatlice okuyarak en uygun yanıtları vermeleridir. Soruların içtenlikle ve eksiksiz olarak cevaplandırılması çalışmanın bilimsel değeri açısından çok önemlidir. Soruları yanıtlama aşamasında sizi rahatsız eden herhangi bir durum olduğu takdirde geri çekilebilirsiniz ya da yarıda bırakabilirsiniz. Çalışmaya olan katkınız ve zaman ayırma konusundaki nezaketiniz için teşekkür ederim.

Başak Dinçsoy

SOSYODEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

1)Cinsiyetiniz :

1.() Kadın 2.() Erkek

2) Yaşınız:

1.() 18-30 2.() 31-40 3.() 41-50 4.() 51-60 5.() 61 ve üstü

3) Medeni durumunuz:

1.() Evli 2.() Bekar 3.() Sözlü/ Nişanlı 4.() Ayrılmış (Boşanma ya da vefat sebebiyle)

4) Yaşadığınız Yer: _____

5) Eğitim durumunuz:

1.() Okuma-yazma bilmiyor

2.() Okur-yazar

3.() İlkokul

4.() Ortaokul

5.() Lise

6.() 2 yıllık Yüksek Okul

7.() Üniversite

8.() Yüksek lisans veya Doktora

6) Mesleğiniz: _____

7) Size göre ailenizin toplam aylık gelirini aşağıdaki uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

1.() 2.000 ve altı

2.() 2.000-6.000

3.() 6.000-8.000

4.() 8.000-10.000

5.() 10.000-15.000

6. () 15.000 -20.000

7. () 20.000'den fazla

8) Eğer evliyseniz evliliğinizin süresini belirtiniz.

1.() 0-1 yıl 2.() 1-5 yıl 3.() 6-10 yıl 4.() 11-15 yıl 5.() 16-20 yıl 6.() 21 yıl ve üzeri 7. () Evli değilim

9) Partnerinizle birlikteliğinizin süresini belirtiniz.

1.() 0-1 yıl 2.() 1-5 yıl 3.() 6-10 yıl 4.() 11-15 yıl 5.() 16-20 yıl 6.() 21 yıl ve üzeri

10) Çocuğunuz var mı?

1.() Evet 2.() Hayır

Cevabınız evetse sayı belirtiniz.

Sosyal medya kullanımı ile ilgili aşağıda yer alan soruları cevaplandırırken sosyal medya araçları olarak WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube vb. uygulamaları düşününüz.

11) Herhangi bir sosyal medya uygulamasını kullanıyor musunuz?

- 1.() Evet 2.() Hayır

12)Aşağıdaki sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanmaktasınız?(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

- 1.() Facebook 2.() Instagram 3.() Twitter 4.()Snapchat 5.() Whatsapp
6.()Linkedin 7.()Youtube 8.() Diğer 9.() Hiçbiri

13) Hangi sıklıkta sosyal medya kullanırsınız?

- 1.()Her gün 2.() Haftada birkaç kez 3.()Ayda birkaç kez 4.() Hiç

14) Günde kaç saat sosyal medyada geçirirsiniz?

- 1.() 1 saatten az 2.() 1-3 saat 3.() 3-6 saat 4.() 6-12 saat 5.() 12 saatten fazla

15) En çok ne tarz paylaşımlar yaparsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

- 1.() Fotoğraf 2.() Söz grupları 3.() Video 4.() Diğer:

16) En sık kullandığınız sosyal medya uygulamasında kaç arkadaşınız/takipçiniz var? :
..... kişi

17)Sosyal medyada yüklemiş olduğunuz paylaşımları en az kaç kişi beğenirse memnun olursunuz?

- 1.() 20-30 2.() 30-40 3.() 40-50 5.() 50-100 6.()100 ve üzeri

18) Sosyal medyayı ne amaçla kullanırsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- 1.() Haberleri takip etmek için
2.() Popüler kişileri takip etmek için
3.() Arkadaşlarımla iletişim kurmak için
4.() Ailemle iletişim kurmak için
5.() Yeni insanlarla tanışmak için
6.() Fotoğraflara bakmak- Fotoğraf yüklemek için
7.() İş için
8.() Diğer

EK 2.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

ACIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığında ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

EK 3.

