



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

**YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI, BİLİNÇLİ
FARKINDALIK VE YAŞAM MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Beste Nur SAYGILI

Lefkoşa
Ocak, 2025

**BESTE NUR
SAYGILI**

**YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMI, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE
YAŞAM MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ**

YÜKSEKLİSANS TEZİ

2024

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI, BİLİNÇLİ
FARKINDALIK VE YAŞAM MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Beste Nur SAYGILI

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr.

Ayşe Buran

Lefkoşa

Ocak, 2025

Onay

Beste Nur Saygılı tarafından hazırlanan “Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı tez, kapsam ve nitelik açısından kalite standartlarına uygunluğu ile Klinik Psikoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak 20.01.2025 tarihinde kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Adı- Soyadı

İmza

Jüri Başkanı:

Yrd. Doç. Dr. Gizem Öneri Uzun

Jüri Üyesi:

Yrd. Doç. Dr. Hande Çelikay

Danışman:

Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran

[Handwritten signatures of the jury members]

Anabilim Dalı Başkanı Onayı

20.1.1./2025

[Handwritten signature of the department head]

Doç Dr. Mevcan Kozanoğlu
Ünvan, Ad-Soyad

Anabilim Dalı Başkanı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

...../...../20...

Prof. Dr. Kemal Hüsni Çan Başer

Enstitü Müdürü



Etik İkelere Uygunluk Beyanı

Bu tez çalışması, akademik dürüstlük ve etik ilkelere uygun olarak hazırlanmıştır. Çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına riayet edilmiştir. Araştırmada kullanılan tüm veri ve bilgiler doğru ve şeffaf bir şekilde sunulmuş olup, hiçbir şekilde tahrifata, çarpıtmaya veya intihale yer verilmemiştir. Çalışmada yer verilen kaynakların tamamı usulüne uygun şekilde belirtilmiş ve alıntılar, kaynak gösterilerek yapılmıştır. Tez çalışmam sırasında herhangi bir çıkar çatışması, maddi kazanç sağlama veya etik ilkelere aykırı bir durum oluşmamıştır. Ayrıca araştırmada yer alan bireylerin gizliliği korunmuş, gerekli izinler alınmış ve ilgili tüm etik prosedürler eksiksiz bir şekilde yerine getirilmiştir. Yukarıda belirtilen hususlar doğrultusunda, bu çalışmanın etik ilkelere uygun olarak yapıldığını beyan ederim.

Beste Nur SAYGILI

20/01/2025

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanması ve tamamlanması sürecinde değerli katkılarıyla bana yol gösteren, bilgi ve deneyimlerini paylaşarak çalışmama rehberlik eden Sayın Yrd. Doç. Dr. Ayşe BURAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Kendisinin akademik bilgi birikimi, sabrı ve destekleyici yaklaşımı sayesinde bu süreçte kendimi geliştirme fırsatı buldum. Hem bilimsel hem de kişisel anlamda üzerimde bıraktığı olumlu etkiler, akademik hayatım boyunca benim için yol gösterici olacaktır.

Beste Nur SAYGILI

Özet

Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Beste Nur SAYGILI

Yüksek Lisans Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

01, 2025, 91 sayfa

Bu araştırmada, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmış ve örneklem, 18 yaş ve üzeri yetişkinlerden oluşmuştur. Örneklem büyüklüğü, bilinmeyen evren formülü kullanılarak 384 kişi olarak belirlenmiştir. Veriler, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler arasındaki ilişkiler, Pearson Korelasyon Analizi ile değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puanları ile Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanları arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Sosyal medya kullanımının artması, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyetinde düşüşe yol açmaktadır. Bunun aksine, Bilinçli Farkındalık Ölçeği puanları ile Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanları arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki tespit edilmiştir. Bu durum, bireylerin bilinçli farkındalık düzeylerinin artmasının yaşam memnuniyetini olumlu etkilediğini göstermektedir. Bu çalışma, günlük sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte yaşam memnuniyetinde belirgin bir düşüş olduğunu ortaya koymuştur. Sonuçlara dayanarak, kişilerin sosyal medyayı kontrollü bir şekilde kullanmalarını sağlamak amacıyla bilinçli farkındalık eğitimleri ve dijital detoks programları önerilebilir.

AnahtarKelimeler: Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık, Yaşam Memnuniyeti

Abstract**Examining the Relationship Between Social Media Use, Conscious Awareness and Life Satisfaction in Adult Individuals****Beste Nur SAYGILI****MSc, Department of Clinical Psychology****01, 2025, 91 page**

This study examined the relationships between social media use, mindfulness, and life satisfaction among adults. The research employed a correlational survey model, and the sample consisted of adults aged 18 and older. The sample size was determined as 384 participants using the unknown universe formula. Data were collected using the Social Media Usage Scale, Mindfulness Scale, and Life Satisfaction Scale. Relationships between the collected data were evaluated using Pearson Correlation Analysis. The results revealed a significant negative relationship between scores on the Social Media Usage Scale and both the Mindfulness Scale and the Life Satisfaction Scale. In other words, increased social media use was associated with decreases in mindfulness and life satisfaction. Conversely, a significant positive relationship was found between scores on the Mindfulness Scale and the Life Satisfaction Scale. This indicates that higher levels of mindfulness positively affect life satisfaction. This study revealed a significant decrease in life satisfaction with increased daily social media use. Based on the results, conscious awareness training and digital detox programs can be recommended to ensure that people use social media in a controlled manner.

Keywords: Social Media Use, Conscious awareness, life satisfaction

İçindekiler

Etik İlkeler Uygunluk Beyanı.....	i
Teşekkür	ii
Özet	iii
Abstract	iv
Tablolar Listesi.....	viii
Kısaltmalar	ix

BÖLÜM I

Giriş.....	1
Problem Durumu	1
Araştırmanın Amacı	2
Araştırmanın Alt Amaçları.....	3
Araştırmanın Önemi.....	3
Araştırmanın Sınırlılıkları	4
Kavramlar.....	5

BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeveve Literatür Taraması.....	6
Sosyal Medyanın Tarihçesi ve Gelişimi	6
Sosyal Medya Kullanımının Bireylerin Yaşamındaki Rolü	7
Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları.....	8
Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Profilleri	9
Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları ve Alışkanlıkları.....	10
Bilinçli Farkındalık (Mindfulness) Tanımı ve Önemi	10
Bilinçli Farkındalık ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki	11
Yaşam Memnuniyeti Tanımı ve Önemi.....	12
Yaşam Memnuniyeti ve Bireysel İyi Oluş.....	12
Sosyal Medya Kullanımı ile Bilinçli Farkındalık Arasındaki İlişki	13

Sosyal Medya Kullanımının Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkileri	13
Dijital Dikkat Dağınıklığı ve Bilinçli Farkındalık Düzeyleri	14
Sosyal Medya Kullanımı ile Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişki	15
Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri	15
Olumsuz Sosyal Medya Kullanım Biçimlerinin Yaşam Memnuniyetine Etkisi	16
Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi	17
Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin Yaşam Memnuniyeti Üzerindeki Rolü	17
Zihinsel Odaklanma ve Subjektif İyi Oluş Bağlantısı	18
Sosyal Medya Kullanımını Düzenlemeye Yönelik Stratejiler	18
Bilinçli Sosyal Medya Kullanım Yöntemleri.....	19
Bireylerin Dijital Alışkanlıklarını Optimize Etme Yolları	20
İlgili Araştırmalar.....	20

BÖLÜM III

Yöntem.....	23
Araştırmanın Modeli	23
Araştırmanın Örneklemi.....	23
Veri Toplama Araçları	26
Kişisel Bilgi Formu(EK-1).....	26
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SKÖ) (EK-2)	26
Bilinçli Farkındalık Ölçeği (BFİÖ) (EK-3).....	26
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği (YMÖ)(EK-4)	27
Veri Analizi	27
Çalışma Planı ve Süreci	31

BÖLÜMIV

Bulgular.....	32
---------------	----

BÖLÜMV

Tartışma.....	47
---------------	----

BÖLÜMVI

Sonuç ve Öneriler.....	51
Sonuç.....	51
Öneriler.....	52
Kaynakça.....	54
Ekler	68
Ölçek İzinleri.....	74
İntihal Raporu.....	77
Özgeçmiş.....	78

Tablolar Listesi

Tablo1.Sosyal Medya Kullanan Yetişkin Bireylerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımları

Tablo2.Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Normal Dağılıma Uyuma Durumu

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanları

Tablo 4.Katılımcıların Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo5.Katılımcıların Cinsiyetine Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo6.Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo7.Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo8.Katılımcıların Gelirine Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo9.Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Tablo10.Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarının Arasındaki Korelasyonlar

Tablo11.Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Bilinçli Farkındalık Ölçeği Puanlarının Yaşam Memnuniyeti Ölçeği Puanlarını Yordayıcılığı

Kısaltmalar

BFÖ: Bilinçli Fedakarlık Ölçeği

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

SPSS: Sosyal Bilimler İstatistik Programı

YMÖ: Yaşam Memnuniyeti Ölçeği

BÖLÜM 1

Giriş

Sosyal medya, network sistemlerini kullanarak insanların etkileşim kurmasına izin veren bir dizi araç, hizmet ve uygulamaları içeren bir ağ sisteminden oluşur (Boyd, 2007). Sosyal medyanın, çeşitli uygulamalarıyla hızla gelişen diğer web sitelerine göre popülerliği gün geçtikçe artarak iletişim, iş birliği ve paylaşımı önemli kılmaktadır (Şişman, 2014).

Bilinçli Farkındalık, bireyin şimdiki anı fark etmesine şu anda yaşananları anlayıp yorumlamasına ve öznel bir fikir geliştirmesine olanak sağlamaktadır. Bireyin kendini anlamasıyla birlikte geliştirilen iç görüşü yaşanan olumsuz duyguları fark edip kabullenmeye olanak tanımaktadır (Albayrak, 2020).

Yaşam memnuniyeti bireyin, hayatını bütün olarak değerlendirip olumluluk seviyesine göre bir sonuca vararak nitelendirdiği öznel bir kavramdır. Yaşam doyumu olarak da isimlendirilen kavram hayattan alınan hoşnutluk seviyesini tanımlar (Veenhoven, 1996).

Problem Durumu

Dijitalleşmenin hızla artmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarında önemli bir yere sahip olmuştur. Sosyal medya platformları, bilgi paylaşımı, sosyal bağlantılar kurma ve eğlence gibi faydalı yönler sunarken, bireylerin psikolojik iyi oluşlarını ve yaşam memnuniyetlerini etkileyen çeşitli sorunlara da zemin hazırlayabilmektedir (Kuss & Griffiths, 2017). Sosyal medyanın, bireylerin zihinsel sağlığı ve yaşam memnuniyeti üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalar, özellikle yetişkin bireylerde bu etkilerin karmaşıklığını gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımının bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti ile olan ilişkisini incelemek, çağdaş psikoloji ve toplum sağlığı açısından önemli bir araştırma alanıdır (Ellison vd., 2007).

Bilinçli farkındalık, bireylerin dikkatlerini mevcut ana odaklaması ve yargılamadan deneyimlemesi anlamına gelmektedir (Kabat-Zinn, 1994). Bununla birlikte, sosyal

medya kullanımı, bireylerin dikkatlerini bölebilir ve mevcut anın farkında olma kapasitesini azaltabilir (Brown & Ryan, 2003). Sosyal medya, sürekli bildirimler, içerik akışları ve anlık etkileşimler yoluyla bireylerin odaklanma becerisini olumsuz yönde etkileyerek bilinçli farkındalık düzeylerinin düşmesine neden olabilir. Bu durum, bireylerin genel psikolojik iyi oluşlarına zarar verebilecek bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Verduyn vd., 2017).

Yaşam memnuniyeti, bireyin yaşamını genel olarak değerlendirdiği ve memnuniyet seviyesini belirlediği bir psikolojik kavramdır (Diener vd., 1985). Sosyal medya kullanımının yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisi, kullanım biçimlerine ve bireysel farklılıklara göre değişiklik göstermektedir. Örneğin, sosyal medyayı olumlu sosyal bağlantılar kurma ve bilgi edinme amacıyla kullanan bireyler, yaşam memnuniyetlerinde artış gözlemleyebilirken; kıyaslama, onay arayışı ve sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz motivasyonlara sahip bireylerde bu durumun tam tersi bir etki yarattığı görülmektedir (Kross vd., 2013).

Sosyal medya kullanımının bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti üzerindeki bu potansiyel etkileri, bireylerin dijital alışkanlıklarının ve yaşam kalitelerinin daha iyi anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Ancak, bu üç değişken arasındaki ilişkilerin karmaşık yapısı, literatürde daha fazla araştırmayı gerektiren bir alan olarak dikkat çekmektedir (Chittaranjan vd., 2013). Sosyal medya platformlarının bireyler üzerindeki etkilerinin daha derinlemesine incelenmesi, bireylerin sağlıklı kullanım alışkanlıkları geliştirmelerine yönelik stratejiler oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

Bu bağlamda, araştırmanın problemi şu şekilde ifade edilebilir: "Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiler nelerdir ve bu değişkenler birbirini nasıl etkilemektedir?" Bu problem, sosyal medyanın bireylerin yaşamlarındaki etkilerini daha geniş bir perspektifle ele almayı ve bu etkileri azaltmaya yönelik çözüm yolları sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık düzeyi ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkileri derinlemesine

incelemektir. Çalışma kapsamında, sosyal medyanın bireylerin psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkileri analiz edilmekte ve bu etkilerin bilinçli farkındalık ile yaşam memnuniyeti düzeylerine nasıl yansıdığı değerlendirilmektedir. Araştırma, sosyal medyanın farklı kullanım biçimlerinin bireylerin bilinçli farkındalık düzeyleri ve yaşamdan duydukları tatmin üzerindeki rolünü belirlemeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, dijital alışkanlıkların olumlu ve olumsuz yönlerinin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasıyla bireylerin sosyal medyayı daha bilinçli ve sağlıklı bir biçimde kullanmalarını teşvik edecek önerilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Alt Amaçları

Araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti düzeyleri sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?

Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasında ilişki bulunmakta mıdır?

Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı ve bilinçli farkındalık yaşam memnuniyeti düzeylerini yordamakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Teknolojik gelişmelerle birlikte sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarında önemli bir konum edinmiştir (Aydın & Çok, 2019). Ancak, sosyal medya kullanımının bireylerin psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Turan & Çelik, 2020). Sosyal medya, doğru şekilde kullanıldığında bilgi edinme, sosyalleşme ve kendini ifade etme gibi yararlarıyla yaşam kalitesini artırabilir (Yengin & Arkadaş, 2016). Öte yandan, bilinçsiz ve aşırı sosyal medya kullanımı, bireylerin bilinçli farkındalık düzeylerini düşürerek yaşam memnuniyetlerini olumsuz etkileyebilir (Demir & Özkan, 2021). Bu durum, bireylerin zihinsel sağlıklarını ve genel yaşam tatminlerini tehlikeye atabilir (Doğan, 2020). Bu araştırma, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkilere odaklanarak, bu konuda literatürdeki önemli bir

boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Araştırma, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını bilinçli bir şekilde düzenlemeleri ve daha sağlıklı dijital davranışlar geliştirmeleri için rehberlik sağlayabilir (Gündüz & Hacıoğlu, 2018). Ayrıca, sosyal medya platformlarının bireylerin yaşamlarına daha olumlu bir şekilde entegre edilmesi için stratejiler oluşturulmasına katkıda bulunabilir (Köse & Doğan, 2019). Bu bağlamda çalışma hem bireysel hem de toplumsal düzeyde farkındalık artırıcı ve çözüm odaklı öneriler sunarak önemli bir değer taşımaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma, 18 yaş ve üzerindeki sosyal medya kullanan kişilerden seçilen 384 kişi ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği kullanılarak veriler toplanmıştır. Katılımcılara uygulanan ölçekler online olarak sunulmuş olup, elde edilen verilerin kesinliği tespit edilememiştir. Bu durum araştırmanın, sınırlılıkları arasında değerlendirilmektedir.

