

COVID-19 Kısıtlamaları Sürecinde Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Examining the Relationship Between Social Media Addiction and Basic Psychological Needs in University Students During COVID-19 Restrictions

İlhan BOZKURT¹, Öznur BOZKURT²

¹Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, Düzce, Türkiye

²Sakarya Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Sakarya, Türkiye

Öz

Amaç: Bu çalışmada, COVID-19 salgın sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve bağımlı ve bağımsız değişkenlerin arasındaki ilişki, korelasyonel desen tercih edilerek incelenmiştir. Bir kamu üniversitesinde lisans eğitimi alan öğrenciler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Bu evrenden kolayda örneklem yöntemi ile 508 kişilik örneklem oluşturulmuştur. Araştırma verilerinin toplanması için; Sosyodemografik Veri Formu, Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği (ÜÖTİÖ) ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF) kullanılmıştır.

Bulgular: Sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi sosyodemografik değişkenlere ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılaşmaktadır. Ayrıca katılımcılar COVID-19 salgın sürecinde, sosyal medya kullanımlarının arttığını ifade etmişlerdir. Bu süreçte sosyal medya kullanım sürelerinin arttığını belirten katılımcıların, diğer katılımcılara göre anlamlı olarak daha yüksek sosyal medya bağımlılık düzeyi gösterdikleri belirlenmiştir.

Sonuç: Bazı temel psikolojik ihtiyaçların yeterince karşılanmaması sosyal medya bağımlılığı düzeyini artırırken; yeterince karşılanması ise azaltmaktadır. Salgın sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım oranları artmıştır. Bu süreçte sosyal medya kullanımı artanların sosyal medya bağımlılığı düzeyi de yüksek bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik ihtiyaçlar, üniversite öğrencileri

Abstract

Objective: The aim of this study was to examine the relationship between the level of social media addiction of university students and the level of meeting their basic psychological needs during the COVID-19 epidemic process.

Method: Relationships between dependent and independent variables were examined in the study. Therefore, quantitative research method was used. Correlational design was preferred while creating the research design. Students who received undergraduate education at a public university formed the universe of the research. A sample of 508 person was created from this universe by the convenience sampling method. For the collection of research data; Sociodemographic Data Form, Social Media Addiction Scale (SMAS-SF) and University Students Basic Needs Scale (USBNS) were used.

Results: Social media addiction and the level of meeting basic psychological needs differ according to sociodemographic variables and social media usage habits. In addition, the participants stated that their use of social media increased during the COVID-19 epidemic process. It was determined that the participants, who stated that the duration of their use of social media increased in this process, showed a significantly higher social media addiction level than the other participants.

Conclusion: While some basic psychological needs are not adequately met, the level of social media addiction increases, while meeting them adequately decreases it. Social media usage rates of university students have increased during the epidemic process. In this process, the social media addiction level of those who increased their use of social media was also found to be high.

Keywords: Social media addiction, psychological needs, university students



Yazışma Adresi/Address for Correspondence: İlhan BOZKURT, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, Düzce, Türkiye
E-posta: psk.ilhanbozkurt@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9939-8121

Geliş Tarihi/Received: 25.08.2021
Kabul Tarihi/Accepted: 26.10.2021

Giriş

Günümüzün önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelen sosyal medyanın kullanımı özellikle gençler arasında hızlı bir artış göstermektedir. Öyle ki, 2004 yılında kullanıma sunulan ilk sosyal medya uygulaması Facebook, yayına başladıktan sadece bir yıl sonra dünya genelindeki üniversite öğrencilerinin %85'inden fazlası tarafından kullanılmaya başlanmıştır (1). Son 10 yıl içinde ortaya çıkan birçok yeni sosyal medya uygulaması ile birlikte insanlar artık; eğlence, sosyal ilişki kurma gibi birçok psikolojik ihtiyacını karşılamak için de sosyal medyaya yönelmektedir (2). İnternet kullanım istatistiklerine göre; internet kullanıcılarının %63'lük kısmı aktif olarak sosyal medyayı da kullanmaktadır. Covid-19 salgını sürecinin yaşandığı 2020 yılında sosyal medya kullanıcılarının sayısı, son 3 yılın en hızlı artışını göstermiştir. Bu dönemde dünyadaki sosyal medya kullanıcı sayısı %13'lük bir artışla (490 milyon kişi) 4,20 milyara yükselmiştir. Türkiye'de ise bu sayı %11'lik artışla (6 milyon kişi) 60 milyona ulaşmıştır (3).

İnternet teknolojilerindeki hızlı gelişmelere paralel olarak değişen ihtiyaçlar, insan davranışlarının da çeşitlenmesine yol açmaktadır. Bu durum ise, var olan psikopatolojilerin yeni örüntüler kazanmasına ya da bazı yeni psikopatolojilerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (4). Yapılan bir dizi araştırma, günümüzde artan problemli sosyal medya faaliyetleriyle, internet kaynaklı bağımlılıkların ilişkisine dikkat çekmektedir (5). Özellikle sosyal medya paylaşımlarına yapılan beğeni gibi olumlu bildirimlerin sağladığı psikolojik doyum veya başka bazı nedenlerle sosyal medyaya artan miktarlarda giriş yapılması (6) ve bu döngüye giren kişilerin sosyal medya kullanımlarının zaman içinde problemli hale dönüşmesi, sosyal medya bağımlılığı konusunun ele alınılmasını zorunlu hale getirmiştir (7). Başlangıçta; sosyal ilişkileri sürdürmek, yeni kişilerle tanışmak, kendini ifade etmek ya da eğlenmek gibi ihtiyaçları karşılanmak amacıyla başlayan sosyal medya kullanımı, bir süre sonra sağlıksız bir kullanım şekline dönüşebilmektedir (8,9). Kontrolden çıkan sosyal medya kullanımı, kişilerin diğer yaşam görevlerini engelleyecek şekilde problemli hale dönüştüğünde ise sosyal medya bağımlılığından söz edilmektedir (10).