İKİLİ İLİŞKİLER GÜVEN ÖLÇEĞİ

Her bir ifadenin size uygunluğunu 7 dereceli ölçek üzerinde değerlendirip uygun sayıyı işaretleyiniz.

		Asla						Her zaman
1.	Eşim öncelikle kendi iyiliğini/rahatını düşünür.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Eşimin güvenilmez olduğu zamanlar vardır.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Eşim bana karşı tamamen dürüst ve samimidir.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Eşime tam anlamıyla güvenebileceğimi hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Eşim verdiği sözlerde gerçekten samimidir.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Eşim bana dürüst ve adil davranır.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Yardıma ihtiyacım olduğunda eşime güvenebileceğimi hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7

EK 4.

İLİŞKİ DOYUM ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki sorulara 1’den (en düşük) 7’ye (en yüksek) kadar kaç puan verirsiniz?
İşaretleyiniz.

	Düşük						Yüksek
	1	2	3	4	5	6	7
1. Sevgiliniz ihtiyaçlarınızı ne kadar iyi karşılıyor?							
2. Genel olarak ilişkiniz sizin için ne kadar doyurucu?							
3. Diğerleri ile karşılaştırıldığında ilişkiniz ne kadar iyi?							
4. Ne kadar sıklıkla “keşke bu ilişkiye hiç girmeseydim” diyorsunuz?							
5. İlişkiniz, ilişkiye başlarken sahip olduğunuz beklentileri ne ölçüde karşılıyor?							
6. Sevgilinizi ne kadar seviyorsunuz?							
7. İlişkinizde ne kadar probleminiz var?							

ÖZGEÇMİŞ

İstanbul Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümünü 1998 yılında bitirdikten sonra özel şirketlerin insan kaynakları bölümünde işe alım, performans değerlendirme ve eğitim konularında çeşitli projeler yürüttü. Psikodrama tekniklerini de kullanarak iletişim, ekip oluşturma ve geliştirme, yönetici geliştirme ve organizasyonel gelişim projelerini oluşturdu ve uyguladı.

2001 yılında İstanbul Psikodrama Enstitüsü'nde Psikodrama eğitimine başladı ve "Psikodrama'da Katarsize Ulaşmak" konulu tez çalışmasını tamamlayarak 2008 yılında Psikodrama Terapist'i lisansını aldı. Süregelen terapistlik eğitimi süresince Encounter (Playback Theatre) konusunda Anna Chesner, İyileştirme Ağacı: Drama Terapinin Kökleri konusunda da Dr. Sue Jennings ile çalışmalarda bulundu.

2018-2020 yılları arasında İstanbul Kent Üniversitesi'nde Prof. Dr. Mehmet Z. Sungur tarafından yürütülen Klinik Psikoloji yüksek lisans programını tamamladı. Yüksek lisans tezinde "Sosyal Medya Bağımlılığı'nın Romantik İlişkilerdeki Güven Duygusu ve İlişki Doyumu Açısından İncelenmesi" üzerine çalışmalarını yürüttü. Klinik Psikoloji yüksek lisans programından itibaren Bilişsel Davranışçı Terapi tekniklerini kullanarak süpervizyon altında danışan görmeye devam etmektedir.

Kognitif ve Davranış Terapileri Derneği ve Transaksiyonel Analiz Derneği üyesidir. Dinçsoy, evli ve iki çocuk annesidir.

Aldığı Eğitimler: Psikodramada Temel Teknikler, Grup Psikoterapisinde ve Psikodramada Terapötik Faktörler, Rol Kuramı ve Psikopatolojik Bozukluklar, Bir Psikodrama Oturumunun Teknik Analizi, Psikodrama ve Grup Psikoterapisinde Etik Kurallar, Spontanite Eğitimi, Endüstri Psikolojisinde Psikodrama, Sosyodrama ve Sosyometri ve Bireysel Psikodrama, Transaksiyonel Analiz –TA 101, TA 202, Aile ve Çift Terapisi Temel Eğitimi - EFTA-TIC (Murat Dokur, MD), Şema Terapi Sağlıklı Yetişkin(Dr. Klinik Psikolog Sevinç Göral Alkan), Bilişsel ve Davranışçı Terapiler Eğitimi ve Süpervizyonu (Prof. Dr. Mehmet Z. Sungur).