Kavramlar

Sosyal Medya Kullanımı; Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi olarak bilgi, fikir, ilgi alanlarını paylaşmasına ve birbirleriyle etkileşime girmesine olanak tanıyan dijital platformları ifade eden genel bir terimdir. Bu platformlar, kullanıcıların çeşitli içerikler oluşturarak veya paylaşarak etkileşime girmesine ve geniş bir bilgi akışı oluşturmalarına olanak tanır (Sayımer, 2008).

Bilinçli Farkındalık; Bu yaklaşımda bireyler çevresel uyaranlara ve kendi iç düşüncelerine, duygularına ve fiziksel duyumlarına açık bir farkındalıkla tepki verir ve bunları yargılamadan kabul ederler (Aktepe & Tolan, 2020)

Yaşam Memnuniyeti; Bir ruh hali olarak yaşam doyumu, bireyin yaşam kalitesine ilişkin genel değerlendirmesi sonucunda ulaştığı olumlu düzeyi ifade etmektedir (Kümbül Güler & Emeç, 2006).

BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

Sosyal Medyanın Tanımı ve Önemi

Sosyal medya, bireylerin internet tabanlı platformlar aracılığıyla içerik ürettiği, paylaştığı ve tükettiği bir dijital iletişim mecrası olarak tanımlanmaktadır. Kaplan ve Haenlein'e (2010) göre, sosyal medya, bireyler arasında iletişim süreçlerini güçlendiren, bilgi akışını hızlandıran ve küresel ölçekte etkileşim imkânı sağlayan bir araç niteliğindedir. Bu platformlar, kullanıcıların metin, görsel ve video gibi çeşitli içerik formatlarını kolaylıkla paylaşabilmesine olanak tanırken, aynı zamanda topluluklar oluşturma ve sosyal bağlar geliştirme süreçlerini desteklemektedir.

Sosyal medya, günümüzde bireylerin sosyal yaşamlarını şekillendiren ve bilgiye erişim süreçlerini kolaylaştıran bir araç haline gelmiştir. Sosyal medyanın en dikkat çekici özelliklerinden biri, bireyleri yalnızca içerik tüketicisi değil aynı zamanda içerik üreticisi konumuna getirmesidir (Boyd & Ellison, 2007). Kullanıcılar, sosyal medya aracılığıyla kimliklerini ifade edebilmekte, toplumsal meselelere yönelik farkındalık geliştirebilmekte ve kendilerini geniş bir kitleye tanıtmaya fırsatı yakalayabilmektedir. Bu nitelikler, sosyal medyayı geleneksel medya araçlarından ayıran temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Sosyal medya, bireylerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamada da önemli bir rol oynamaktadır. Ellison vd. (2007) çalışmalarında bireylerin sosyal medya aracılığıyla arkadaşlık bağlarını güçlendirdiği, destek gruplarına katıldığı ve yeni sosyal bağlantılar kurduğu vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra, sosyal medya eğitim ve iş dünyası bağlamında da stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Eğitim alanında öğrenme materyallerine erişimi kolaylaştırırken, iş dünyasında ise marka bilinirliğini artırma ve hedef kitleye ulaşma gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Kietzmann vd., 2011).

Sosyal Medyanın Tarihçesi ve Gelişimi

Sosyal medyanın temelleri, 1970'li yıllarda internetin gelişimiyle atılmıştır. Kaplan ve Haenlein'e (2010) göre, sosyal medya kavramının erken bir örneği olan Usenet, 1980 yılında oluşturulmuş ve kullanıcıların metin tabanlı mesajlar aracılığıyla iletişim

kurmasına olanak tanımıştır. Bu sistem, bireylerin belirli ilgi alanlarına dayalı gruplar oluşturarak bilgi paylaşımında bulunmalarına olanak sağlayarak, sosyal medya anlayışının ilk adımlarını temsil etmiştir.

1990'lı yıllarda internetin daha geniş bir kitleye yayılması, sosyal medyanın evrim sürecini hızlandırmıştır. Boyd ve Ellison'un (2007) belirttiği üzere, 1997 yılında kurulan SixDegrees.com, kullanıcılara kişisel profiller oluşturma ve diğer kullanıcılarla bağlantı kurma imkanı tanıyarak modern sosyal medya platformlarının temelini oluşturmuştur. Bu dönemde anlık mesajlaşma ve blog platformlarının yaygınlaşması, bireylerin daha fazla etkileşim kurmasını ve çevrimiçi kimliklerini ifade etmesini mümkün kılmıştır. 2000'li yıllar, sosyal medya platformlarının hızlı bir şekilde yaygınlaşmasına tanıklık etmiştir. Bu dönemde Facebook (2004), Twitter (2006) ve Instagram (2010) gibi platformlar, kullanıcıların içerik oluşturma, paylaşma ve tüketme deneyimini yeniden şekillendirmiştir. Ellison vd. (2007) çalışmasında vurgulandığı üzere, Facebook, kullanıcıların fotoğraf ve durum güncellemeleri paylaşarak sosyal medya deneyimini kişiselleştirmelerine olanak tanımıştır. Twitter, mikroblog formatıyla kısa mesajlaşmayı yaygınlaştırırken, Instagram ise görsel tabanlı içerik paylaşımını ön plana çıkarmıştır (Kietzmann vd., 2011).

Sosyal medya son yıllarda bireylerin sosyal iletişim süreçlerini desteklemenin ötesine geçerek işletmeler, eğitim ve sağlık gibi alanlarda da stratejik bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Van Dijck (2013), sosyal medyanın teknolojik erişimin artması ve mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte hızlı bir gelişim gösterdiğini ve bireylerin her an her yerde bağlantı kurabilmesine olanak sağladığını belirtmektedir.

Sosyal Medya Kullanımının Bireylerin Yaşamındaki Rolü

Sosyal medya, bireylerin günlük yaşamında önemli bir rol oynamaktadır. Öncelikle, sosyal medya bireylere hızlı ve kolay iletişim kurma olanağı sunmaktadır. Ellison vd. (2007) çalışmalarında belirttiği üzere, sosyal medya platformları, geniş coğrafi alanlara yayılmış bireyler arasındaki bağların korunmasına katkı sağlamakta ve sosyal ilişkilerin güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, bireyler fiziksel mesafeleri aşarak sosyal ağlarını genişletme fırsatına sahip olmaktadır.

Sosyal medya bireylere bilgiye erişim açısından da önemli avantajlar sunmaktadır.

Sosyal medya, haberlerden akademik bilgilere kadar çeşitli içeriklerin hızlı bir şekilde bireylere ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde, sosyal medya bilgi paylaşımı ve kriz yönetiminde temel araçlardan biri haline gelmiştir (Liu vd., 2011). Ayrıca, sosyal medya eğitim alanında bireylerin öğrenme materyallerine kolayca erişmesini sağlamakta ve öğrenim süreçlerini desteklemektedir (Selwyn, 2012).

Sosyal medya, bireylerin kimliklerini ifade etmeleri ve yaratıcı içerikler üretmeleri için bir alan da sunmaktadır. Turkle (2011), sosyal medyanın özellikle genç bireyler için kendilerini ifade etme ve toplumsal farkındalık yaratma imkanı sağladığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya platformları bireylerin sosyal kimliklerini güçlendirmelerine katkı sunmaktadır.

Ancak, sosyal medya kullanımının yalnızca olumlu etkiler doğurmadığı da göz ardı edilmemelidir. Andreassen (2015) çalışmasında vurgulandığı üzere, aşırı sosyal medya kullanımı, bireylerde dikkat dağınıklığına yol açmakta ve zaman yönetimi sorunlarına neden olabilmektedir. Bu durum, bireylerin yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilmekte ve sosyal medya kullanımının daha bilinçli bir şekilde yönetilmesini gerektirmektedir.

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları, bireylerin günlük yaşamlarına derinden entegre olmuş durumdadır ve bu alışkanlıklar, bireylerin sosyal medya platformlarını ne sıklıkta ve hangi amaçlarla kullandığına göre farklılık göstermektedir. Özellikle yetişkin bireyler arasında sosyal medya, genellikle bilgi edinme, iletişim kurma ve eğlence amacıyla kullanılmaktadır (Statista, 2021). Farklı platformların, kullanıcıların ilgi alanlarına göre sunduğu çeşitli deneyimler, bu kullanım alışkanlıklarının çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır. Araştırmalar, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bireylerin demografik özelliklerine göre önemli ölçüde farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, genç kullanıcıların sosyal medyayı genellikle arkadaşlarıyla bağlantı kurmak ve eğlence içerikleri tüketmek amacıyla kullandıkları görülürken, yetişkin kullanıcılar profesyonel ağlar oluşturmak ve güncel haberlere erişmek için sosyal medya platformlarını tercih etmektedir (Pew Research Center, 2021). Bununla birlikte, mobil cihazların yaygınlaşması sosyal medya kullanımını günün her saatine yaymış, bu da bireylerin zaman yönetimini etkileyen kritik bir faktör haline gelmiştir (Lupton, 2014).

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları, bireylerin psikolojik ve sosyal durumlarıyla da yakından ilişkilidir. Andreassen (2015) çalışmasında belirttiği üzere, sosyal medyada aşırı zaman geçirme, bireylerin stres ve kaygı düzeylerini artırabilirken, bilinçli ve dengeli bir kullanım sosyal destek algısını güçlendirebilir. Ayrıca, sosyal medyanın bireysel kullanım şekilleri arasında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Kuss ve Griffiths (2017) çalışmasına göre, bazı bireyler sosyal medyayı bilgi edinme veya öğrenme amacıyla verimli bir şekilde kullanırken, bazı bireylerin bu platformlarda gereğinden fazla zaman geçirerek verimsizlik yaşadığı tespit edilmiştir.

Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Profilleri

Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım profilleri, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve yaşam tarzı gibi demografik ve sosyoekonomik faktörlere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Sosyal medya, yetişkin bireyler için hem kişisel hem de profesyonel yaşamda önemli bir araç haline gelmiştir. Greenwood vd. (2016) çalışmasında, yetişkin bireylerin sosyal medyayı ağırlıklı olarak haberleri takip etme, arkadaşlarıyla iletişim kurma ve eğlence içeriklerine erişme amacıyla kullandıkları belirtilmiştir. Bununla birlikte, çalışan yetişkinler arasında LinkedIn gibi profesyonel bağlantılar kurmaya yönelik iş odaklı platformların yaygın kullanımı dikkat çekmektedir (Statista, 2021). Yaş gruplarına göre incelendiğinde, genç yetişkinlerin sosyal medyayı daha çok eğlence, arkadaşlarla bağlantı kurma ve kişisel paylaşımlar için kullandığı görülmektedir. Orta yaşlı bireyler ise sosyal medya platformlarını genellikle bilgi edinme ve aile üyeleriyle iletişimde kalma amacıyla tercih etmektedir (Pew Research Center, 2021). Daha ileri yaş gruplarındaki bireyler, torunları ve arkadaşlarıyla iletişimlerini sürdürmek için sosyal medyayı kullanmakta olup, bu durum onların sosyal bağlantılarını korumalarına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Chaffey, 2020).

Eğitim ve meslek gruplarına göre sosyal medya kullanım profilleri de belirgin farklılıklar göstermektedir. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler, sosyal medyayı mesleki bilgi paylaşımı, tartışma ve öğrenme amacıyla kullanma eğilimindedir. Buna karşın, diğer grupların sosyal medyayı daha çok eğlence ve sosyalleşme amacıyla kullandığı gözlemlenmektedir (Hootsuite, 2021). Ayrıca, cinsiyete göre kullanım alışkanlıklarında da farklılıklar bulunmaktadır. Kadınların genellikle Instagram ve

Pinterest gibi görsel tabanlı platformları tercih ettiği, erkeklerin ise daha çok haber odaklı platformlara yöneldiği belirlenmiştir (We Are Social & Hootsuite 2021).

Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları ve Alışkanlıkları

Sosyal medya, günlük yaşamın bir parçası haline getirilmiş ve kullanım motivasyonları ile geliştirilerek, demografik özellikler ve kişilik farklılıklarına göre sorunlara yol açmaktadır. Sosyal medya kullanım motivasyonları genellikle bilgi edinme, sosyalleşme, eğlence, kendini ifade etme ve yardımlaşma duygusu gibi unsurlara dayanmaktadır (Joinson, 2008). Görüldüğü gibi, bu platformları çeşitli şekillerde kullanmakta ve bu genel sosyal medya kullanım yeterliliklerini şekillendirmektedir.

Bilginin motivasyonunu, kullanıcıların güncel olaylardan haberdar olmalarını ve yeni bilgileri öğrenme isteklerini ifade eder. Bu motivasyon, özellikle eğitilmiş bireylerde ve mesleki amaçlarla sosyal medya sahipleri arasında mevcuttur (Whiting & Williams, 2013). Eğlence motivasyonu ise sosyal medyayı boş zaman değerlendirme, oyun oynama ve eğlenceli içeriklere erişim amacıyla kullanan bireylerde öne çıkıyor.

Özellikle genç kullanıcılar, sosyal medya platformlarını eğlence ve dinlenme aracı olarak görmektedir (Smock vd., 2011). Sosyalleşme ve yardımlaşma duygusu da sosyal medyanın temel motivasyonlarından biridir. Kullanıcılar, sosyal medya aracılığıyla arkadaşlık yoluyla varlığını sürdürmekte, yeni kişilerle tanışmakta ve toplumsal yardımlaşma hislerini güçlendirmektedir (Ellison vd., 2007). Özellikle yaptıklarını ifade etme ve kimliklerini ortaya koyma motivasyonu, Instagram ve TikTok gibi görsel tabanlı platformlarda belirgin bir şekilde görülmektedir (Kim vd., 2011).

Sosyal medyada üretilen içerikler, kullanıcıların günlük yaşamlarında rutin olarak doğrudan bulunur. Mobil cihazların yaygınlaşması, sosyal medyayı günün her saatine yaymış ve sürekli olarak bağlantıda kalma alışkanlığının gelişmesine neden olmuştur (Lupton, 2014).

Bilinçli Farkındalığın (Mindfulness) Tanımı ve Önemi

Bilinçli farkındalık (mindfulness), bireyin dikkatini şimdiki ana odaklayarak, mevcut deneyimlerini yargılamadan kabul etme kapasitesi olarak tanımlanır (Kabat-Zinn, 1994). Bilinçli farkındalık kavramı, Doğu kökenli eğitim uygulamalarına dayanan bir anlayışla

modern psikoloji ilkelerini birleştirerek bireylerin zihinsel ve duygusal sağlıklarını desteklemektedir. Bilinçli farkındalık yalnızca bir değişim pratiği olarak değil, aynı zamanda bireylerin günlük yaşamlarına entegre edilebilen bir yaşam biçimi olarak ele alınmaktadır (Brown & Ryan, 2003). Bilinçli farkındalık, bireylerin duygu düzenleme yeteneklerini geliştirmelerine, stresle başa çıkmalarına ve genel yaşam memnuniyetlerini artırmalarına katkı sağlamaktadır. Araştırmalar, bilinçli farkındalık uygulamalarının stres ve kaygı düzeylerini azalttığını, olumlu duyguların artmasına ve zihinsel netliğin sağlanmasına yardımcı olduğunu göstermektedir (Baer, 2003). Özellikle, günlük yaşamın yoğunluğu ve dijital dünyanın dikkat dağıtıcı unsurları göz önüne alındığında, bireylerin zihinsel dayanıklılıklarını artıran önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu kavram, eğitim ve sağlık alanında önemli bir yere sahiptir. Özellikle mindfulness-temelli stres azaltma (MBSR) ve mindfulness-temelli bilişsel terapi (MBCT) gibi yöntemler, bireylerin anksiyete ve kronik ağrı sorunlarıyla başa çıkmalarına destek olmaktadır (Segal vd., 2002). Eğitim alanında ise dikkat ve odaklanmanın artırılması, akademik başarıların merkezinde yer almaktadır (Roeser vd., 2014).