İnternet temelli bağımlılıklarla ilgili yapılan birçok çalışmada, sosyal medya bağımlılığı kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Bu araştırmalar; Amerikan Psikiyatri Birliği'nin Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabının 5. baskısında (DSM-5) yapılan tartışmalarda internet oyun oynama bozukluğu tanısı için önerilen; kaygı, tolerans ve kontrol kaybı gibi birçok bağımlılık kriterinin, sosyal medya bağımlılığı için de geçerli olduğuna dikkat çekmektedir. DSM-5'te sadece "İnternette Oyun Oynama Bozukluğu" ele alınmış ve ileri düzeyde araştırmalar gerektiren durumların sınıflandırıldığı 3. bölümde yer almıştır (11). Sosyal medya bağımlılığı ise DSM-5'te yer almamıştır. İnternet tabanlı bağımlılıkların yalnızca internet oyun oynama bozukluğu

ile sınırlandırılması, internetle bağlantılı diğer davranışsal bağımlılıkların gözden kaçırılması riski taşımaktadır.

İnternet tabanlı bağımlılıklar konusunda standart bir tanımın olmayışı nedeniyle (12) sosyal medya kullanımı ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda; sosyal medya bağımlılığı, problemli sosyal medya kullanımı ve kontrolsüz sosyal medya kullanımı gibi çeşitli terimler kullanılmaktadır (7). Alan yazında en sık kullanılan ve araştırmacılar tarafından da önemli ölçüde kabul gören tanıma göre, sosyal medya bağımlılığı: Kişinin Sosyal medya uygulamalarına girmek için karşı konulması güç bir istek duyması, sosyal medyaya aşırı düşkün olması ve burada gerçekleştirilen aktivitelerin gerçek hayattaki sosyal faaliyetlerini, iş ve kişiler arası ilişkilerini bozmasıdır (13).

İnsanların gerçek hayatta yeterince doyum sağlayamadığı psikolojik ihtiyaçlarına sosyal medya aracılığı ile problemli şekilde doyum sağlamaya çalışması sosyal medya bağımlılığının önemli nedenlerinden biri olarak düşünülmektedir. Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre, insanlar psiko-sosyal ihtiyaçlarını tatmin etmek için çeşitli teknolojik araçlara yönelirler ve bazı ihtiyaçlarına bu araçlar vasıtasıyla doyum sağlarlar (14). Psikolojik ihtiyaçlara doyum sağlamaya yönelik beklentiler, kişilerin sosyal medyaya yönelmelerinin en önemli nedenlerinden biridir (15). Bu nedenle sosyal medya ortamlarında ortaya konulan davranışlarla bazı psikolojik ihtiyaçlara doyum sağlanmaya çalışıldığı söylenebilir (8,9). Psikolojik ihtiyaçlar bu yönüyle, sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabilecek önemli bir faktördür.

İçine doğdukları dijital ortama çabuk adapte olan ve dijital yerliler olarak da tanımlanan Z kuşağı gençlerinin sosyal medyaya oldukça fazla ilgi göstermeleri sosyal medya bağımlılığı için önemli bir risk faktörü olarak görülmektedir (16). Sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyi yüksek ve genç kişilerde daha fazla görüldüğüne yönelik bazı araştırma bulguları da bunu doğrulamaktadır (17-19). Sosyal medyanın kullanım şekli ve miktarı, hissedilen ihtiyaçların niteliğine ve tatmin olma derecesine göre farklılaşmaktadır. Gençlerin internet tabanlı uygulamalara karşı yönelişinin sağlıklı veya problemli olması, bu eylemlerden dolayı doyum sağladıkları ihtiyaçlar kümesine ve bu ihtiyaçların nasıl karşıladığına göre değişmektedir (20,21).

Psikolojik ihtiyaçlarla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. William Glasser'in geliştirdiği Seçim Kuramına göre (Choice Theory), insan davranışları onda doğuştan var olan; hayatta kalma, özgürlük, güç, eğlence ve ait olma-sevgi ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu beş temel ihtiyaçtan biri olan hayatta kalma, en temel ve fizyolojik ihtiyaçken, diğerleri ise psikolojik ihtiyaçlardır. Psikolojik ihtiyaçların yeteri kadar giderilmesi, insanın iyi olma halini artırmakta, yeteri kadar karşılanamaması ise davranış sorunlarına yol açmaktadır

(3). Glasser insanın dört temel psikolojik ihtiyacını şu şekilde açıklanmaktadır:

Sevme ve ait olma ihtiyacı; Glasser'e göre insanlar, ihtiyaçlarını giderebilmek için başkalarına ihtiyaç duyarlar (22). En az temel biyolojik ihtiyaçlar kadar önemli olan bu ihtiyacın (23) yeterince karşılanamaması yalnızlık hissine (24) ve bazı olumsuz davranışlara zemin hazırlar (25). *Güçlü olma ihtiyacı*; prestij kazanma, saygı görme, yarışma, şöhret, seçim yapabilme ve kendini önemli hissetme ile ilgilidir (26). Güç ihtiyacını normal yollardan karşılayamayan bazı insanlar, bağımlılık yapıcı davranışlara yönelebilmektedirler (27). Özgürlük ihtiyacı; bireyin yaşamını kendi seçimleri ile kontrol edebilme ihtiyacıdır (28). İnsanlar özgürlüklerinin kısıtlandığı ortamlardan uzaklaşırlar (29). *Eğlence ihtiyacı*; kişilerin keyifli, zevkli ve neşeli vakit geçirme ihtiyaçlarını kapsamaktadır (26). Bazı insanlar zevk aldıkları yerlere giderek, bazıları ise internet ya da televizyon yoluyla eğlenirler (30).