Bilinçli Farkındalık ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki

Bilinçli farkındalık uygulamasının en önemli yönlerinden biri, bireyin psikolojik refahını desteklemesidir. Stres yaşamın en yaygın problemlerindendir ve zihinsel ve fiziksel sağlık üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Birçok çalışma, farkındalık temelli müdahalelerin stresi kontrol etmede etkili araçlar olduğunu göstermiştir. Örneğin Kabat-Zinn tarafından geliştirilen Farkındalık Temelli Stres Azaltma (MBSR) programı, bireyleri stresi yönetmek için şimdiki ana odaklanmaya yönlendirmektedir. Araştırmalar, bu programla bireyin stres düzeylerinde azalma ve genel yaşam kalitesinde artış olduğunu ortaya koymuştur (Ögel, 2015).

Araştırmalar, bilinçli farkındalık uygulamalarının duygusal düzenleme üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bilinçli farkındalık uygulamaları bireyin duygusal düzenleme becerilerini geliştirmenin etkili bir yolu olarak kabul edilir. Bu uygulamalar, bireyleri şimdiki anın farkına varmaya ve deneyimlerini yargılamadan kabul etmeye teşvik etmektedir. Sonuç olarak, olumsuz duygulara otomatik olarak tepki vermek yerine, bu duyguları bilinçli olarak gözlemlenebilir duruma getirip ve daha sağlıklı başa

çıkma yolları bulanabilmektedir (Deniz vd., 2017).

Yaşam Memnuniyeti Tanımı ve Önemi

Yaşam memnuniyetini, kişinin yaşamının genel kalitesine ilişkin subjektif bir değerlendirme yapmasını ve bunun sonucunda ulaşılan düşüncenin ifade edilmesini içeren bir kavramdır. Bu değerlendirme, bireyin özgürlüğü, beklentileri ve yaşam deneyimlerinin bir sonucu olarak şekillenir (Diener vd., 1985).

Psikolojik iyi oluşun temellerinden biri olan yaşam memnuniyetini elde etmek mutluluk düzeylerini ve genel yaşam tatminlerini anlamada önemli bir role sahiptir. Yaşam memnuniyeti hem bireysel hem de çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Bireyler arasında değişen kişilik özellikleri, duygusal istikrar, sosyal ilişkiler ve ekonomik durum gibi faktörler yaşam memnuniyeti seviyelerinde farklılaşma yaratmaktadır (Pavot & Diener, 2008). Özellikle olumlu olayların yoğun olarak deneyimlenmesi ve stres gibi olumsuz etkilerin düşük düzeyde olması, yaşam memnuniyetini arttırmaktadır. Bunun yanı sıra, kişilerin anlamlı hedef belirlemeleri ve bu hedeflere ulaşma başarıları, yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir (Ryan & Deci, 2001).

Sosyal destek ve toplumsal bağlarda, yaşam memnuniyeti üzerinde önemli etkiye sahiptir. Araştırmalar, güçlü sosyal ilişkilere sahip olmanın, duygusal destek sağlamayla birlikte, yaşam doyumu üzerinde de katkıları olduğunu göstermektedir (Lyubomirsky vd., 2005).

Bireyin algıladığı özgürlüğü, kültürel değerleri ve sağlık durumu gibi faktörler kişinin yaşam memnuniyetinin önemli ölçüde etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Helliwell vd., 2019).

Yaşam Memnuniyeti ve Bireysel İyi Oluş

Yaşam memnuniyeti, hayatın genel kalitesine yönelik kişisel değerlendirmeleri ifade eden bir kavramdır. Bu kavram, bireysel iyi oluşun temel parçalarından biri olarak kabul edilir (Diener, 1984). Yaşam memnuniyeti, bireyin yaşamdan elde ettiği tatminin yanı sıra, kişisel değerler, hedefler ve beklentilerle uyumlu bir yaşam sürme durumunu da içerir. Bireysel iyi oluş, bireyin duygusal, psikolojik ve sosyal anlamda dengede olduğu durumu tanımlamaktadır (Ryff & Keyes, 1995). Yaşam memnuniyeti ve bireysel iyi oluş arasındaki ilişki hem duygusal hem de tedavi edici süreçleri kapsamaktadır. Pozitif

semptomların yaşanması, olumsuz şartların düşük seviyede olması, yaşam memnuniyetini arttırırken bireysel iyi oluşu da desteklemektedir (Lyubomirsky vd., 2005). Bireyin anlamlı yaşam hedeflerinin olması ve hedef sonucunda ulaşılan tatmini deneyimlemeleri, yaşam memnuniyetinin artmasındaki temel unsurlardan biridir (Ryan & Deci, 2001). Sosyal ilişkiler ve destek, bireysel iyi oluş ve yaşam deneyimi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Araştırmalar, güçlü sosyal bağların elde edilmesinin, yalnızca duygusal destek sağlanmakla kalmayıp, aynı zamanda genel mutluluğu artacağını da göstermektedir (Helliwell vd., 2019). Benzer şekilde, kişinin yaşayacağı fiziksel ve zihinsel problemlerde yaşam memnuniyetlerini doğrudan olumsuz şekilde etkilemektedir. Bireylerin sağlıklı bir yaşam sürdürmesi, daha pozitif bir yaşam algısına sahip olmalarını sağlamaktadır (Diener & Chan, 2011).

Sosyal Medya Kullanımı ile Bilinçli Farkındalık Arasındaki İlişki

Sosyal medyanın vazgeçilmez bir iletişim aracı olmasının yanı sıra, kullanımının giderek artması bilinçli farkındalık (mindfulness) düzeyinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler ortaya çıkarabilmektedir (Rosen vd., 2013; Kuss & Griffiths, 2017).

Bilinçli farkındalık, bireylerin mevcut anı yargılamadan deneyimleme kapasitelerini arttırmaktadır (Kabat-Zinn, 1994). Sosyal medyanın sağladığı sürekli iletişim ve içerik akışı bu kapasiteyi olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Araştırmalar, yoğun sosyal medya kullanımının dikkat dağınıklığına yol açabileceği ve bilinçli farkındalık düzeylerini azaltabileceği göstermektedir (Rosen vd., 2013). Özellikle sosyal ortamlarda uzun zaman geçirmek, sürekli çevrim içi içeriklere odaklanması mevcut olandan uzaklaşılmasına neden olabilmektedir. Bu durumda, zihinsel yorgunluk ve stres düzeylerini artırarak, psikolojik iyi oluşu olumsuz etkileyebilmektedir (Twenge vd., 2018).

Sosyal Medya Kullanımının Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkileri

Sosyal medyanın kullanımının artması, bilinçli farkındalık (mindfulness) seviyesinde çeşitli etkiler yaratmaktadır. Bilinçli farkındalık, dikkat edilmesi gereken mevcut ana yönelme ve yargılamadan kabul edilmesini içermektedir (Kabat-Zinn, 1994). Sosyal medyanın sunduğu sürekli bildirimler, içerik dalgalanmaları ve frekanslar,

mevcut andan uzaklaştırarak farkındalık kapasitesinin azalmasına neden olmaktadır. Araştırmalar, sosyal medyanın sürdürülebilirliği üzerinde genellikle olumsuz etkilerin olduğunu göstermektedir. Örneğin, sürekli çevrim içi olma hali, dikkati dağıtarak anı deneyimleme özellikliğini azaltabilmektedir (Rosen vd., 2013).

Sosyal medya kullanımının uzun süreler boyunca devam etmesi, dijital içeriklere aşırı derecede odaklanmasına neden olarak, fiziksel ve zihinsel olarak zayıflamaya neden olabilmektedir. Bu durum, stres ve kaygı düzeylerini artırarak psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilemektedir (Kuss & Griffiths, 2017).

Sosyal medya kullanımı ile, bilinçli farkındalık üzerinde olumlu etkiler de yaratabilirsiniz. Özellikle farkındalık düzeyi yüksek içeriklerin paylaşılması, farkındalık yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Bireylerin sosyal medyada yer alan iyileştirme uygulamaları veya bölgesel egzersizleri takip etmeleri günlük yaşamlarına entegre etmelerini ve sosyal medyayı dengeli kullanmalarına destek vermektedir (Chittaranjan vd., 2013).

Dijital Dikkat Dağınıklığı ve Bilinçli Farkındalık Düzeyleri

Dijitalleşme, modern yaşamın bir parçası hâline gelirken, dikkat dağınıklığı sorunları da artarak devam etmektedir. Dijital dikkat dağınıklığı, dijital ortamdan gelen sürekli etkileşimler nedeniyle odaklanma ve yoğunlaşmalarını sürdürebilme durumunda problemler olarak tanımlanabilir (Carr, 2010).

Dijital dikkat dağınıklığı özellikle çoklu görev yapma yetkisinin arttığı çalışma ve eğitim ortamlarında önemli bir sorun hâline gelmektedir. Örneğin, akıllı telefonlardan gelen bildirimler, sosyal medya kullanımı ve sürekli çevrimiçi olma baskısı, dikkat süreçlerini olumsuz etkileyerek üretkenliği azaltmaktadır (Rosen vd., 2013).

Bilinçli farkındalık (mindfulness) uygulamaları, dijital dikkat dağınıklığının azaltılmasında etkili bir tedavi yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, bilinçli farkındalık seviyesinin yüksek olduğunda dijital dikkat dağınıklığına karşı dayanıklılığın arttığını göstermektedir. Schutte ve Malouff (2019) tarafından yapılan bir meta-analizde, mindfulness müdahalelerinin dijital dikkat dağınıklığı üzerinde genel olarak iyi oluşu arttırdığını ve iyi oluşu desteklediğine ulaşılmıştır.

Lin ve arkadaşları (2017) yaptığı bir çalışmayla, bilinçli farkındalığın uygulanmasıyla

birlikte, akıllı telefon kullanım sürelerinin azaldığını ve dijital dikkat dağınıklığından kaynaklanan olumsuz etkilerin daha iyi yönetilebildiğini tespit etmişlerdir.

Sosyal Medya Kullanımı ile Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişki

Sosyal medya kullanımı, günlük yaşamında giderek daha fazla yer edinmekte ve yaşam memnuniyeti üzerindeki etkileri, psikoloji ve yaşam alanında önemli bir araştırma konusu hâline gelmektedir (Vanucci vd., 2017).

Sosyal medya platformlarının bireyler arası iletişim, bilgi paylaşımı ve eğlence amaçlı kullanımı, olumlu etkiler yaratabilmekle birlikte, yaşam memnuniyeti üzerinde bazı olumsuz etkileri de beraberinde getirebilmektedir (Kırcaburun vd., 2020).

Araştırmalar, sosyal medya kullanımının yaşam memnuniyeti ile ters orantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Huang (2017) tarafından yapılan bir meta-analiz, sosyal medya kullanımının, bireyler arası kıyaslamayı arttırarak öz-değeri düşürdüğünü ve dolayısıyla yaşamda bozulmalara neden olduğunu göstermiştir.

Sosyal medya kullanımının olumlu etkilerine ilişkin bulgular da bulunmaktadır. Primack vd., (2017) çalışmalarıyla sosyal medyanın, sosyal desteği arttırarak yaşam konforuna katkı sağlayabileceğini özellikle yaşlı bireylerde, sosyal medya aracılığıyla aile ve arkadaşlarla kurulan bağların, yüksek yaşam memnuniyeti yol açtığı tespit etmişlerdir.

Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri

Sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarında iletişimi kolaylaştıran önemli bir araç haline gelmiştir (Verduyn vd., 2017). Sosyal medya kullanımı, bireylerin sosyalleşme süreçlerinde destek ağlarını genişletmesi, etkileşim düzeylerini artırması ve topluluklara katılımı teşvik etmesi gibi unsurlarla ilişkilendirilmektedir. Özellikle sosyal medya platformları, bireylerin sosyal bağlarını güçlendirmelerinde önemli rol oynayabilir. Chen ve Li (2017) çalışmasında, sosyal medya kullanımının arkadaşlarla ve aile üyeleriyle düzenli iletişim kurmaya, yalnızlık hissinin azaltmaya ve yaşam memnuniyetinin artmasına katkı sağladığını tespit etmişlerdir. Özellikle fiziksel olarak bir araya gelmenin zor olduğu durumlarda sosyal medya, bireyler arasında etkili bir iletişim aracı olarak işlev görmektedir.

Bunun yanı sıra, sosyal medya platformları bireylerin hem ekonomik hem de

duygusal açıdan yaşamlarını kolaylaştırarak yaşam memnuniyetini olumlu yönde etkileyebilir (Oh vd., 2014). Örneğin, eğitim odaklı sosyal medya içerikleri, bireylerin kişisel gelişimlerine olanak tanımaktadır. Ayrıca sosyal medya, bireylerin ortak ilgi alanları etrafında bir araya gelmesine ve sosyal etkileşimde bulunmasına olanak sağlar. Bu tür etkileşimler, yardımlaşma ve dayanışma duygusunu pekiştirerek bireylerin yaşam memnuniyetlerini artırabilmektedir (Choi & Kim, 2017).

Olumsuz Sosyal Medya Kullanım Biçimlerinin Yaşam Memnuniyetine

Etkisi

Sosyal medya kullanımında aşırık ve problemlili kullanım yaşam memnuniyetini olumsuz etkileyebilmektedir. Özellikle aşırı kullanım, sosyal karşılaştırma ve siber zorbalık gibi olumsuz etkiler, psikolojik iyi oluşumlarını tehdit eden önemli unsurlar olarak öne çıkan olumsuz etkilerdendir (Twenge vd., 2018). Aşırı sosyal medya kullanımı, zaman yönetimini olumsuz etkileyerek hem üretkenliklerini hem de sosyal güvenliği kısıtlayabilir. Andreassen vd. (2012) çalışmalarında sosyal medya kullanımının, bireylerde stres ve uyku bozukluklarına yol açarak yaşam memnuniyetini düşürdüğünü belirtmişlerdir. Özellikle gençler arasında, sosyal medyada uzun süreler geçirmek, gerçek yaşam aktivitelerini sınırlandırarak sosyal izolasyona neden olabilmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal karşılaştırma sosyal medya kullanımının oluşturduğu olumsuz etkilerin başka bir önemli boyutudur. Sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan idealize edilmiş yaşam tarzları, bireyin kendi yaşam standardını yetersiz hissetmesine neden olabilir. Bu durum, öz-değerinin düşmesine ve yaşamın memnuniyetinin azalmasına yol açmaktadır (Krasnova vd., 2013). Örneğin, Instagram gibi görsel olarak yapılandırılmış platformlar, bireylerde dış görünüş ve başarı karşılaştırmalarına zemin hazırlayarak psikolojik zararlar doğurabilir. Siber zorbalık, sosyal medyanın olumsuz etkilerinden biridir. Siber zorbalığa maruz kalan bireylerde kaygı, dayanıklılık ve düşük yaşam memnuniyeti gibi sonuçlar gözlemlenmektedir (Smith vd., 2008). Özellikle genç bireyler, siber zorbalığın psikolojik etkilerine karşı daha fazla etki altındadır ve bu durum, uzun vadeli duygusal zararlar yaratabilir.

Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi

Bilinçli farkındalık (mindfulness), anı odaklanarak yaşamayı, düşünceleri ve duyguları birbirlerinden ayırmadan kabul ederek sürdürmeyi ifade eder (Kabat-Zinn, 1994). Bu yaklaşımla, zihinsel dayanıklılığın artırılması, stresle başa çıkma özelliklerinin geliştirilmesi ve genel yaşam memnuniyetinde artış meydana gelmektedir. Bilinçli farkındalığın yaşam memnuniyetini arttırmasındaki en önemli etkilerinden biri, stres düzeyini azaltmasıdır. Grossman vd. (2004) tarafından yapılan bir meta-analiz, bilinçli farkındalık stres azaltma programıyla psikolojik iyi oluşun arttırıldığını gösterilmiştir. Bunun yanı sıra, bilinçli farkındalık, duygusal düzenleme becerilerini geliştirerek yaşam memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir.

Howell ve arkadaşları (2008), bilinçli farkındalık seviyesi yüksek olduğunda, olumsuz yaşam sorunlarına karşı daha dirençli olunduğunu ve bu durumun genel mutluluk düzeyine olumlu yansıdığını belirtmişlerdir. Bu bireylerin, günlük yaşadıklarına karşı olumlu bir tutum sergileyerek yaşamdan daha fazla keyif almalarına olanak tanıdığını ortaya koymuştur.

Yapılan araştırmalar farkındalığın kişinin memnuniyetini arttırdığını göstermiştir. Kişiler farkındalık teknikleriyle kötü düşüncelerden uzaklaşabilir şu ana odaklanabilirler. Bunlarla birlikte kişiler yaşamlarını daha iyi hale getirerek daha mutlu bir yaşam sürebilmektedirler (Brown & Ryan, 2003).

Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin Yaşam Memnuniyeti Üzerindeki Rolü

Bilinçli farkındalık, anı yargısız bir şekilde fark etme ve kabullenip yaşama becerisi olarak sınıflandırılır (Kabat-Zinn, 1990). Bu becerinin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkileri, özellikle son yıllarda yapılan araştırmalarla giderek daha fazla vurgulanmaktadır. Bilinçli farkındalıktaki düzeyin yüksek olması yaşam memnuniyeti düzeyini de olumlu yönde arttırmaktadır. Bu ilişkinin anlaşılması bireyin yaşayacağı duygu düzenleme, stres ve anlamlı bir yaşam sürdürmede sorun gibi psikolojik sorunlarla başa çıkmada etkili olabilmektedir (Shapiro vd., 2008).

Bilinçli farkındalığın yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisini araştıran Parmaksız (2020) çalışmasında bilinçli farkındalığın yaşam memnuniyeti üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Zihinsel Odaklanma ve Subjektif İyi Oluş Bağlantısı

Zihinsel odaklanma, bireyin dikkatini belirli bir hedefe veya aktiviteye yönlendirerek sürdürme yeteneği olarak dağıtılır. Bu beceriyi, bireylerin subjektif olarak iyi oluş düzeylerini arttırmada önemli bir etki sağlamaktadır. Subjektif olarak iyi oluş, kişinin hayattan aldığı haz, olumlu duygular ve negatif duyguların azlığı olarak tanımlanır (Diener, 1984). Araştırmalar, zihinsel odaklanma yeteneğinin yüksek olmasının bu bileşenlere olan etkilerinin olumlu olacağını göstermiştir (Csikszentmihalyi, 1990). Csikszentmihalyi (1997) “akış” kavramı, bireyin bir aktiviteye tamamen odaklanarak zamanın nasıl geçtiğini anlamadan keyif almasını tanımlar. Bu tür deneyimler, bireyin yaşamdan daha fazla tatmin olmasını ve mutluluğunun artmasını sağlar.

Zihinsel odaklanma aynı zamanda stresle başa çıkma becerilerini geliştirme açısından da önemlidir. Tang ve arkadaşlarının (2007) araştırması, zihinsel odaklanmayı geliştiren kısa süreli bilinçli farkındalık müdahalelerinin bireylerde pozitif duyguları artırdığını ve stres düzeylerini azalttığını göstermiştir. Bu bulgular, zihinsel odaklanmanın, subjektif iyi oluş üzerinde dolaylı olarak olumlu bir etkisi olduğunu desteklemektedir. Ek olarak, zihinsel odaklanma becerisi yüksek bireyler, olumsuz duygularla daha etkili başa çıkabilir ve bu durum, genel olarak daha pozitif bir yaşam hissi yaratır (Mrazek vd., 2013).

Sosyal Medya Kullanımını Düzenlemeye Yönelik Stratejiler

Sosyal medya, günümüzde iletişim kurma şeklimizi tamamen değiştirmiş ve bireylerin hayatında önemli bir yer edinmiştir. Ancak kontrolsüz ve aşırı sosyal medya kullanımı, dikkat dağınıklığı, stres, düşük yaşam kalitesi ve psikolojik sorunlar gibi çeşitli olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir (Andreassen, 2015). Bu nedenle, sosyal medya kullanımını düzenlemeye yönelik stratejiler geliştirmek, bireylerin dijital ortamda daha sağlıklı bir yaşam sürmelerine yardımcı olabilir. İlk strateji, sosyal medya kullanımını sınırlandırmayı içerir. Araştırmalar, belirli bir zaman diliminde sosyal medya kullanımını kontrol altına almanın bireylerin dikkatlerini toplamasına ve gerçek yaşam aktivitelerine daha fazla katılım göstermesine yardımcı olduğunu ortaya koymaktadır (Hofmann vd., 2017).

İkinci strateji ise “dijital detoks” uygulamasıdır. Dijital detoks, belirli bir süre boyunca

sosyal medyadan tamamen uzak durmayı içerir. Beyens ve Eggermont (2014), dijital detoksun zihinsel esenliği artırabileceğini ve sosyal bağların güçlenmesine yardımcı olabileceğini belirtmiştir. Bu yöntem, sosyal medya kullanımının birey üzerindeki etkilerini fark etmeyi ve daha sağlıklı alışkanlıklar geliştirmeyi teşvik eder.

Bir diğer strateji ise sosyal medya kullanımını azaltmanın farklı yollarını bulmaktır. Örneğin, bireylerin sosyal medya kullanım sürelerini fiziksel aktivitelerle veya sosyal etkinliklerle değiştirmesi, yaşam kalitesini artırabilir (Rosen vd., 2013). Ayrıca, pozitif içeriklere odaklanmak, sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerini azaltabilir ve bireylerin ruh haline olumlu katkı sağlayabilir (Ellison vd., 2007).

Bilinçli Sosyal Medya Kullanım Yöntemleri

Sosyal medya kullanımlarının artması sonucu problemlili kullanımlarda ortaya çıkmıştır. Problemlili sosyal medya kullanımlarına müdehale etme amacıyla ve sağlıklı bir şekilde kullanılması için belirli yaklaşımlar geliştirilmiştir (Meier & Reinecke, 2021). Sosyal medya kullanımını düzenli olarak değerlendirmek, günlük sosyal medya kullanımı ve geçirilen sürelerin farkına varılması, bireylerin sosyal medya sitelerini daha etkili bir şekilde kullanmalarını sağlamaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanımını gözden geçirerek hangi içeriklerin faydalı olduğunu belirtmeye ve farkına varmaya yaramaktadır (Huang, 2017).

Sosyal medya kullanımını sınırlama başka bir yöntemdir. Twenge vd. (2018) tarafından yürütülen bir araştırmaya göre, belirli zaman dilimleriyle sosyal medya kullanımını kısıtlamanın, insanların yaşamdan aldıkları tatmini artırdığı keşfedildi. Bu uygulama, bireylerin sosyal medyada hem daha fazla fayda sağlamasına hem de olumsuz etkilerden korunmasına yardımcı olur. Son olarak, sosyal medya içeriğinin kalitesi önemlidir. Chou ve Edge (2012) araştırmalarına göre, yalnızca olumlu ve anlamlı içerik paylaşan hesapları takip etmenin ve olumsuz içerikten kaçınmanın kişinin psikolojik iyiliğini artırabilir. Bu yaklaşımın amacı, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaktır. Bu yaklaşımlar, insanların sosyal medya kullanımını daha bilinçli hale getirerek internette daha dengeli bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır.

Bireylerin Dijital Alışkanlıklarını Optimize Etme Yolları

Dijitalleşmenin hızla yayıldığı günümüzde dijitalleşmenin optimize edilmesi hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli avantajlar sağlar. Dijital yeteneğin artırılması, dijital araçların etkili, verimli ve güvenli bir şekilde kullanılmasını ifade eder (Karataş, 2022).

Bu süreçte teknolojik okuryazarlıklarını geliştirmeleri, sürekli öğrenme kültürünü benimsemeleri ve yeniliklere açık olmalarını eleştirel bir şekilde ele almaları vardır. İlk olarak, dijital yeteneğin geliştirilmesinde eğitim önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle dijital araçlarla çevrim içi ve yüz yüze eğitim programları, bu alandaki bilgi ve yetenekleri arttırmaktadır (Livingstone, 2021). Eğitim aşamalarında sorunların çözümü, eleştirel düşünme ve dijital etik gibi problemlere odaklanılması gerekmektedir. Bir bireyin dijital medya okuryazarlığının artırması, çevrim içi içeriklerin eleştirel bir şekilde değerlendirilebilmesini sağlar (Buckingham, 2019).

Dijital platformlarda güvenli bir şekilde hareket edilebilmesi için siber güvenlik bilinci oluşturulmalıdır. Bireylerin dijital olarak kişiselleştirilmiş risklere karşı verimliliği arttırmak hem kişisel hem de profesyonel hayatlarında daha güvende olmalarına yardımcı olmaktadır (Peker & Öztürk, 2023). Bunun yanı sıra, dijital yeteneğin optimize edilmesi, teknolojinin olumsuzlukları gibi olumsuz etkilerden kaçınmalarını da sağlar. Son olarak, dijital yeteneklerin geliştirilmesi yaşam boyu öğrenme perspektifiyle ele alınmalıdır. Bu süreçte, sürdürülebilir ve kalıcı dijital beceriler oluşturmak için bireylerin dijital ortamları aktif ve daha bilinçli bir şekilde takip etmeleri önem taşımaktadır. Özellikle, dijital dönüşüm sürecinde ortaya çıkan yeni teknolojilere uyum sağlamak ve bu teknolojileri kullanmak, bireylerin rekabet avantajlarına katkı sağlamaktadır (Gee, 2020).

İlgili Araştırmalar

Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma, bireylerin psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkilerini farklı perspektiflerden ele almıştır. Örneğin, Diener vd. (1985) tarafından geliştirilen "Yaşam Memnuniyeti Ölçeği" yaşam tatminini ölçmek için yaygın olarak kullanılmış ve bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının yaşam

memnuniyetlerini nasıl etkilediğine dair yapılan araştırmalarda temel bir araç olarak yer almıştır.

Brown ve Ryan (2003) bilinçli farkındalık düzeyinin psikolojik iyi oluş üzerindeki olumlu etkilerini araştırmış ve bu düzeyin, dijital ortamda geçirilen zamanın birey üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabileceğini öne sürmüştür.

Krasnova vd. (2013) çalışmalarında Facebook kullanımının bireylerde kıskançlık duygusunu artırarak yaşam memnuniyetine zarar verebileceğini ortaya koymuştur.

Satici ve Uysal (2015) da sosyal medya kullanımının yaşam memnuniyetini olumsuz etkileyebileceğini ancak bilinçli farkındalık uygulamalarının bu etkinin şiddetini azaltabileceğini ileri sürmüştür.

Türkiye'de yapılan çalışmalarda da bu konu farklı açılardan ele alınmıştır. Doğan (2016), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, sosyal medya kullanımının bireylerin yaşam tatminini doğrudan etkilediğini ve bilinçsiz sosyal medya kullanımının bu tatmini azalttığını göstermiştir.

Chae (2018) tarafından yapılan araştırmada sosyal medya kullanımı ile mutluluk arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımının mutluluğu etkileyebileceği, bu etkinin ise platforma göre farklılık gösterdiği ortaya koyulmuştur. Belirgin bir farkla, Twitter kullanımının sosyal kıyası arttırdığı ve bu durumun mutluluk ile negatif bir şekilde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Gündüz ve Hacıoğlu (2018) dijital çağda sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bireylerin yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini inceleyerek, daha bilinçli dijital davranışların bireysel mutluluğa katkıda bulunabileceğini savunmuştur.

Aydın ve Çok (2019), sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerini kavramsal bir çerçevede ele alarak, bilinçli farkındalık düzeyinin sosyal medyanın olumsuz etkilerini azaltmada önemli bir rol oynayabileceğini belirtmiştir.

Turan ve Çelik (2020) sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkilerini sistematik olarak değerlendirmiş ve özellikle aşırı kullanımın bireylerin psikolojik iyi oluşunu tehlikeye attığını öne sürmüştür.

Çelenk (2020), yaptığı araştırma ile Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sosyal medya kullanımı daha sık olan bireylerin, yaşam doyumu

düzeylerinin daha düşük olduğu belirlenmiştir. Kadın öğrencilerin yaşam doyumları erkek öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur.

Sigeze (2020), Adana ilindeki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti ilişkisini incelemiştir. Elde edilen verilere göre sosyal medyada geçirilen süre yaşam memnuniyetini etkilememektedir. Bununla birlikte, yaşam memnuniyeti ve sosyal medyayı arkadaşlarla iletişim kurma, oyun oynama amaçlı kullanımlar arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Demir ve Özkan (2021) ise sosyal medya kullanımının bilinçli farkındalık düzeyleri ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkisini inceleyerek, bilinçsiz ve aşırı sosyal medya kullanımının farkındalığı düşürdüğünü ve bunun yaşam tatminine olumsuz yansıdığını belirtmiştir.

Bayrakdaroğlu vd. (2023) çalışmasında üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma aşırı sosyal medya kullanımının bireylerin hayat memnuniyetlerini azalttığını ortaya koymuştur. Demirel ve Düşünceli (2023), ergenlerin sosyal medyaya yönelik tutumları ile bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sonuçlara göre, ergenlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarıyla bilinçli farkındalık oranları arasında anlam içeren ilişkiler tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça, bilinçli farkındalık değerlerinde farklılıklar oluşmuştur. Bunlara ek olarak bilinçli farkındalığın alt boyutlarından olan içsel deneyimi fark etme ve düşünceleri takip etme gibi özellikler, sosyal medyaya yönelik tutumlar üzerinde olumlu etki göstermektedir.

Güçlü ve Çulha (2024) çalışmasında, bilinçli farkındalık ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini incelemiştir. Bilinçli farkındalık düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bilinçli farkındalığın yüksek olmasının, sosyal medya aşırı kullanımı üzerinde azaltıcı bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur.

BÖLÜM III

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma nicel araştırma deseni kullanılarak yapılmıştır. Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan korelasyonel yöntem kullanılacaktır. Korelasyonel araştırma yöntemi, iki veya daha fazla ölçülebilir değişken arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığı ve mevcutsa bu ilişkinin derecesinin belirlenmesi için kullanılan bir tekniktir (Gay, 1996).

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın evrenini, sosyal medya kullanan bireyler oluşturmaktadır. Evrenin içinden örneklem seçmek amacıyla uygun örnekleme yöntemi kullanılacaktır. Örneklem KKTC ve Türkiye’de yaşayan sosyal medya kullanan 18 yaş üstü yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Evren sayısına ulaşamaması nedeniyle bilinmeyen örneklem formülüne dayalı olarak örneklemdeki kişi sayısı ve ulaşılması hedeflenen kişi sayısı 384 olarak belirlenmiştir. Araştırma sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti olmak üzere üç değişkenden ele alınmıştır.

Bilinmeyen örneklem formülü, evrenin büyüklüğü bilinmediğinde veya sonsuz bir evren olduğu varsayıldığında araştırmanın sonuçlarının güvenilir olması için gerekli örneklemi hesaplamaya yarayan formüldür (Karasar, 2005).

Tablo 1.