Alan yazında psikolojik ihtiyaçların sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla ilişkisini araştıran sınırlı sayıda çalışmalar vardır (31). Bu çalışmada; sosyal medya kullanımının yüksek olduğu düşünülen üniversite öğrencilerinin, sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ilişkisi araştırılmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde, üniversite öğrencilerinin de içinde bulunduğu yaş grubu için sokağa çıkma yasağı, yüz yüze eğitimlerin durdurulması gibi COVID-19 salgın kısıtlamaları uygulanmaktaydı. Bu nedenle çalışmada salgın kısıtlamaları sürecinde üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri üzerinde durulmuştur.

Yöntem

Araştırma da bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu nedenle nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma deseni oluşturulurken korelasyonel desen tercih edilmiştir.

Örneklem

Araştırmaya Düzce Üniversitesinde eğitim gören gönüllü öğrenciler dahil edilmiştir. Araştırmanın evrenini otuzbin üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma evreninden olasılıksız örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yöntemi ile örneklem alınmıştır. Örneklem büyüklüğünü belirlemek için %95 güven aralığı kullanılmıştır. Belirli evrende örneklem belirlemek için kullanılan formüle göre örneklem sayısı 379 olarak belirlenmiştir. Çalışmada 515 üniversite öğrencisine ulaşılmıştır. Katılımcılar, en az 4 yıllık bir bölümde okuyan %65,2'si kız, %34,8'i erkek öğrenciden oluşmuştur.

İşlem

Araştırmanın yürütülebilmesi için, 20.05.2020 tarihinde 2020-14-09 sayı ile İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır. Araştırma verileri Haziran 2020–Ağustos 2020 tarihleri arasında gönüllü katılımcılara çevrimiçi olarak uygulanan anketler ile toplanmıştır. Örnekleme, Covid-19 salgını sürecinde uzaktan eğitim yöntemi ile ders veren bölüm öğretim elemanları aracılığı ile ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanlara onam formu veri toplama araçları ile birlikte sunulmuş onamları alınmıştır. Anketleri tam olarak dolduran toplam 508 katılımcının cevapları değerlendirmeye alınmıştır. 7 katılımcının anket formları ise eksik doldurulması nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır.

Veri Toplama Araçları

Sosyodemografik Veri Formu

Katılımcıların sosyodemografik özellikleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla ilgili verileri elde etmek için araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Toplam 14 sorudan oluşan formda 8 soru sosyodemografik bilgilerle, 6 soru ise sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla ilgilidir. *Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)*: Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyini ölçmek amacıyla, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen 20 maddelik beşli Likert tipi bir ölçektir. Ölçekten alınan toplam puanın yüksek olması, sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçek $p < 0,001$ güven aralığında ,937 güvenirlik katsayısına sahiptir (32). Ayrıca bu çalışmada yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin güvenirliği ,858 olarak bulunmuştur.

Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği (ÜÖTİÖ)

Üniversitede okuyan öğrencilerin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyini ölçmek için, Türkoğlu ve Duru (2012) tarafından geliştirilmiş beşli Likert tipi bir ölçektir. Ölçek öğrencilerin; hayatta kalma, güç, sevgi-ait olma, eğlence ve özgürlük ihtiyacının ne düzeyde karşılandığını ölçen 19 maddeden oluşmaktadır. Her alt ölçek bağımsız olarak da kullanılabilir. Alt boyutlardan alınan puanların yüksekliği, ilgili ihtiyacın yeterli düzeyde karşılandığı anlamına gelmektedir. Ölçeğin psikolojik ihtiyaçları ölçen dört boyutunun güvenirlik değerleri: Sevgi-ait olma (,77), güç (,77), özgürlük (,75) ve eğlence (,85)'dir (33). Araştırma kapsamında ölçeğin bu dört boyutu kullanılmıştır ve yapılan analiz sonucunda da güvenirlik değerleri; Sevgi-ait olma (,89), güç (,75), özgürlük (,83) ve eğlence (,74) olarak bulunmuştur.

Veri Analizi

Araştırma verileri SPSS 22.0 programında; ilişkisel, farklılık ve tanımlayıcı istatistik analizleri yapılarak incelenmiştir. Veri toplama araçları için yapılan güvenirlik testlerinde ölçme

araçlarının %70 güven aralığının üzerinde olduğu bulunmuştur. Yapılan normallik testi sonucuna göre de veri setinin basıklık ve çarpıklık değerleri literatürde genel kabul gören -1,50 ile +1,50 arasında bulunmuştur. Normal dağılım gösteren veriler buna uygun olarak analiz edilmiştir. Yapılan tanımlayıcı analizlerde araştırmancının değişkenlerinin genel ortalama, güvenilirlik ve normallik analizleri ile katılımcıların sosyodemografik verileri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik analizler yapılmıştır. İlişkisel analizlerde ise değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Değişkenlerin, demografik özelliklere ve öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik olarak ise bağımsız grup t testi ve anova analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarının değerlendirilmesinde anlamlılık $p < 0,05$ kabul edilmiştir.

Bulgular

Araştırmancının katılımcıları, %65,2'si kadın, %34,8'i erkek olmak üzere toplam 508 üniversite öğrencisinden oluşmuştur. Katılımcıların %58,7'si 21-23 yaş aralığında, %43,8'i ailenin ilk çocuğu ve %31,1'i bir kardeşe sahiptir. Okunan sınıf açısından ise çoğunluğu (%36,4) 3. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcı öğrencilerin %64,6'sının aylık geliri orta düzeydedir (Tablo 1).

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına bakıldığında; araştırmaya katılan öğrencilerin %77,4'lük kısmı sosyal medyaya sadece mobil cihazlarla girmektedir. Katılımcıların %48,9'luk kısmı 4 ila 6 yıldır, %48,3'ü ise 7 ve daha fazla yıldır sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medyanın günlük kullanım süresi açısından ise, sosyal medyayı 1-3 saat arası kullananların oranı %48; 4-6 saat arası kullananların oranı %36, yedi saat ve daha fazla kullanım süresi olanların oranı ise %8,7'dir. Katılımcıların %72,3 gibi büyük bir çoğunluğu sosyal medyayı akşam ve gece vakitlerinde kullanmaktadırlar. COVID-19 salgını sürecinde katılımcıların %82,9'u sosyal medya kullanımının çeşitli derecelerde arttığını bildirmiştir. Bu süreçte en fazla artış %39,6 ile 2-3 saat olmuştur (Tablo 2).

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyinin genel ortalaması orta derecededir (2.84). Frekans analizi sonucuna göre ise; %17,9'unun sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek, %53,3'ünün orta ve %28,7'sinin ise düşük bulunmuştur. Temel psikolojik ihtiyaçlar açısından, katılımcılar genel olarak ihtiyaçlarının karşılandığını düşünmektedir. En yüksek düzeyde karşılanan psikolojik ihtiyaç sevgi ve ait olma ihtiyacıdır. Bunu; eğlence, güç, özgürlük ihtiyaçları takip etmektedir (Tablo 3). Ayrıca verilerin güvenilirliğine yönelik yapılan analize göre, alpha değeri ,70'in üzerindedir. Tabachnick ve Fidell (2012) normal dağılım için, basıklık ve çarpıklık değerinin -1,5-+1,5 aralığında olması gerektiğini ifade etmektedir (34). Buna göre veriler normal dağılım sergilemektedir (Tablo 3).

Yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, eğlence ihtiyacı dışındaki diğer psikolojik ihtiyaçlar olan; güç, sevgi-ait olma ve özgürlük ile sosyal medya bağımlılığı arasında düşük dereceli ve negatif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur ($\text{sig} \leq 0,05$). Bu ihtiyaçların yeterince karşılanmaması sosyal medya bağımlılığı düzeyini artırırken yeterince karşılanması ise azaltmaktadır (Tablo 4).

Regresyon analizine göre ise, özgürlük ve güç ihtiyacının karşılanma düzeyi katılımcıların sosyal medya bağımlılığını açıklamaktadır. Bir başka ifadeyle, sosyal medya bağımlılığı düzeyinde ortaya çıkacak %15 oranındaki negatif yönlü bir değişim, özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyiyle; %17'lik negatif değişim ise güç ihtiyaçlarının karşılanma düzeyiyle açıklanmaktadır. Sevgi-ait olma ve eğlence ihtiyacının karşılanma düzeyine göre ise sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlı bir etkilene görülmemektedir (Tablo 5).

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım sürelerinde COVID-19 pandemisi sürecinde çeşitli düzeylerde artış yaşandığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım sürelerinde yaşanan bu artışa paralel şekilde, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı

Tablo 1: Katılımcıların sosyodemografik özellikleri

Sosyodemografik Özellik	Değişken	%
Cinsiyet	Kadın	%65,2
	Erkek	%34,8
Yaş	18 ve altı	%3,9
	19-20	%32,1
	21-23	%58,7
	24 ve üstü	%5,3
Doğum sırası	İlk	%43,8
	Ortanca	%26,3
	Son	%29,9
Sınıf	1. Sınıf	%34,1
	2. Sınıf	%22,8
	3. Sınıf	%36,4
	4 ve üzeri	%6,7
Kardeş sayısı	0	%3,7
	1	%31,1
	2	%27,2
	3	%18,7
	4 ve üzeri	%0
Aylık harcanabilir gelir (Harçlık, burs vb.)	Düşük	%31,5
	Orta	%64,6
	Yüksek	%3,9

Tablo 2: Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları

Sosyal medya kullanım alışkanlığı	Değişken	(%)
Sosyal medyaya girmek için kullanılan cihaz türü	Masaüstü bilgisayar	%0
	Mobil cihaz	%77,4
	Masaüstü+Mobil	%22,6
Sosyal medya kullanım yılı	1 yıldan daha az	%2,4
	1-3 yıl arası	%10,4
	4-6 yıl arası	%43,9
	7 yıl ve üzeri	%43,3
Sosyal medyada günlük geçirilen süre	1 Saatten az	%7,3
	1-3 saat arası	%47,4
	4-6 saat arası	%36,6
	7 saat ve üzeri	%8,7
Sosyal medyayı gün içinde kullanım zamanları	Sabah	%1,4
	Öğle	%5,3
	Akşam	%34,1
	Gece	%38,2
	Tüm Gün	%21,1
COVID-19 sürecinde sosyal medya kullanımındaki artış	Artış olmayan	%17,1
	0-1 Saat arası	%19,1
	2-3 Saat arası	%39,6
	4-5 Saat arası	%15,0
	6-7 Saat arası	%5,1
	8 Saat ve üzeri	%4,1

Tablo 3: Değişkenlere ait güvenilirlik ve normallik testi ile sosyal medya bağımlılığı düzeyi istatistikleri

Değişken N Ort. St. Sapma α Basıklık Çarpıklık						
Sosyal Medya Bağımlılığı	508	2,84	0,625	0,858	0,082	-0,433
Sevgi ve ait olma	508	4,30	0,964	0,891	1,434	-1,427
Eğlence	508	3,82	0,847	0,740	-0,390	-0,505
Güç	508	3,65	0,741	0,753	-0,029	-0,358
Özgürlük	508	3,63	0,958	0,834	-0,202	-0,539
Sosyal Medya Bağımlılığı Oranı						
Değişkenler				Kişi	Yüzde	
Bağımlılık düzeyi düşük				146	28,7	
Bağımlılık düzeyi orta				271	53,3	
Bağımlılık düzeyi yüksek				91	17,9	
α : Güvenilirlik kat sayısı						

düzeyinde de artış yaşanmıştır. En yüksek düzeyde bağımlılığı olanların, salgın sürecinde sosyal medya kullanımının 8 saat ve daha fazla arttığını bildirenler olduğu görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, COVID-19 salgını sürecinde üniversite öğrencileri sosyal medyada geçirdikleri sürenin arttığını belirtmiştir ve bu artışa paralel olarak sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de yükseldiği görülmektedir. Temel

psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ise bu dönemde farklılaşmamıştır (Tablo 6).