Yetişkinlerin tanıtıcı özelliklerinin dağılımları

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Yaş grubu		
29 ve altı	160	41,34
30-50 yaş	103	26,61
51 ve üstü	124	32,04
Cinsiyet		
Kadın	171	44,19
Erkek	216	55,81
Medeni durum		
Bekar	164	42,38
Evli	223	57,62
Eğitim düzeyi		
İlköğretim	42	10,85
Lise	85	21,96
Lisans	163	42,12
Lisansüstü	97	25,06
Gelir düzeyi		
Düşük	65	16,80
Orta	245	63,31
Yüksek	77	19,90
Günlük sosyal medya kullanım süresi		
1 saatten az	101	26,10
1-3 saat	177	45,74
3-5 saat	66	17,05
5 saatten fazla	43	11,11
Sosyal medyaya erişmek için en sık kullanılan araç		
Telefon	370	95,61
Bilgisayar/tablet	17	4,39
Kullanılan sosyal medya platformu		

Whatsapp	124	32,04
İnstagram	118	30,49
Facebook	38	9,82
Twitter	20	5,17
Diğer	87	22,48
Sosyal medya kullanım amacı		
Eğlenceli vakit geçirmek	126	32,56
İletişim kurmak	125	32,30
Gündemi takip etmek	88	22,74
Diğer	48	12,40

Tablo 1.'de çalışmaya katılanların tanıtıcı özelliklerinin dağılımlarının yer aldığı görülmektedir.

Tablo 1.'e bakıldığında, çalışmada yer alan yetişkinlerin %41,34'ünün 29 ve altı, %26,61'inin 30-50 ve %32,04'ünün 51 ve üstü yaş grubunda olduğu, %44,19'unun kadın, %55,81'inin erkek, %42,38'inin bekar, %57,62'inin evli olduğu, %10,85'inin ilköğretim, %21,96'sının lise, %42,12'sinin lisans, %25,06'sının lisansüstü mezunu, %16,80'inin düşük gelir, %63,31'inin orta ve %19,90'ının yüksek gelir grubunda olduğu belirlenmiştir.

Yetişkinlerin %26,10'unun günlük 1 saatten az, %45,74'ünün 1-3 saat, %17,05'inin 3-5 saat ve %11,11'inin günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullandığı, %95,61'inin sosyal medyaya erişmek için telefon kullandığı, %32,04'ünün Whatsapp, %30,49'unun Instagram, %9,82'sinin Facebook kullandığı, %32,56'sının eğlenceli vakit geçirmek için, %32,30'unun iletişim kurmak, %22,74'ünün gündemi takip etmek için sosyal medya kullandığı belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veriler toplamak amacıyla sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık, yaşam memnuniyeti ölçeği ve sosyo-demografik bilgi formu kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu(EK-1)

Araştırmacının oluşturduğu 9 sorudan oluşan form, katılımcıların yaş grubu, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim düzeyleri, gelir düzeyleri, günlük sosyal medya kullanım süresi, sosyal medyaya erişmek için en sık kullanılan araç, kullanılan sosyal medya platformu, sosyal medya kullanım amacı sorularına yanıt almak amacıyla oluşturulmuştur.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SKÖ) (EK-2)

Sosyal medya kullanımının hızla artması sonucu kuşakların farklılaşan değer ve davranışlarının tespit edilebilmesi amacıyla Deniz ve Tutkun Ü. Tarafından 2019 yılında ölçek geliştirme yapılmıştır. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, yeterlilik ve süreklilik olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek deneme formu olan toplam 10 maddenin tutarlılık katsayısı 0,676 olarak belirlenmiş, maddelerden ikisinin çıkarılmasıyla sonuç artmıştır. Kalan maddelerin madde-toplam değerleri ise 0,463 ile 0,649 arasında değişiklik göstermektedir. Ölçeğin yapı geçerliliği dahilinde ana bileşenlerin analizi gerçekleştirilmiştir. Eigen değeri 0,8'in üzerindeki faktör yükleri dikkate alınmış ve kesme değeri 0,30 olarak belirlenmiştir. Ayrıca ölçekte faktör analiz uygunluğu değerlendirme amacıyla KaiserMeyerOlkin katsayısı ve Bartlett S. testi uygulanmıştır. KMO değeri 0,856, Bartlett testi sonucu ise χ^2 (sd: 28) = 1189,074; $p < 0,000$ olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, ölçeğin örneklem yeterliliğinin fazla olduğunu ve değişkenler arasındaki ilişkilerin faktör analizi için uygun düzeyde bulunduğunu ortaya koymaktadır (Deniz & Tutkun, 2019).

Bilinçli Farkındalık Ölçeği (BİFÖ) (EK-3)

Brown& Ryan (2003) tarafından Farkındalık Ölçeği (BİFÖ), günlük yaşamlarındaki aktif olaylara odaklanma alanlarını seçmek amacıyla tasarlanmıştır. Beş maddeden oluşan ölçek üzerinde tek faktörlü bir yapıya sahip olup yalnızca bir toplam puan sağlar. Ölçekten alınan yüksek puanlar, aynı seviyedeki seviyelerin yüksek olduğunu

göstermektedir. Performans çalışmaları kapsamında, performansın altı dereceli Likert yapısının uygun olduğu ve açımlayıcı ile doğrulayıcı faktör analizleri sonuç faktörünün teklü dağılımının geçerliliği kanıtlanmıştır. Ölçeğin iç geçerlik miktarı 0,82, dört haftalık test-tekrar test güvenilirliği toplamı ise 0,81 olarak belirlenmiştir (Brown & Ryan, 2003). Ölçeğin değerlerini değerlendirmeleri için Beş Büyük Kişilik Özel, Sürekli Duygu Durum Ölçeği, Bilinçli Farkındalık-Farkındasızlık Ölçeği ve Özbilinç Ölçeği ile ölçüt bağıntılı geçerlilik çalışmaları gerçekleştirilmiş ve bu çalışmalar, üretkenliğin güvenilir bir ölçüm sistemi ortaya çıkarmaktadır (Brown & Ryan, 2003; Özyeşil vd., 2011). Zümra Özyeşil, Coşkun Arslan, Şahin Kesici ve M. Engin Deniz, 2011 yılında BİFÖ'yü Türkçeye uyarlamıştır. Maddelerin faktör yüklerinin 0,484 ile 0,805 arasında olduğu tespit edilmiştir. Güvenirlik analizleri kapsamında, Cronbach Alpha iç bileşenlerinlik oranının 0,80, test-tekrar testin varlığının ise 0,86 olduğu belirlenmiştir (Özyeşil vd., 2011).

Yaşam Memnuniyeti Ölçeği (YMÖ) (EK-4)

2022 yılında Mehmet Fatih Köse, Gözde Çobanoğlu ve Rahime Mercan Sarı, Yaşam Memnuniyeti Ölçeği'ni geliştirdiler. Ölçeğin yapısal özellikleri açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) aracılığıyla incelenmiştir. AFA'nın bulgularına göre, yaşam memnuniyetinin ekonomik yaşam memnuniyeti ve sosyal yaşam memnuniyeti olmak üzere iki ana kategoriye ayrılabilir. DFA sonuçları, bu iki faktörlü yapının hem lise hem de üniversite öğrencileri için uygun olduğunu desteklemiştir. Ölçeğin hem ayırt edici geçerliği hem de ölçüt geçerliği yeterli düzeyde olduğu kanıtlanmıştır. Her iki grupta da iç tutarlılık katsayısı 0,7'nin üzerindeydi. Ek olarak, boyutların iç tutarlılık ve korelasyon değerleri incelendiğinde, alfa (α) katsayılarının 0,75'in üzerinde olduğu ve bu değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu ortaya çıkarılmıştır. Lise öğrencileri için faktörler arasındaki korelasyon 0,71, üniversite öğrencileri için ise 0,69 olarak hesaplanmıştır (Köse vd., 2022).

Veri Analizi

Çalışmada veriler çözümlenirken Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı(SPSS) 27.0 kullanılmıştır.

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeklerine verdikleri yanıtlar için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Alfa katsayısı Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği için 0,906, Bilinçli Farkındalık Ölçeği için 0,916 ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği için 0,847 bulunmuştur.

Yetişkinlerin tanıtıcı özelliklerinin dağılımları için sıklık analizleri uygulanmış, Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanları gösterilirken betimleyici istatistiklere değinilmiştir.

Tablo 2.

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanları için uygulanan normallik testleri

	Kolmogorov-Smirnov(K-S)			Çarpıklıklı	Basıklıklı
	İstatistik	s.d	p	ar	ar
SMKÖ-Süreklilik	0,106	387	0,000*	0,420	-0,590
SMKÖ-Yetkinlik	0,075	387	0,000*	0,298	-0,407
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	0,069	387	0,000*	0,359	-0,397
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	0,087	387	0,000*	-0,353	-0,804
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	0,114	387	0,000*	-0,623	0,814
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	0,087	387	0,000*	-0,194	-0,401
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	0,089	387	0,000*	-0,396	0,139

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 2.'de Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeklerinden elde ettikleri puanlar için normallik testleri yapılırken başvuru K-S testi ve çarpıklık-basıklık değerleri yer almıştır.

Tablo 2.'de yer alan K-S testi sonuçları değerlendirildiğinde çalışmanın verilerinin normal dağılmadığı lakin çarpıklık-basıklık değerleri 1,5 ile +1,5 aralığında olmasından ötürü verilerin normal dağılıma uyduğu gözlenmiştir (Tabachnick & Fidell, 2013). Çalışma kapsamında yer alan yetişkinlerin tanıtıcı özelliklerine göre Sosyal Medya

Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılmalarında bağımsız örneklem t testi ve ANOVA'ya başvurulmuştur. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği(SMKÖ), Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanlarının aralarındaki ilişkilerde Pearson ilişki testi uygulanmış, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Bilinçli Farkındalık Ölçeği puanlarının Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanları üzerindeki yordayıcılık etkisi çoklu lineer regresyon analizleriyle değerlendirilmiştir.

Tablo 3.

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeklerinden elde ettikleri puanlar

	N	s	Min	Max
SMKÖ-Süreklilik	387	10,27 3,97	4	20
SMKÖ-Yetkinlik	387	10,67 3,93	4	20
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	387	20,94 7,39	8	40
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	387	58,30 17,65	15	90
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	387	13,98 3,05	4	20
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	387	12,03 3,61	4	20
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	387	26,02 5,91	8	40

Tablo 3.'te yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanları için tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 3.'e bakıldığından Çalışmadaki yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ortalama $20,94 \pm 7,39$ puan, SMKÖ-Süreklilikten $10,27 \pm 3,97$ puan, SMKÖ-Yetkinlikten $10,67 \pm 3,93$ puan aldıkları belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına dahil edilen yetişkinlerin Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden $58,30 \pm 17,65$ puan almıştır.

Yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinden ortalama $26,02 \pm 5,91$ 'ten puan, ölçekte yer alan YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyetten $13,98 \pm 3,05$ puan ve YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet ölçeğinden $12,03 \pm 3,61$ puan elde ettikleri belirlenmiştir.

Çalışma Planı ve Süreci

Çalışmaya başlamadan Mayıs 2024'te Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinde geliştiren ya da Türkçe uyarlamasını yapan araştırmacılardan gereken izinler alınmıştır.

Temmuz 2024 tarihinde Yakın Doğu Üniversitesi Etik Kurul Komitesi'ne araştırma konusu sunulup Etik Kurul izni alınarak araştırmaya başlanmıştır.

Ağustos 2024 tarihinde kullanılacak olan ölçekler Google Forms üzerinden oluşturulmuştur. Formlar oluşturulduktan sonra araştırmaya katılmaya gönüllü olan kişilere iletişim kanalları üzerinden aktarım gerçekleştirilmiştir. Ölçek sorularını cevaplama süresi 5-10 dk arasında değişmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan çalışmalar Ağustos 2024 başlanmıştır. Araştırmaya gönüllü katılan 384 kişi ile Kasım 2024 tarihinde çalışma tamamlanmıştır.

İstatiksel analizler ve literatür taramaları Aralık 2024 tarihinde son bulmuştur.

BÖLÜMIV

Bulgular

Tablo 4.

Yetişkinlerin yaşlarıyla Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanları karşılaştırma sonuçları

	Yaş	n	s.	Düşük	Yüksek	F	p	Farklar	
SMKÖ -Süreklilik	29 ve altı	160	11,41	4,19	4	20	13,776	0,000**	1-2
	30-50 yaş	103	8,93	3,52	4	18			1-3
	51 ve üstü	124	9,91	3,63	4	18			
SMKÖ -Yetkinlik	29 ve altı	160	12,34	3,95	4	20	29,221	0,000**	1-2
	30-50 yaş	103	9,11	3,44	4	20			1-3
	51 ve üstü	124	9,82	3,48	4	17			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	29 ve altı	160	23,75	7,61	8	40	23,656	0,000**	1-2
	30-50 yaş	103	18,04	6,36	8	34			1-3
	51 ve üstü	124	19,73	6,65	8	33			
Bilinçli	29 ve altı	160	59,93	18,13	15	90	4,628	0,010*	1-2
Farkındalık	30-50 yaş	103	53,81	18,39	17	90			2-3
Ölçeği	51 ve üstü	124	59,93	15,80	21	88			
YMÖ-Kişisel/sosyal	29 ve altı	160	13,59	3,36	4	20	3,302	0,038*	1-3
yaşamdan	30-50 yaş	103	13,94	2,83	4	20			2-3
memnuniyet	51 ve üstü	124	14,52	2,74	4	20			
YMÖ-Ekonomik	29 ve altı	160	11,19	3,81	4	20	12,536	0,000**	1-3
yaşamdan	30-50 yaş	103	11,85	3,81	4	20			2-3
memnuniyet	51 ve üstü	124	13,27	2,77	5	20			
Yaşam	29 ve altı	160	24,78	6,37	8	40	9,601	0,000**	1-3
Memnuniyeti	30-50 yaş	103	25,80	5,95	8	40			2-3
Ölçeği	51 ve üstü	124	27,80	4,77	11	36			

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 4.'te yetişkinlerin yaşa göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA sonuçları verilmiştir.

Yetişkinlerin yaşlarıyla Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplam ve alt boyut puanlarının aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir (

$p < 0,05$). 29 yaş ve altı yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve alt boyutlarından elde ettikleri puanların diğerlerine oranla daha fazla olduğu gözlenmiştir.

Yetişkinlerin yaşa göre Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p < 0,05$). 30-50 yaş yetişkinlerin Bilinçli Farkındalık Ölçeği puanları diğer yetişkinlere oranla düşüktür.

Çalışmada yer alan yetişkinlerin yaşa göre Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıklar olduğu gözlenmiş olup, 51 ve üstü yaş grubu yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanlar diğerlerine oranla fazladır.

Tablo 5.

Yetişkinlerin cinsiyetine göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanları karşılaştırma sonuçları

	Cinsiyeti	N		s.	t	p
SMKÖ-Süreklilik	Kadın	171	10,49	4,12	0,956	0,340
	Erkek	216	10,10	3,85		
SMKÖ-Yetkinlik	Kadın	171	10,69	4,02	0,070	0,945
	Erkek	216	10,66	3,87		
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Kadın	171	21,18	7,66	0,550	0,583
	Erkek	216	20,76	7,18		
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	Kadın	171	56,27	18,46	-2,019	0,044*
	Erkek	216	59,90	16,86		
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	Kadın	171	13,81	2,90	-1,018	0,309
	Erkek	216	14,13	3,16		
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	Kadın	171	11,39	3,60	-3,175	0,002*
	Erkek	216	12,55	3,54		
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	Kadın	171	25,19	5,77	-2,458	0,014*
	Erkek	216	26,67	5,95		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 5.'te yetişkinlerin cinsiyetine göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması için bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir.

Çalışmadaki yetişkinlerincinsiyetine göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve alt boyutlarının puanlarının aralarında istatistiki açılarından önemli farklılıkların olmadığı gözlenmiştir. ($p > 0,05$).

Yetişkinlerincinsiyetine göre Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p < 0,05$). Erkeklerin Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanlar kadınlara oranla fazladır.

Yetişkinlerin cinsiyetine g reYaşam Memnuniyeti  l eği genelinden ve alt YM -Ekonomik yaşamdan memnuniyet alt boyutundan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıklar olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Erkeklerin Yaşam Memnuniyeti  l eği genelinden ve alt YM -Ekonomik yaşamdan memnuniyet alt boyutundan elde ettikleri puanlar kadınlara oranla fazladır.