Sosyal medya bağımlılığının düzeyi, kullanım alışkanlıklarına göre farklılık göstermektedir. Bağımlılık düzeyleri yüksek olan öğrenciler, sosyal medya uygulamalarını gün boyu ve diğerlerine göre daha fazla kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın günlük kullanım süresi arttıkça bağımlılığın düzeyi de artmaktadır.

Tablo 4: Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi

Sosyal Medya Bağımlılığı Tolerans VIF

Güç	r	-0,217**	1,160	0,862
	p	0,000		
Eğlence	r	-0,042	1,408	0,710
	p	0,345		
Sevgi ve Ait Olma	r	-0,098*	1,048	0,954
	p	0,028		
Özgürlük	r	-0,176**	1,526	0,655
	p	0,000		

r: **,0,01 Korelasyon anlamlılığı, *: 0,05 Korelasyon anlamlılığı, p: anlamlılık VIF: Çoklu doğrusal bağıntı

Tablo 5: Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılığına etkisi

Model Standart Olmayan Katsayılar			Standart Katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta	t	p
(Sabit)	3,634	0,188		19,312	0,000
Güç İhtiyacı	-0,151	0,039	-0,178	-3,841	0,000
Eğlence İhtiyacı	,070	0,038	0,095	1,862	0,063
Sevgi-Ait Olma İhtiyacı	-0,037	0,029	-0,057	-1,301	0,194
Özgürlük İhtiyacı	-0,098	0,035	-0,151	-2,832	0,005

Bağımlı Değişken: Sos. Medya Bağımlılığı; Adj. R²: 0,059, D. Watson: 1,963, df: 4, F: 89,25, B: regresyon ağırlığı, t: grupların ortalama farkı, p: anlamlılık, Beta: regresyon katsayısı, Adj. R²: düzeltilmiş regresyon katsayısı, D. Watson, otokorelasyon testi, df: serbestlik derecesi, F: varyans eşitliği

Tablo 6: Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve sosyal medya bağımlılığının, COVID-19 Sürecinde sosyal medya kullanımındaki artışa göre farklılığı

	Sos. Med. Bağımlılığı			Güç		Eğlence		Sevgi-ait olma		Özgürlük	
		Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p
Kullanımındaki artış	Artış yok	2,52	0,000	3,66	0,142	3,77	0,518	4,19	0,298	3,49	0,819
	0-1 Saat	2,66		3,79		3,96		4,41		3,66	
	2-3 Saat	2,95		3,57		3,78		4,35		3,66	
	4-5 Saat	3,01		3,71		3,79		4,19		3,68	
	6-7 Saat	2,84		3,41		3,75		4,08		3,63	
	8 Saat	3,27*		3,63		3,95		4,49		3,61	

*Farklı olduğu grup, p: anlamlılık, Ort: ortalama

Günlük bir saatten az sosyal medya kullanan kişilerin bağımlılık düzeyi daha düşüktür. Psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin de sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılaştığı görülmektedir. Sosyal medyayı sabah saatlerinde yoğun kullananların güç ihtiyacını karşılama düzeyinin daha düşük olduğu, öğle saatlerinde kullananların ise eğlence ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca güç ihtiyacı yeterince karşılananlar, sosyal medyada daha az zaman geçirmektedir (Tablo 7).

Bağımsız grup t testi sonucuna göre, sosyodemografik değişkenler açısından değerlendirme yapıldığında, kadınların sosyal medya

bağımlılığı erkeklere göre daha yüksek bir ortalama sahiptir. Psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyine göre ise cinsiyet açısından farklılık bulunmamaktadır. Anova testi sonucuna göre de yaşın artmasıyla birlikte, sosyal medya bağımlılığı azalmakta; güç ihtiyacının karşılanma düzeyi ise artmaktadır. Son sınıftaki öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve eğlence ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi daha düşüktür. Dört ve üstünde kardeşi olanların sosyal medya bağımlılığı ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi daha düşüktür. Aylık gelir arttıkça; güç, sevgi-ait olma ve özgürlük ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi de artmaktadır. Orta gelire sahip olanların ise eğlence ihtiyacı daha fazla karşılanmaktadır (Tablo 8).

Tablo 7: Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılığı

Sos. Med. Bağımlılığı				Güç		Eğlence		Sevgi-ait olma		Özgürlük	
		Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p
Kullanım zaman	Sabah	2,56	0,001	3,25*	0,000	3,61	0,003	3,76	0,109	3,25	0,020
	Öğle	2,70		4,15		4,31*				4,18*	
	Akşam	2,76		3,67		3,80				3,64	
	Gece	2,81		3,69		3,88				3,63	
	Tüm gün	3,05*		4,42		3,63				3,51	
Günlük süre	1 Saatten az	2,23*	0,000	3,38*	0,016	3,60	0,121	4,07	0,151	3,45	0,561
	1-3 Saat	2,71		3,71		3,90				3,68	
	4-6 Saat	3,04		3,56		3,79				3,60	
	7 Saat +	3,17		3,46		3,70				3,66	
Kullanım yılı	1 yıldan az	2,66	0,027	3,21	0,179	3,46	0,406	4,44	0,121	3,17	0,104
	1-5 yıl	2,71		3,58		3,80				3,66	
	6 yıl +	3,00*		3,66		3,86				3,72	

*Farkın olduğu grup, p: anlamlılık, Ort: ortalama

Tablo 8: Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve sosyal medya bağımlılığının sosyodemografik özelliklere göre farkı