Tablo 6.

Yetişkinlerin medeni haline göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması

	Medeni hali	n		s.	t	p
SMKÖ-Süreklilik	Evli olmayan	164	11,52	4,28	5,511	0,000**
	Evli	223	9,35	3,45		
SMKÖ-Yetkinlik	Evli olmayan	164	12,05	4,22	6,171	0,000**
	Evli	223	9,66	3,37		
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Evli olmayan	164	23,57	7,97	6,284	0,000**
	Evli	223	19,01	6,27		
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	Evli olmayan	164	58,36	17,53	0,060	0,952
	Evli	223	58,25	17,78		
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	Evli olmayan	164	13,35	3,18	-3,576	0,000**
	Evli	223	14,45	2,87		
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	Evli olmayan	164	11,23	3,85	-3,810	0,000**
	Evli	223	12,62	3,31		
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	Evli olmayan	164	24,58	6,21	-4,192	0,000**
	Evli	223	27,08	5,46		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Yetişkinlerin medeni haline göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması için bağımsız örneklem t testinden elde edilen bulgular Tablo 6.'da verilmiştir.

Çalışmadaki yetişkinlerin medeni haline göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve alt boyutlarından elde ettikleri puanlarının aralarında istatistiki açıdan önemli farklılıkların olduğu belirlenmiştir ($p < 0,05$). Evli olmayan yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve alt boyutlarından elde ettikleri puanlar evlilere oranla fazladır.

Yetişkinlerin medeni haline göre Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açıdan önemli fark olmadığı görülmüştür ($p > 0,05$).

Yetişkinlerin medeni durumuna göre Yaşam Memnuniyeti Ölçeği genelinden ve

alt YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet alt boyutundan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli farklılıklar olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Evli olan yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği genelinden ve alt YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet alt boyutundan elde ettikleri puanlar evli olmayanlara oranla fazladır.

Tablo 7.

Yetişkinlerin eğitim seviyesine göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması

	Eğitim seviyesi	n	s.	Düşük	Yüksek	F	p	Farklar	
	İlköğretim	42	8,05	2,91	4	16	5,232	0,002*	1-2
SMKÖ	Lise	85	10,71	4,23	4	20			1-3
-Süreklilik	Üniversite	163	10,58	4,12	4	20			1-4
	YL/PHD	97	10,33	3,60	5	20			
	İlköğretim	42	7,21	2,46	4	12	13,355	0,000**	1-2
SMKÖ	Lise	85	10,99	4,16	4	20			1-3
-Yetkinlik	Üniversite	163	11,10	3,90	4	20			1-4
	YL/PHD	97	11,18	3,59	4	20			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	İlköğretim	42	15,26	4,98	8	26	9,949	0,000**	1-2
	Lise	85	21,69	7,89	8	40			1-3
	Üniversite	163	21,68	7,54	8	40			1-4
	YL/PHD	97	21,51	6,53	9	40			
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	İlköğretim	42	49,76	16,97	21	90	8,623	0,000**	1-3
	Lise	85	54,96	18,66	15	87			1-4
	Üniversite	163	58,61	17,06	15	90			
	YL/PHD	97	64,38	15,96	27	89			
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	İlköğretim	42	13,81	3,06	4	20	3,409	0,018*	1-4
	Lise	85	13,24	3,20	4	20			2-4
	Üniversite	163	14,02	2,89	4	20			
	YL/PHD	97	14,66	3,06	4	20			
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	İlköğretim	42	11,17	3,48	4	20	8,810	0,000**	1-4
	Lise	85	10,85	3,72	4	20			2-4
	Üniversite	163	12,08	3,49	4	20			
	YL/PHD	97	13,37	3,35	7	20			
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	İlköğretim	42	24,98	6,12	8	40	7,597	0,000**	1-4
	Lise	85	24,08	5,91	8	40			2-4
	Üniversite	163	26,10	5,64	8	40			
	YL/PHD	97	28,03	5,70	11	40			

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 7.'de yetişkinlerin eğitim seviyesine göre Sosyal Medya Kullanımı,

Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılmalarına ait ANOVA testine başvurulmuştur.

Yetişkinlerin eğitim seviyesine göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve alt boyutlarından elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). İlk öğretim mezunu olan yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve alt boyutlarından elde ettikleri puanlar diğerlerine oranla düşük bulunmuştur.

Yetişkinlerin eğitim durumuna göre Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiş olup, İlköğretim mezunu olanların Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanlar lisans ve lisansüstü mezunu olanlara göre daha yüksektir ($p<0,05$)

Çalışmadaki yetişkinlerin eğitim durumuna göre Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). İlköğretim ve lise mezunu olan yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanlar lisansüstü mezunlarına göre düşüktür.

Tablo 8.

Yetişkinlerin aylık gelirleriyle Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması

	Aylık Gelirleri	n	s.	Düşük	Yüksek	F	p	Farklar	
SMKÖ-Süreklilik	Düşük	65	10,69	4,78	4	20	1,694	0,185	
	Orta	245	9,99	3,64	4	20			
	Yüksek	77	10,81	4,19	5	20			
SMKÖ-Yetkinlik	Düşük	65	10,63	4,70	4	20	4,091	0,017*	1-3
	Orta	245	10,33	3,71	4	20			2-3
	Yüksek	77	11,79	3,76	4	20			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Düşük	65	21,32	9,03	8	40	2,910	0,056	
	Orta	245	20,32	6,84	8	40			
	Yüksek	77	22,60	7,37	9	40			
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	Düşük	65	58,71	17,62	24	90	0,068	0,934	
	Orta	245	58,38	17,48	17	89			
	Yüksek	77	57,68	18,43	15	86			
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	Düşük	65	12,32	2,93	4	20	18,637	0,000**	1-2
	Orta	245	14,00	2,98	4	20			1-3
	Yüksek	77	15,32	2,71	4	20			2-3
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	Düşük	65	8,51	3,18	4	16	78,985	0,000**	1-2
	Orta	245	12,05	2,87	4	20			1-3
	Yüksek	77	14,96	3,47	5	20			2-3
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	Düşük	65	20,83	5,40	8	36	58,483	0,000**	1-2
	Orta	245	26,05	5,07	8	40			1-3
	Yüksek	77	30,29	5,38	12	40			2-3

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Yetişkinlerin aylık gelirleriyle Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılmalarına ait ANOVA sonuçları Tablo 8.'de verilmiştir.

Çalışmadaki yetişkinlerin aylık gelirleriyle Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinde yer alan SMKÖ-Yetkinlik alt boyutundan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılardan önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p < 0,05$). Yüksek gelirdeki Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinde yer alan SMKÖ-Yetkinlik alt boyutundan elde ettikleri

puanlar düşük ve orta gelir grubundakilere göre daha yüksektir.

Çalışma kapsamında yer alan yetişkinlerin aylık gelirleriyle Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli fark olmadığı gözlenmiştir ($p>0,05$).

Yetişkinlerin aylık gelirleriyle Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli farklılıkların olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Yüksek gelir grubunda olan yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanlar düşük ve orta gelir grubundakilere göre daha yüksektir. Ayrıca orta gelir grubundaki yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanlar düşük gelir grubundakilere göre daha yüksektir.

Tablo 9.

Yetişkinlerin sosyal medya kullanım süresine göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması

	Süre	n	s.	s.	Düşük	Yüksek	F	p	Farklar
SMKÖ-Süreklilik	<1 sa	101	7,25	2,95	4	18	61,254	0,000**	1-2,1-3
	1-3 sa	177	10,13	3,28	4	20			1-4,2-4
	3-5 sa	66	12,76	3,31	5	20			
	>5 sa	43	14,12	3,87	5	20			
SMKÖ-Yetkinlik	<1 sa	101	7,57	3,10	4	16	71,325	0,000**	1-2,1-3
	1-3 sa	177	10,47	2,99	4	20			1-4,2-4
	3-5 sa	66	13,38	3,38	5	20			
	>5 sa	43	14,65	3,66	7	20			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	<1 sa	101	14,82	5,61	8	32	81,668	0,000**	1-2,1-3
	1-3 sa	177	20,60	5,52	8	40			1-4,2-4
	3-5 sa	66	26,14	6,09	12	40			
	>5 sa	43	28,77	6,79	12	40			
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	<1 sa	101	61,37	17,36	20	88	5,080	0,002*	1-4
	1-3 sa	177	58,97	17,53	15	90			2-4
	3-5 sa	66	57,73	17,52	17	89			3-4
	>5 sa	43	49,21	16,56	15	83			
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	<1 sa	101	14,63	2,67	7	20	5,785	0,001*	1-4
	1-3 sa	177	14,08	3,01	4	20			2-4
	3-5 sa	66	13,77	2,97	4	20			
	>5 sa	43	12,40	3,63	4	20			
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	<1 sa	101	12,64	3,60	4	20	5,035	0,002*	1-4
	1-3 sa	177	12,31	3,25	4	20			2-4
	3-5 sa	66	11,42	3,81	4	20			
	>5 sa	43	10,40	4,21	4	19			
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	<1 sa	101	27,28	5,63	14	40	6,741	0,000**	1-4
	1-3 sa	177	26,39	5,52	8	40			2-4
	3-5 sa	66	25,20	6,03	8	40			
	>5 sa	43	22,79	6,77	8	35			

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 9.'da yetişkinlerin sosyal medya kullanım süresine göre Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının karşılaştırılması için uygulanmış olan ANOVA sonuçlarına değinilmiştir

Çalışmadaki yetişkinlerin gün içinde sosyal medyayı kullanma süresiyle Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlarından elde ettikleri puanların arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Günlük 1 saatten az sosyal medya kullanan yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlarından elde ettikleri puanlar diğer katılımcılara göre düşüktür. Bunun yanı sıra gün içinde sosyal medyayı kullanma süresi 1-3 saat arasında olanların Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlarından elde ettikleri puanlar günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananlara göre düşük bulunmuştur.

Yetişkinlerin gün içinde sosyal medyayı kullanma süresiyle Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Günlük sosyal medya kullanım süresi 1 saatten az olan yetişkinlerin Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanlar diğerlerine göre yüksek bulunmuştur.

Çalışma kapsamında yer alan yetişkinlerin gün içinde sosyal medyayı kullanma süresine göre Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Günlük sosyal medya kullanım süresi 1 saatten az ve 1-3 saat olan yetişkinlerin Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananlara göre yüksek olduğu gözlenmiştir.

Tablo 10.

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının aralarındaki ilişkiler

		SMKÖ-Süreklilik	SMKÖ-Yetkinlik	Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Bilinçli Farkındalık Ölç.	YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	Yaşam Memnuniyeti Ölç.
SMKÖ-Süreklilik	r	1						
	p							
SMKÖ-Yetkinlik	r	0,748	1					
	p	0,000**						
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	r	0,935	0,934	1				
	p	0,000**	0,000**					
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	r	-0,146	-0,078	-0,120	1			
	p	0,004*	0,124	0,018*				
YMÖ-Kişisel/sosyal yaşamdan memnuniyet	r	-0,194	-0,082	-0,148	0,247	1		
	p	0,000**	0,106	0,003*	0,000**			
YMÖ-Ekonomik yaşamdan memnuniyet	r	-0,135	-0,059	-0,104	0,181	0,573	1	
	p	0,008*	0,245	0,041*	0,000**	0,000**		
Yaşam Memnuniyeti Ölçeği	r	-0,183	-0,079	-0,140	0,238	0,866	0,906	1
	p	0,000**	0,123	0,006*	0,000**	0,000**	0,000**	

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 10.'da yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Ölçekleri puanlarının ilişkilerinin belirlenmesinde Pearson testi sonuçlarına değinilmiştir.

Çalışmadaki yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinde yer alan SMKÖ-Süreklilik alt boyutundan elde ettikleri puanlar ile Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli ve ters yönlü korelasyonlar olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$). Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğindeki SMKÖ-Süreklilik alt boyutundan elde ettikleri puanlar ile Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli ve ters yönlü korelasyonların olduğu gözlenmiştir ($p<0,05$).

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinde yer alan SMKÖ-Yetkinlik alt boyutundan elde ettikleri puanlar ile Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli ve korelasyon olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından elde ettikleri puanlar ile Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli ve ters yönlü korelasyonlar olduğu gözlenmiştir. ($p<0,05$). Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplamından elde ettikleri puanlar ile Yaşam Memnuniyeti Ölçeği toplamından ve ölçeğin barındırdığı alt boyutlardan elde ettikleri puanların aralarında istatistiki açılarından önemli ve ters yönlü korelasyonların olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

Tablo 11.

Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Bilinçli Farkındalık Ölçeklerinden aldıkları puanların Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinden aldıkları puanları yordayıcılığı

	Std. Olm. β	Std. S.H.	Std. Beta	t	p	F p	R ² AdjR ²
(Sabit)	23,534	1,381		17,037	0,000**	14,253	0,069
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	-0,090	0,040	-0,113	-2,277	0,023*	0,000**	0,064
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	0,075	0,017	0,224	4,520	0,000**		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,05$

Tablo 11.'de çalışmadaki yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Bilinçli Farkındalık Ölçeklerinden aldıkları puanların Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinden aldıkları puanları yordayıcılığında kullanılan çoklu lineer regresyon analizi sonuçlarına değinilmiştir.

Tablo 11. değerlendirildiğinde yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden elde ettikleri puanların Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanlarını istatistiksel olarak anlamlı ve ters yönlü olarak yordadığı gözlenmiştir ($\beta=-0,113$; $p<0,05$). Çalışmadaki yetişkinlerin Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde ettikleri puanların Yaşam Memnuniyeti Ölçeği puanlarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olarak yordadığı gözlenmiştir ($\beta=0,224$; $p<0,05$).

BÖLÜM V

Tartışma

Araştırma, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemiştir; bu değişkenler, çeşitli sosyo-demografik faktörler bağlamında değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya kullanımının yaşam memnuniyeti üzerinde olumsuz etkileri olduğu tespit edilmiştir. Özellikle günlük sosyal medya kullanım süresindeki artışın, yaşam memnuniyetinde anlamlı bir düşüşe yol açtığı belirlenmiştir. Günde beş saatten fazla sosyal medya kullanan bireylerin yaşam doyumu düzeylerinin daha az kullanım sürelerine göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, Twenge vd. (2018) çalışmalarında sosyal medya kullanımının yalnızlık hissini artırarak yaşam memnuniyetini olumsuz etkilediğini ortaya koyan bulgularıyla uyumludur. Uzun süreli sosyal medya kullanımı, bireylerin sosyal çevrelerinde gerçek etkileşimlerden uzaklaşmasına neden olarak yaşam kalitesini düşürebilmektedir. Keles vd. (2020) çalışmalarında yoğun sosyal medya kullanımının depresyon, kaygı ve yalnızlık düzeylerini arttırdığı ve yaşam memnuniyetinde düşüşe yol açtığı sonucuyla da örtüşmektedir. Sosyal medyanın bireylerin yaşam mutluluğu üzerindeki etkilerinin yalnızca kullanım süresine değil, aynı zamanda kullanım amacı ve içerik türüne de bağlı olduğu saptanmıştır. Eğlence amaçlı kullanımın anlık faydalar sağlayabildiği, ancak gündem takibi gibi kaygı ve olumsuz duygulara neden olabilecek kullanımların yaşam memnuniyetini azaltabileceği Meier ve Reinecke (2020) çalışmaları sonucunda elde edilen bulgularla da desteklenmiştir.

Araştırmada, sosyal medya kullanım süresinin yaşamın farklı alanları üzerindeki olumsuz etkileri de tespit edilmiştir. Özellikle kişisel ve ekonomik yaşam alanlarında sosyal medyanın olumsuz etkileri belirgin hale gelmiştir. Yoğun sosyal medya kullanımının bireylerde yaşam standartlarını diğer bireylerle karşılaştırma eğilimini artırdığı ve bu durumun kalıcı olumsuz etkiler yarattığı görülmüştür. Literatürde, sosyal medyada sıkça karşılaşılan idealize edilmiş yaşam paylaşımlarının bireylerin öz değerlendirmelerini olumsuz yönde etkilediği ve yaşam kalitesini düşürdüğü ifade edilmektedir (Chou & Edge, 2012).