Sos. Med. Bağımlılığı				Güç		Eğlence		Sevgi -ait olma		Özgürlük	
		Ort.	p	Ort.	p	Ort.	p.	Ort.	p	Ort. p	
Yaş Cinsiyet	Kadın	2,88	0,026	3,67	0,351	3,82	0,967	4,33	0,422	3,58	0,105
	Erkek	2,75		3,60		3,82		4,25		3,73	
	18 ve altı	3,09	0,002	3,16*	0,002	3,69	0,210	4,40	0,094	3,70	0,135
	19-20	2,87		3,65		3,87		4,17		3,72	
	21-23	2,83		3,64		3,83		4,37		3,60	
	24 +	2,44		3,99*		3,52		4,16		3,27	
Sınıf	1	2,78	0,011	3,65	0,841	3,96	0,001	4,29	0,247	3,77	0,073
	2	2,79		3,69		3,84		4,20		3,62	
	3	2,95		3,61		3,76		4,40		3,52	
	4	2,66*		3,69		2,37*		4,16		3,48	
Kardeş Sayısı	Kardeş yok	2,95	0,011	3,64	0,341	3,91	0,184	4,18	0,098	3,96	0,008
	1	2,83		3,74		3,92		4,43		3,77	
	2	3,03		3,62		3,83		4,24		3,62	
	3	3,09		3,61		3,81		4,32		3,64	
	4 +	2,71*		3,55		3,65		4,12		3,35*	
Yaş sırası	İlk	2,85	0,309	3,68	0,500	3,95*	0,011	4,14*	0,043	3,68	0,454
	Ortanca	2,77		3,58		3,72		4,32		3,65	
	Son	2,88		3,65		3,72		4,43		3,60	
Gelir	Düşük	2,83	0,713	3,49	0,001	3,65	0,03	3,21	0,007	3,42	0,003
	Orta	2,85		3,79		3,91*		3,38		3,72	
	Yüksek	2,73		4,03*		3,63		3,75*		3,75*	

p: anlamlılık, Ort: ortalama

Tartışma

Bu çalışmada Covid-19 salgını nedeniyle Türkiye’de 65 yaş üzeri ve 20 yaş altı için sokağa çıkma yasağının olduğu bir dönemde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişki incelenmiş ve sonuç olarak değişkenler arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyleri arttığında, sosyal medyaya olan bağımlılık düzeyleri azalmaktadır. Psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi düştüğünde ise sosyal medyaya olan bağımlılık düzeylerinde artış olmaktadır. Katılımcılar Covid-19 sürecinde sosyal medya kullanımlarının arttığını ifade etmişlerdir. Kullanım sürelerindeki artışa göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri değerlendirildiğinde: Salgın sürecinde sosyal medya kullanımının 8 saat ve daha fazla arttığını belirten katılımcıların diğer katılımcılara göre bağımlılık düzeylerinin anlamlı olarak daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Madde bağımlılıklarında olduğu gibi (35) internet tabanlı bağımlılıklardaki artışta da olumsuz çevre koşullarının etkisi göz ardı edilemez bir durumdur (10). Pandemi döneminde Hindistan’da insanların %87’sinin (5), Çin’in Vuhan kentinde ise %80’den fazlasının (36) sosyal medya kullanımının arttığını bildirilmiştir. Araştırma katılımcılarının %82,9 gibi büyük bir oranı, pandemi sürecinde sosyal medya kullanım sürelerinin pandemi öncesine göre arttığını ifade etmişlerdir. Bu dönemde sosyal medya kullanım sürelerinin arttığını ifade edenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri de yüksek bulunmuştur.

Araştırmanın amaçlarından biri de Covid-19 salgının sürecinde üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyini incelemektir. Katılımcılar salgın sürecinde temel psikolojik ihtiyaçlarının genel olarak yüksek düzeyde karşılandığını ifade etmektedir. Covid-19 kısıtlamaları sürecinde, psikolojik ihtiyaçların yüksek oranda karşılanması, araştırmanın beklenmeyen bir bulgusu olmuştur. Bu bulgu, “Psikolojik ihtiyaçların gerçek yaşamda yeterince karşılanmadığı dönemlerde, kişiler sosyal medyayı bu ihtiyaçlarını karşılamak için telafi edici bir araç olarak kullanıyor olabilir mi?” sorusunu akla getirmektedir. Nitekim, bazı araştırmalar temel psikolojik ihtiyaçlar ile sosyal medya kullanımı arasında bağlantı olduğunu göstermektedir. Yine diğer bazı araştırmalar da insanların sosyal ağları; suçluluk, kaygı, çaresizlik ve depresyon gibi olumsuz duygularını azaltmak, kişisel sorunlarını unutmak (ruh hali değişikliği) için de bağımlılığa yol açacak şekilde kullanabildiklerini göstermektedir (37-40).

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre sosyal medya bağımlılığı yüksek düzeyde olan öğrenciler, sosyal medyayı belirli bir zaman dilimi olmaksızın tüm gün kullanmaktadır. Bilindiği üzere sosyal medya bağımlılığının en önemli kriterlerinden biri, sosyal medya ağlarında sürekli çevrimiçi kalma isteğidir

(13). Griffiths de bu konuya dikkat çekmiş ve kişilerin sosyal medyayı kullandığında, hissettikleri ve ruh halini değiştiren bazı etkilere tekrar ulaşabilmek amacıyla, burada harcadıkları zamanı kademeli olarak artırdığı süreci, sanal tolerans olarak tanımlamıştır (41). Alan yazında haftalık internet kullanım süresi ile bağımlılık arasında ilişki kuran bazı yayınlar; haftalık 39 saat, bazıları 21 saat, bazıları ise 9 saat kullanımı önemli bir bağımlılık kriteri olarak tanımlamaktadır (42). Araştırmamıza katılan öğrencilerin %48’i 1-3 saat arası, %36’sı 4-6 saat arası ve %8,7’si ise 7 saat ve daha fazla sürelerde günlük olarak sosyal medya kullandığını bildirmiştir. Bu oranlara göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Araştırmaya üniversite öğrencilerinin dahil edilmesinin önemli nedenlerinden biri, eğitimi ve genç yaşta kişilerde internet tabanlı bağımlılıkların daha yaygın görüldüğüne yönelik bazı araştırma bulgularının olmasıydı. Sosyal medya bağımlılığının toplumlara göre yaygınlık oranlarıyla ilgili alan yazında %2,8 ile %47 arasında değişen bulgular mevcuttur (43). Araştırmamızın bulgularına göre ise üniversite öğrencilerinin %17,9’unda sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek düzeyde, %53,3’ ünün orta düzeydedir.

Demografik özelliklerle sosyal medya bağımlılığı arasında da önemli bir ilişki vardır. Geçmişte yapılan bazı araştırmalarda, erkek kullanıcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyinin kadın kullanıcılara göre daha yüksek olduğu yönünde bulgular mevcuttur. Ancak gerek son yapılan araştırmalar ve geniş çaplı meta-analiz çalışmaları (43,44) gerekse araştırmamızın bulguları, kadınların sosyal medya bağımlılığı düzeyinin erkelerden daha fazla olduğunu göstermektedir. Araştırma verilerimiz yaşı ilerlemesiyle birlikte sosyal medya bağımlılığının azaldığını da göstermektedir. Bu bulgu diğer araştırma bulguları ile örtüşmektedir (45).

Sosyal medya sitelerinde aranan psikolojik doyumlar ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasında pozitif ilişki olduğunu gösteren bazı araştırma bulguları vardır (46). Bu çalışmada da sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin, öğrencilerin sosyal medyayı kullanım alışkanlıklarına göre farklılaştığı görülmektedir. Eğlence ve özgürlük ihtiyacının daha düşük düzeyde karşılandığı kişiler, sosyal medyayı öğle vakitlerinde; güç ihtiyacının daha düşük düzeyde karşılandığı kişiler ise sabah vakitlerinde daha fazla kullanmaktadır. Güç ihtiyacı yüksek düzeyde karşılanan kişilerin sosyal medya kullanımlarının daha az olduğu görülmektedir. Bu durum sosyal medyanın bazı insanların kendini güçlü hissetme ihtiyacının karşılanmasına aracılık ettiği şeklinde yorumlanabilir. Nitekim sosyal medya araçlarının tasarımı, tıpkı video oyunları gibi kullanıcıların kendilerini sanal ortamda da olsa güçlü hissetmelerini sağlayacak bazı özelliklere sahiptir. Dijital çağda insanlar; prestij kazanma, saygı görme, yarışma, şöhret ve kendini önemli hissetme gibi güçlülük unsurlarını artık

sosyal ağlarda elde edilen; beğeni, takipçi ve arkadaş sayıları ya da mavi tik onayı ile de ölçer hale gelmiştir. Bu konuda literatürde spesifik bir araştırma bulgusuna rastlanmamıştır ve yeni yapılacak araştırmalara fikir verebileceği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçlarla ilişkisini inceleyen araştırmamız, alan yazında bu konuda sınırlı sayıda yapılan çalışmalardan biri olmakla birlikte bazı kısıtlılıkları da söz konusudur. Her şeyden önce sosyal medya bağımlılığı kavramının DSM-5'te resmi bir tanı olarak yer almaması araştırmanın önemli sınırlılıklarından biridir. Ayrıca araştırmada katılımcıların Covid-19 sürecinden etkilenme düzeyi ve sosyal medya kullanım oranları hakkındaki veriler, kendi beyanları esas alınarak ve önceki durumları bilinmeden değerlendirilmiştir. Salgın kısıtlamalarının örneklem üzerindeki etkileri incelenirken anketlerin uygulandığı dönemde örneklemin kısıtlama kurallarına uyduğu varsayılmıştır.

Sonuç olarak, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının düzeyi ile psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasında ilişki olduğunu gösteren bu araştırmanın bulguları, gerek problemleri internet kullanımının gerekse sosyal medya bağımlılığının önlenmesi için önemli faydalar sağlayabilir. Özellikle de üniversite öğrencilerinin %17,9'unun sosyal medya bağımlılığının yüksek düzeyde olduğu yönündeki bulgumuzun üzerinde önemle durulmalıdır. Sosyal medyanın, üniversite öğrencileri tarafından bu denli yoğun şekilde kullanımının, öğrencilerin kariyer hedeflerini olumsuz yönde etkileyeceği ortadadır. Bu nedenle, bazı kişilerin sosyal medyaya diğerlerine göre neden daha fazla yöneldikleri, sosyal medya bağımlılığını önlemede ve var olan internet tabanlı bağımlılıkların çözümünde psikolojik ihtiyaçların rolü gibi konularda yeni araştırmalara ihtiyaç vardır.