Vogel vd. (2014) çalışmalarında sosyal medyada sıkça karşılaşılan idealize edilmiş içeriklere maruz kalmanın bireylerin kendi yaşamlarını daha olumsuz algılamasına neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının belirli bir düzeyde tutulması ve olumlu içeriklerin tercih edilmesi durumunda sosyal bağların güçlenebileceği ve yaşam memnuniyetinin artabileceği ileri sürülmüştür. Araştırmada, günlük bir saatten az sosyal medya kullanan bireylerin yaşam memnuniyeti puanlarının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Nabi vd. (2013) araştırmalarında, sosyal medya platformlarının özellikle Facebook'un algılanan sosyal desteği artırarak, stres seviyelerini düşürdüğünü ve genel yaşam memnuniyetini yükselttiğini belirtmektedir. Bu bulgular, sosyal medyanın kontrollü ve amaca uygun kullanımının bireyler üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir.

Araştırman bulguları, bilinçli farkındalığı yüksek olan bireylerin yaşam memnuniyetlerinin daha fazla olduğu yönündedir. Bireyin bilinçli farkındalığının yaşam memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, Brown ve Ryan'ın (2003) bilinçli farkındalığın olumsuz durumlarla başa çıkma becerisini artırarak yaşam doyumunu iyileştirdiğini ortaya koyan çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. Bilinçli farkındalığın, bireylerin yaşam memnuniyetlerini artıracak gelişim programlarına yönlendirilmesi ile desteklenebileceği öngörülmektedir.

Cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde, erkeklerin yaşam memnuniyeti puanlarının kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, literatürde farklı bulgularla desteklenmekle birlikte, Özçelik ve Akdoğan (2020) çalışmasında kadınların sosyal ve duygusal yükleri daha fazla taşımalarının yaşam doyumlarını olumsuz etkileyebileceği belirtilmiştir. Eygü ve Kılınç (2020) çalışmalarında farklı sonuçlara ulaşmışlardır. Bu çalışma ile cinsiyetin yaşam memnuniyeti üzerinde bir etkisi olmadığını ancak yaşam memnuniyetinin bireysel ve çevresel birçok faktörden etkilendiğini farklı demografik ve sosyoekonomik gruplarda sonuçların değişkenlik gösterebileceği belirtilmiştir. Erkeklerin Bilinçli Farkındalık oranlarının da kadınlara oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, erkeklerin dikkati toplama ve farkındalık süreçlerinde kadınlara göre daha etkin olabileceğini ifade eden literatürle uyumludur (Brown & Ryan, 2003). Bu sonuçlar, cinsiyetin bilinçli farkındalık ve yaşam

memnuniyeti gibi psikososyal değişkenler üzerindeki etkilerinin farklılaşabileceğini göstermektedir.

Yaş değişkeni açısından yapılan değerlendirmelerde yaşın yaşam memnuniyeti ile ilişkisi tespit edilmiştir. 51 yaş ve üzeri bireylerin yaşam memnuniyeti düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum, ileri yaşlarda edinilen hayat tecrübelerinin daha olumlu bir bakış açısı kazandırması ile açıklanabilir. Ryff ve Keyes (1995) alışmalarında ileri yaşlarda bireylerin yaşam deneyimlerini daha iyi değerlendirdiğini ve bu durumun olumlu duygusal değişimlere yol açtığını ortaya koymuşlardır. Karaaslan vd. (2021) alışmalarında yaşın yaşam memnuniyeti üzerinde anlamlı ilişkisi olduğunu ve yaş ilerledikçe yaşam memnuniyetinin arttığını ortaya koymuşlardır. Bu araştırmalar elde edilen sonuçla paralellik göstermektedir. Güler ve Emeç (2006) alışmalarında ise yaş değişkeni ve yaşam memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir. Araştırmalar sonucunda elde edilen farklı sonuçlar, örneklem, zaman ve mekan farklılıkları gibi nedenlerle oluşabilmektedir.

Araştırmada, eğitim seviyesinin sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti üzerinde anlamlı etkileri olduğu tespit edilmiştir. İlköğretim mezunlarının sosyal medya kullanımı düşük bulunurken lisans ve lisansüstü eğitim almış bireylerin yaşam memnuniyeti puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Karaca (2020) alışmasında eğitim düzeyinin yaşam memnuniyeti ve bilinçli farkındalık üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir. Bu bulgu, eğitim düzeyinin daha iyi ekonomik ve sosyal olanaklara erişim sağlaması ile ilişkilendirilebilir. Sorokowski vd. (2017) alışmalarında eğitim düzeyleri yüksek olan bireylerin yaşamdan duydukları tatminin daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Literatürde bulunan bir diğer araştırmada, çalışan kadınların eğitim seviyeleri ile yaşam memnuniyetleri arasında düşük bir ilişki tespit edilmiştir. Eğitim seviyesi yükseldikçe yaşam memnuniyetinin düşmesi beklentilerin giderek artmasıyla açıklanmaktadır (Uğur & Saraç, 2019).

Benzer şekilde, gelir düzeyinin yaşam memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yüksek gelir grubunda yer alan bireylerin yaşamdan daha fazla tatmin duyduğu görülmüş ve bu durum, ekonomik refahın bireylerin yaşam kalitesini artırdığı şeklinde yorumlanabilir. Orta gelir grubundaki bireylerin de yaşam memnuniyeti puanlarının düşük gelir grubundakilere kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu

bulgular, ekonomik refahın yaşam memnuniyetini artırdığını vurgulayan Sorokowski ve arkadaşları'nın (2017) çalışmasıyla paraleldir. Karagöz vd. (2016) çalışmalarında gelir düzeyinin hayat kalitesi ve memnuniyetine etkisini araştırmışlardır. Farklı gelir seviyesinden insanlarla yapılan çalışmada gelir düzeyi artışının hayat kalitesi ve memnuniyetini arttırdığını ortaya koyulmuştur.

Araştırmada, medeni durumun sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Evli olmayan bireylerin daha fazla sosyal medya kullandıkları bulunurken, evli bireylerin yaşam memnuniyeti ve ekonomik yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, Çelik (2019) çalışmasında da evli bireylerin daha yüksek yaşam memnuniyeti sergilediğini ortaya koymuştur.

Araştırma bulguları, sosyal medya kullanım süresinin bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti üzerinde önemli etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Günlük 1 saatten az sosyal medya kullanan bireylerin bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti puanları, diğer gruplara kıyasla daha yüksektir. Benzer şekilde, 1-3 saat arası kullanımda da olumlu sonuçlar gözlenirken, 5 saatten fazla kullanımın yaşam memnuniyetini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Güçlü ve Çulha (2024) çalışmalarında, bilinçli farkındalık ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini araştırmışlardır. Sonuçlar bilinçli farkındalık düzeyinin artmasıyla problemlili sosyal medya kullanımının azaldığını göstermektedir. Bu durum, Twenge vd. (2018) çalışmalarında sosyal medyanın aşırı kullanımının yalnızlık ve memnuniyetsizlikle ilişkilendirildiğini ifade eden çalışmasıyla da örtüşmektedir. Başka bir çalışmada Kalafat Çat vd. (2021) sosyal medya kullanım süresi arttıkça bağımlılığın arttığını, ancak sosyal medya kullanımının süresiyle yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir.

Araştırmada, sosyal medya kullanımının bireylerin yaşam memnuniyeti üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu bulguya göre sosyal medya kullanım süresi arttıkça yaşam memnuniyeti düzeyleri azalmaktadır. Öte yandan, bilinçli farkındalık düzeyinin yaşam memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bilinçli farkındalık düzeyleri arttıkça yaşam memnuniyeti düzeyleri de artmaktadır. Bu sonuç, Brown ve Ryan (2003) bilinçli farkındalığın psikolojik iyi oluş üzerindeki olumlu etkilerini vurgulayan çalışmasıyla uyumludur.

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler

Sonuç

Bu araştırma, yetişkin bireylerde sosyal medya kullanımı bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyetinin ilişkisi olup olmadığını varsa bunların çeşitli sosyo-demografik faktörlere göre nasıl değiştiği incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen veriler aşağıda verilmiştir.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya kullanım süresi ile yaşam memnuniyeti arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımı arttıkça bireylerin yaşam memnuniyetinde azalma tespit edilmiştir. Günde 5 saatten fazla sosyal medya kullanan bireylerin yaşam memnuniyetleri, diğer kullanım sürelerine oranla fark edilir biçimde düşük bulunmuştur. Bu durum, fazla sosyal medya kullanımının bireylerin yaşam kalitesini kötü etkileyebileceğini göstermektedir.

Bilinçli farkındalık, yaşam memnuniyetini olumlu yönde etkileyen bir faktör olarak tespit edilmiştir. Bilinçli farkındalığı yüksek olan bireylerin, yaşamlarından daha fazla tatmin oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanım süresi arttıkça bilinçli farkındalık oranlarının azaldığı ortaya çıkmıştır. Demografik özellikler açısından değerlendirme yapıldığında, yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi gibi özelliklerin sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti üzerinde olumlu anlam içeren etkileri olduğu görülmüştür. Gençlerin sosyal medya kullanım sürelerinin daha fazla olduğu, ileri yaş grubundakilerin ise yaşam memnuniyeti oranlarının daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Erkeklerin bilinçli farkındalık ve ekonomik yaşam memnuniyeti puanlarının kadınlardan fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Eğitim ve gelir düzeyinin artması sonucu bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti oranlarının arttığı ortaya çıkmıştır.

Regresyon analizleri sonucunda, sosyal medya kullanımının yaşam memnuniyetini negatif yönde etkilediği, bilinçli farkındalığın ise yaşam memnuniyetini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının bilinçli farkındalığı azalttığı ve yaşam memnuniyetini olumsuz etkileyebileceği belirlenmiştir.

Öneriler

Bu çalışma, sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sosyal medya kullanımının kişinin yaşamındaki memnuniyetini olumsuz etkilediği, ancak bilinçli farkındalığın kişinin yaşamındaki memnuniyetini artırdığı gösterilmiştir. Bu sonuçlar, gelecekteki çalışmalar ve uygulamalar için şu önerileri ortaya koymaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanımını kontrol altında tutmalarını sağlamak için farkındalık eğitimleri ve dijital temizlik uygulamaları geliştirilmelidir. Bu tür programlar, özellikle uzun süre sosyal medya kullanan insanların yaşam kalitelerini iyileştirmek için çalışmalıdır. Aynı şekilde, bilinçli farkındalığı geliştirmeye yönelik eğitimler ve stresi azaltmaya yönelik programlar yaygınlaştırılmalıdır. Bu programlar, özellikle genç yetişkinler ve yoğun sosyal medya kullanıcıları için önemlidir.

Yaş gruplarına özel stratejiler geliştirmek de çok önemlidir. Sosyal medya kullanımının yaş gruplarına göre etkisi değişmektedir. Bu nedenle, ileri yaş ve genç yetişkinler için özel müdahale planları geliştirilmelidir. Ayrıca, eğitim seviyesi düşük bireyler için tasarlanmış ve kolayca erişilebilir çalışmalar, bilinçli farkındalığı ve yaşam memnuniyetini artırma çabalarına katkıda bulunabilir.

Sosyal medya platformlarının, kullanıcıların onları nasıl kullandıklarını öğrenmelerini sağlayan özellikleri olması gerekir. Örneğin, zihinsel farkındalık çalışmalarını ve kullanım süresini kısıtlayan içerikler bu durumda etkili olabilir. Ek olarak, toplumsal farkındalık kampanyaları düzenlenerek sosyal medyanın sağlıklı ve dengeli bir şekilde kullanılmasının önemine dikkat çekilebilir. Gelecekte uzun vadeli araştırmalar, sosyal medya kullanımının ve bilinçli farkındalık düzeyinin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkilerini belirlemek için yapılmalıdır. Bu tür araştırmalar, neden-sonuç ilişkilerini daha iyi anlayacaktır. Ek olarak, bu bulguların farklı kültürel bağlamlarda sosyal medya kullanımı, bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkileri araştırmak, sonuçları daha yaygın hale getirebilir.

Son olarak, zihinsel sağlık ve dijital okuryazarlık ile ilgili politikaların oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının zararlı etkilerini azaltmak için politikalar geliştirilmeli ve toplum genelinde farkındalık artırıcı çalışmalara öncelik verilmelidir. Bu tavsiyeler, insanların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını daha iyi

yönetmelerine yardımcı olabilir ve yaşamlarını daha mutlu hale getirebilir.

Kaynakça

- Aydın, B., & Çok, F. (2019). Sosyal medya ve psikolojik iyi oluş: Kavramsal bir inceleme. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 39(2), 45-61.
- Albayrak, C. (2020). Polis memurlarının bilinçli farkındalık ve stres ile başa çıkma durumları arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Master'sthesis, Sakarya Üniversitesi*.
- Aktepe, İ., Tolan, Ö. (2020). Bilinçli farkındalık üzerine güncel bir inceleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(4), 534-561.
- Andreassen, C. (2015). Çevrimiçi sosyal ağ sitesi bağımlılığı: Kapsamlı bir inceleme. *Güncel Bağımlılık Raporları*, 2 (2), 175-184.
- Baer, R. (2003). Klinik bir müdahale olarak farkındalık eğitimi: Kavramsal ve ampirik bir inceleme. *Klinik Psikoloji: Bilim ve Uygulama*, 10 (2), 125-143.
- Baer, R. A., Smith, G. T., Hopkins, J., Krietemeyer, J., & Toney, L. (2006). Farkındalığın yönlerini keşfetmek için öz bildirim değerlendirme yöntemlerini kullanma. *Değerlendirme*, 13(1), 27-45.
- Beyens, I., & Eggermont, S. (2014). Sosyal medya kullanımının içeriğini ve bağlamını anlamak: Olumlu ve olumsuz sosyal medya deneyimlerinin bir ölçümünün geliştirilmesi. *Siberpsikoloji, Davranış ve Sosyal Ağlar*, 17(3), 1-8.
- Bayrakdaroğlu, Y., Türkmen, M. U., & Öntürk, Y. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık ve yaşam doyum düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 1209-1222.

- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 822–848.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). Şimdiki zamanda olmanın faydaları: Farkındalık ve psikolojik refahtaki rolü. *Kişilik ve Sosyal Psikoloji Dergisi*, 84(4), 822-848.
- Brown, K. W. & Ryan, R. M. (2003). Mevcut olmanın faydaları: Farkındalık ve psikolojik iyi oluştaki rolü. *Kişilik ve Sosyal Psikoloji Dergisi*, 84 (4), 822–848.
- Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social networking sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *MacArthur Foundation series on digital learning: Youth, identity, and digital media* (pp. 119–142).
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Buckingham, D. (2019). *Medya Okuryazarlığı: Eleştirel Bir Giriş*. Polity Press.
- Carr, N. (2010). *Sığ Sular: İnternet Beynimize Ne Yapıyor*. WW Norton & Company.
- Chaffey, D. (2020). Küresel sosyal medya araştırma özeti 2020. <https://www.smartinsights.com> adresinden alındı.
- Chae, J. (2018). Reexamining the relationship between social media and happiness: The effects of various social media platforms on social capital and well-being. *Social Media Society*, 4(2), 1-14.
- Chen, W. & Li, D. (2017). İnternet, sosyal medya ve refah. *İnsan Davranışında Bilgisayarlar*, 75 , 775-778.