Kaynaklar

- Wood M, Center H, Parenteau SC. Social media addiction and psychological adjustment: religiosity and spirituality in the age of social media, *Ment Health Relig Cult* 2016; 19(9): 972-983.
- Quan-Haase A, Young AL. Uses and gratifications of social media a comparison of facebook and instant messaging. *Bull Sci Technol Soc* 2010; 30(5): 350-361.
- Weare Social Digital 2021. <https://wearesocial.com/digital-2021> (22.05.2021 tarihinde ulaşıldı)
- Gençer AG, Karadere ME, Okumuş B, Hocaoglu Ç. DSM-5'e giremeyen tanılar (kompulsif satın alma, misophonia, facebook kıskançlığı, pagofaji, siberkondria, internet bağımlılığı). DSM-5'in yeni tanıları. Hocaoglu Ç (Ed.), Ankara, Türkiye Klinikleri 2018; 87-96.
- Singh S, Dixit A, Joshi G. Is compulsive social media use amid Covid-19 pandemic addictive behavior or coping mechanism? *Asian J Psychiatr* 2020; 54: 102290.
- Nowland R, Necka EA, Cacioppo JT. Loneliness and social internet use: pathways to reconnection in a digital world? *Perspect Psychol Sci* 2018; 13(1): 70-87.
- Meshi D, Ellithorpe, ME. Problematic social media use and social support received in real-life versus on social media: Associations with depression, anxiety and social isolation. *Addict Behav* 2021; 119: 106949.
- Balakrishnan V, Shamim A. Malaysian facebookers: Motives and addictive behaviours unraveled. *Comput Human Behav* 2013; 29(4): 1342-1349.
- Ryan T, Chester A, Reece J, Xenos S. The uses and abuses of facebook: A review of facebook addiction. *J Behav Addict* 2014; 3(3): 133-148.
- Cheng C, Li AYL. Internet addiction prevalence and quality of (real) life: A meta-analysis of 31 nations across seven world regions. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 2014; 17(12): 755-760.
- Kuss DJ, Lopez-Fernandez O. Internet addiction and problematic internet use: A systematic review of clinical research. *World J Psychiatry* 2016; 6(1): 143-176.
- Evren C, Dalbudak E, Evren B, Demirci Çiftci, A. High risk of internet addiction and its relationship with lifetime substance use, psychological and behavioral problems among 10th grade adolescents. *Psychiatr Danub* 2014; 26(4): 330-339.
- Andreassen CS, Pallesen S. Social network site addiction-an overview. *Curr Pharm Des* 2014; 20(25): 4053-4061.
- Katz E, Blumler JG, Gurevitch M. The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives On Gratifications Research. Beverly Hills, Sage Publications, 1974.
- Abbas R, Mesch GS. Cultural values and facebook use among Palestinian youth in Israel. *Comput Human Behav* 2015; 48(C) :644-653.
- Taş HY, Kaçar S. X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının yönetim tarzları ve bir işletme örneği. *OPUS Int J Society Res* 2019; 18(11): 642-675.
- Aktan E. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi* 2018; 5(4): 405-421.
- Skierkowski D, Wood RM. To text or not to text? The importance of text messaging among college-aged youth. *Comput Human Behav* 2012; 28(2): 744-756.
- Tsai HF, Cheng SH, Yeh TL, et al. The risk factors of internet addiction: A survey of university freshmen. *Psychiatry Res* 2009; 167(3): 294-299.
- Suler JR. To get what you need: Healthy and pathological internet use. *Cyberpsychol Behav* 2009; (2)5: 385-393.
- Koç M. Internet addiction and psychopathology. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology* 2011; 10(1): 143-148.
- Akpınar O, Öz FS. Gerçeklik terapisi: Özellikler, temel kavramlar, tedavi, uygulama ve değerlendirme. *Electronic J Soc Sci* 2013; 12(43): 1-22.
- Baumeister RF, Leary MR. The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychol Bull* 1995; 117(3): 497-529.
- Peterson AV. Choice theory and reality therapy. *Tennessee Couns Assoc J* 2000; 28(1): 41-50.
- Yorgun A, Acar VN. The practicality of reality therapy in Turkish culture: an analytical overview. *Education and Science* 2014; 39(175): 216-226.
- Sarhangpour H, Baezzat F. Predicting cyberloafing through psychological needs with conscientiousness and being goal-oriented as mediators among university students. *Int J Psychol* 2018; 12(2): 147-168.
- Kaner S. Kontrol kuramı ve gerçeklik terapisi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 1993; 26(2): 569-585.
- Deci, EL, Ryan RM. The "what" and "why" of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychol Inquiry* 2000; 11(4): 227-268

29. Overholser JC. A simulated interview with William Glasser: Part 1—An ideology about mental health. *Irish Association for Counselling and Psychotherapy* 2019; 19(3): 4-8.
30. Yardımcı İ. Mizah kavramı ve sanattaki yeri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2010; 3(2): 1-41.
31. Young-Ju J, Ae-Kyung C, Jeong-Jin K, Min-Yeong L. Identification of the structural relationship of basic psychological needs and facebook addiction and continuance. *The Journal of the Institute of Internet, Broadcasting and Communication* 2016; 16(1): 183-191.
32. Şahin C, Yağcı M. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* 2017; 14(1): 523-538.
33. Türkdoğan T, Duru E. Üniversite öğrencileri temel ihtiyaçlar ölçeğinin (ÜÖTİÖ) geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 2012; 31(1): 81-91.
34. Tabachnick BG, Fidell LS. *Using Multivariate Statistics*. (6th Ed.) Boston: Person Education, 2012.
35. Bulut S, Bozkurt İ. The effect of treatment motivation levels on patients sent to a conditional substance abuse treatment program. *Universitas Psychologica* 2019; 18(1): 1-16.
36. Gao J, Zheng P, Jia Y, et al. Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS One* 2020; 15(4): e0231924.
37. Andreassen CS. Online social network site addiction: A comprehensive review. *Curr Addict Rep* 2015; 2015(2): 175–184.
38. Clark M, Calleja K. Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese university students. *Addict Res Theory* 2008; 16(6): 633-649.
39. Vansteenkiste M, Ryan RM. On psychological growth and vulnerability: Basic psychological need satisfaction and need frustration as a unifying principle. *J Psychother Integr* 2013; 23(3): 263–280.
40. Dongping L, Wenhua Z, Xian L et al. Stressful life events and adolescent internet addiction: The mediating role of psychological needs satisfaction and the moderating role of coping style. *Comput Human Behav* 2016; 63(C): 408-415.
41. Griffiths, M. A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *J Subst Use* 2005; 10(4): 191-197.
42. Van den Eijnden RJJM, Meerkerk GJ, Vermulst AA, et al. Online communication, compulsive internet use, and psychosocial well-being among adolescents: A longitudinal study. *Dev Psychol* 2008; 44(3): 655-665.
43. Andreassen CS, Joel Billieux J, Griffiths MD, et al. The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychol Addict Behav* 2016; 30(2): 252-262.
44. Banyai F, Zsila A, Kiraly O, et al. Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS One* 2017; 12(1): e0169839.
45. Ho SS, Lwin M, Lee, E. Till logout do us part? Comparison of factors predicting excessive social network sites use and addiction between Singaporean adolescents and adults. *Comp Human Behav* 2017; 75: 632-642.
46. Chen HT, Kim, Y. Problematic use of social network sites: The interactive relationship between gratifications sought and privacy concerns. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 2013; 16(11): 806-812.