- Choi, M. & Kim, J. (2017). Sosyal medyanın öznel refah üzerindeki etkisi: Bağlantı ve katılımın rolü. *Mutluluk Çalışmaları Dergisi*, 18 (5), 1235-1248.
- Chou, H. & Edge, N. (2012). "Benden daha mutlular ve daha iyi hayatlar yaşıyorlar": Facebook'u kullanmanın başkalarının hayatlarına ilişkin algılar üzerindeki etkisi. *Siberpsikoloji, Davranış ve Sosyal Ağlar*, 15 (2), 117–121.
- Chittaranjan, G., Blom, J., & Gatica-Perez, D. (2013). Mining large-scale smartphone data for personality studies. *Personal and Ubiquitous Computing*, 17(3), 433–450.
- Creswell, J., Way, B. Eisenberger, N. & Lieberman, M. D. (2007). Duygulanım etiketlemesi sırasında eğilimsel farkındalığın sinirsel ilişkileri. *Psikosomatik Tıp*, 69 (6), 560-565.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Akış: Optimum Deneyimin Psikolojisi*. Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Akışı Bulmak: Günlük Yaşamla Etkileşimin Psikolojisi*. Temel Kitaplar.
- Çelenk, E. (2020). Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: Sakarya Üniversitesi örneği (Yüksek Lisans Tezi). *Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Sakarya*.
- Çelik, G. (2019). Medeni durumun yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisi: Evli ve bekar bireylerin karşılaştırılması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 34(2), 85-102.
- Demir, T., & Özkan, M. (2021). Sosyal medya kullanımının bilinçli farkındalık ve yaşam memnuniyeti üzerindeki etkileri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 112-130.

- Demirel, G., & Düşünceli, B. (2023). Ergenlerin sosyal medyaya yönelik tutumları ile bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 13(1), 347-364.
- Deniz, M. E., Erus, S. M., & Büyükkebeci, A. (2017). Bilinçli farkındalık ile psikolojik iyi oluş ilişkisinde duygusal zekanın aracılık rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7(47), 17-31.
- Deniz, Ü. & Tutkun, Ü. (2019). Sosyal medyanın değerlendirilmesi üzerine ölçek geliştirme çalışması. *Psikoloji Araştırmaları Dergisi*.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- Diener, E., Suh, E, Lucas, R. E., & Smith, HL (1999). Öznel refah: Üç on yıllık ilerleme. *Psikolojik Bülten*, 95(3), 542-575.
- Diener, E. (1984). Öznel iyi oluş. *Psikolojik Bülten*, 95 (3), 542-575.
- Diener, E. & Chan, MY (2011). Mutlu insanlar daha uzun yaşar: Öznel refah sağlığa ve uzun ömre katkıda bulunur. *Uygulamalı Psikoloji: Sağlık ve Refah*, 3 (1), 1-43.
- Doğan, U. (2016). Sosyal medya kullanımının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 41(183), 217-231. <https://doi.org/10.15390/EB.2016.4616>
- Doğan, U. (2020). Sosyal medya bağımlılığı ve yaşam tatmini: Üniversite öğrencileri üzerine bir çalışma. *Türk Psikoloji Yazıları*, 23(3), 78-93.

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Eygü, H., & Kılınç, A. (2020). Yaşam memnuniyeti üzerinde etkili olan faktörlerin araştırılması: Kayseri ili örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(Özel Sayı), 3589-3608.
- Gay, LR (1996). *Eğitim Araştırmaları: Analiz ve Uygulama için Yeterlilikler* (5. basım). Merrill Yayıncılık Şirketi.
- Gee, JP (2020). *Video Oyunlarının Bize Öğrenme ve Okuryazarlık Hakkında Öğretebileceği Şeyler*. Palgrave Macmillan.
- Greenwood, S., Perrin, A. ve Duggan, M. (2016). Sosyal medya güncellemesi 2016. Pew Araştırma Merkezi. [https ://www .pewresearch .org](https://www.pewresearch.org) Adresinden 30.11.2024 tarihinde alındı.
- Grossman, P., Niemann, L., Schmidt, S. ve Walach, H. (2004). Farkındalığa dayalı stres azaltma ve sağlık yararları: Bir meta-analiz. *Psikosomatik Araştırma Dergisi*, 57 (1), 35-43.
- Gündüz, M., & Hacıoğlu, E. (2018). Dijital çağda sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bireyler üzerindeki etkileri. *Yeni Medya Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 65-80.
- Güçlü, D. M., & Çulha, Ü. M. (2024). Bilinçli farkındalık ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi. *TAM Akademi Dergisi*, 3(1), 31-45.

- Hofmann, W., Reinecke, L. ve Meier, A. (2017). Tatlı cazibeler ve acı tat: Sosyal medya kullanımının refah üzerindeki etkilerinin düzenleyicisi olarak öz kontrol. *Güncel Psikoloji Görüşü*, 15 , 20-25.
- Howell, A. J., Digdon, N. L. & Buro, K. (2008). Dikkatlilik üniversite öğrencilerinde uykuyla ilgili memnuniyeti öngörüyor. *Kanada Davranış Bilimleri Dergisi/Revue Canadienne des Sciences du Comportement*, 40 (4), 238-243.
- Helliwell, J. F., Layard, R. & Sachs, J. (2019). *Dünya mutluluk raporu 2019*. Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı.
- Hootsuite. (2021). Dijitalin küresel durumu 2021. <https://www.hootsuite.com>
Adresinden 30.11.2024 tarihinde alındı.
- Huang, C. (2017). Sosyal ağ sitelerinde geçirilen zaman ve psikolojik refah: Bir meta-analiz. *Siberpsikoloji, Davranış ve Sosyal Ağlar*, 20 (6), 346-354.
- Joinson, A. N. (2008). İnsanlara bakmak, onları izlemek veya onlarla iletişim halinde olmak? Motifler ve Facebook kullanımı. *SIGCHI Konferansı'nın İnsan Faktörleri Bilgisayar Sistemlerinde Bildirileri* , 1027-1036.
- Kabat-Zinn, J. (1990). *Tam Felaket Yaşamı: Stres, Acı ve Hastalıkla Yüzleşmek İçin Vücudunuzun ve Zihninizin Bilgeliğini Kullanmak*. Delacorte Press.
- Kabat-Zinn, J. (1994). *Wherever You Go, There You Are: Mindfulness Meditation in Everyday Life*. Hyperion.

- Karaca, A. (2020). Eğitim düzeyinin yaşam memnuniyeti ve bilinçli farkındalık üzerindeki etkileri. *Türk Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 40(3), 98-112.
- Çebi Karaaslan, K., Çalmaşur, G., & Emre Aysin, M. (2021). Bireylerin yaşam memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(1), 263-290.
- Karagöz, Y., Doğan, A., & Koçyiğit, S. (2016). Gelir düzeyinin hayat kalitesi ve memnuniyetine etkisi: Sivas ilinde ampirik bir uygulama. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1), 169-170.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler* (15. Baskı). Nobel Yayın Dağıtımı.
- Karataş, T. (2022). "Dijital Yeteneklerin Geliştirilmesinde Eğitim ve Teknolojinin Rolü." *Eğitim Bilimleri Dergisi* , 14(3), 45-60.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kalafat Çat, A., Koçak, M. C., & Toprak, Ö. (2021). Sosyal medya bağımlılık düzeyinin yaşam memnuniyetine etkisi üzerine saha araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 56, 1-18.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93.

- Keng, SL, Smoski, MJ ve Robins, CJ (2011). Farkındalığın psikolojik sağlık üzerindeki etkileri: Deneysel çalışmaların bir incelemesi. *Klinik Psikoloji İncelemesi*, 31 (6), 1041-1056.
- Kırcaburun, K., Demetrovics, Z., & Tosuntaş, Ş. B. (2020). Sosyal medya kullanımı ve bağımlılığının öznel iyi oluşla ilişkileri: Kapsamlı bir meta-analiz. *Mutluluk Çalışmaları Dergisi*, 21 (3), 1369-1385.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kross, E., et al. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 8(8), e69841.
- Köse, T., & Doğan, A. (2019). Sosyal medya platformlarının bireysel ve toplumsal etkileri: Teorik bir değerlendirme. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 22(4), 121-138.
- Köse, M. F., Çobanoğlu, G. & Sarı, RM (2022). Yaşam Memnuniyeti Ölçeği: iradek ve güvenilirlik çalışması. *Eğitim ve Psikolojik Ölçme Dergisi* , 45(2),
- Kümbül G., B., & Emeç, H. (2006). Yaşam memnuniyeti ve akademik başarıda iyimserlik etkisi. *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(2), 129-149.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, 1477-1492.
<https://doi.org/10.7892/boris.47024>

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.

Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., & Miller, E. (2017). ABD'li genç yetişkinler arasında sosyal medya kullanımı ile depresyon arasındaki ilişki. *Ergen Sağlığı Dergisi*, 59 (5), 517-524.

Livingstone, S. (2021). *Dijital Medya ve Toplum: Bir Giriş*.

Lupton, D. (2014). *Digital Sociology: An Introduction*. Routledge.

Lyubomirsky, S., King, L. & Diener, E. (2005). Sık sık pozitif etkinin faydaları: Mutluluk başarıya yol açar mı? *Psikolojik Bülten*, 131 (6), 803-855.

Meier, A. & Reinecke, L. (2020). Bilgisayar aracılı iletişim, sosyal medya ve ruh sağlığı: Kavramsal ve ampirik bir meta inceleme. *İletişim Araştırması*, 47 (8), 1107–1131.

Meier, A. & Reinecke, L. (2021). Bilgisayar aracılı iletişim, sosyal medya ve ruh sağlığı: Kavramsal ve ampirik bir meta inceleme. *İletişim Araştırması*, 48 (6), 619-644.

Mrazek, MD, Franklin, MS, Phillips, DT, Baird, B., & Schooler, JW (2013). Dikkatlilik eğitimi, zihnin dağılmasını azaltırken çalışma belleği kapasitesini ve GRE performansını iyileştirir. *Psikolojik Bilim*, 24 (5), 776-781.

Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 721-727.

- Niemiec, C. P., Ryan, R. M. & Deci, EL (2009). "İzlenen yol: Üniversite sonrası yaşamda içsel ve dışsal özelemlere ulaşmanın sonuçları." *Kişilik Araştırmaları Dergisi*, 43 (3), 291-306.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). Çevrimiçi sosyal ağlar yaşam memnuniyetini nasıl artırır? Çevrimiçi destekleyici etkileşim, etki, algılanan sosyal destek, topluluk duygusu ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiler. *İnsan Davranışında Bilgisayarlar*, 30 , 69-78.
- Ögel, K. (2015). Farkındalık (Ayrımsama) ve Kabullenme Temelli Terapiler. HYB Yayıncılık.
- Özçelik, G. & Akdoğan, A. (2020). Kadınların iş-yaşam düzeni ve psikolojik iyi oluşum arasındaki ilişki. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (4), 143.
- Özyeşil, Z., Arslan, C., Kesici, Ş. & Deniz, ME (2011). Bilinçli sürdürülebilir sürdürülebilirliğin geçerli ve güvenilirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 36 (160), 224.
- Parmaksız, İ. (2020). Yaşam doyumuyla bilinçli farkındalık arasındaki ilişki: Yetişkinler üzerine bir araştırma. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(1), 157-176.
- Pavot, W. & Diener, E. (2008). Yaşam memnuniyeti ölçeği ve ortaya çıkan yaşam memnuniyeti yapısı. *Pozitif Psikoloji Dergisi*, 3 (2), 137-152.
- Pew Research Center. (2021). Social Media Use in 2021. Retrieved from. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>.

- Primack, BA, Shensa, A., Sidani, JE, Whaite, EO, Lin, LY, Rosen, D. ve Miller, E. (2017). ABD'deki genç yetişkinler arasında sosyal medya kullanımı ve algılanan sosyal izolasyon *Amerikan Önleyici Tıp Dergisi*, 53 (1), 1-8.
- Rosen, LD, Whaling, K., Rab, S., Carrier, LM, & Cheever, NA (2013). Facebook “iDisorders” mı yaratıyor? Psikiyatrik bozuklukların klinik semptomları ile teknoloji kullanımı, tutumlar ve kaygı arasındaki bağlantı. *İnsan Davranışında Bilgisayarlar*, 29 (3), 1243-1254.
- Ryan, R. M. & Deci, EL (2001). Mutluluk ve insan potansiyelleri üzerine: Hedonik ve ödaimonik refah üzerine araştırmaların bir incelemesi. *Yıllık Psikoloji İncelemesi*, 52 (1), 141-166.
- Ryff, CD ve Keyes, CLM (1995). Psikolojik iyilik halinin yapısı yeniden ele alındı. *Kişilik ve Sosyal Psikoloji Dergisi*, 69 (4), 719-727.
- Satici, S. A., & Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 49, 185-190.
- Sayımer, İ. (2008), Sanal ortamda halkla ilişkiler, *Beta Yayınevi*.
- Schutte, N. S. & Malouff, J. M. (2019). Farkındalık müdahaleleri ve duygusal zeka üzerindeki etkileri: Bir meta-analiz. *Bilinç Psikolojisi: Teori, Araştırma ve Uygulama*, 6 (2), 234–245.
- Sigeze, Ç. (2020). Adana ilindeki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti ilişkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 52, 1-14.

- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C. & Wohn, DY (2011). Bir araç takımı olarak Facebook: Özellik kullanımını ayırtırmak için bir kullanım ve tatmin yaklaşımı. *İnsan Davranışındaki Bilgisayarlar*, 27 (6), 2322-2329.
- Shapiro, S. L., Carlson, L. E., Astin, JA & Freedman, B. (2008). Farkındalığın mekanizmaları. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 64 (7), 840-862.
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Butovskaya, M. (2017). Aşk, insanlarda üreme başarısını etkiler. *Psikolojideki Sınırlar*, 8 , 1922.
- Statista. (2021). Yetişkinler arasında sosyal medya kullanımı. <https://www.statista.com> Adresinden 30.11.2024 tarihinde alındı.
- Şişman E. E. (2014), Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Tang, Y. Y., Ma, Y., Wang, J., Fan, Y., Feng, S., Lu, Q., & Posner, MI (2007). Kısa süreli meditasyon eğitimi dikkati ve öz düzenlemeyi geliştirir. *Ulusal Bilimler Akademisi Bildirileri*, 104 (43), 17152-17156.
- Turan, Z., & Çelik, E. (2020). Sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkileri: Sistematik bir derleme. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 89-104.
- Twenge, JM, Martin, G. N. & Spitzberg, BH (2018). ABD'li gençlerin medya kullanımındaki eğilimler, 1976–2016: Dijital medyanın yükselişi, TV'nin düşüşü ve basılı yayınların (neredeyse) sonu. *Popüler Medya Kültürü Psikolojisi*, 8 (4), 329-345.

- Uğur, U., & Saraç, H. (2019). Çalışan kadınların eğitim düzeyleri ve illerin yaşam endeksleri ilişkisi. *Journal of EBOR: Economics, Business & Organization Research*, 1(1), 6-20.
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163-166.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Veenhoven, R. (1996). The study of life satisfaction. In W. E. Saris, R. Veenhoven, A. C. Scherpenzeel, & B. A. Bunting (Eds.), *Comparative study of satisfaction with life in Europe* (pp. 11–48). Eötvös University Press.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.
- We Are Social, & Hootsuite. (2021). Digital 2021 Global Overview Report. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). İnsanlar neden sosyal medyayı kullanıyor: Kullanımlar ve tatminler yaklaşımı. *Nitel Pazar Araştırması: Uluslararası Bir Dergi*, 16 (4), 362-369.

Wiley, B., Peker, Y. & Öztürk, A. (2023). "Siber Güvenlik Farkındalığı ve Dijital Yetenekler." *Bilgi ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi* , 11(2), 78-91.

Yengin, D., & Arkadaş, M. (2016). Dijital iletişim çağında birey ve toplum: Sosyal medya kullanımı üzerine bir inceleme. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 12(3), 34-49.

Ekler EK-1**Katılımcı Bilgilendirme ve Aydınlatılmış Onam Formu****YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE YAŞAM MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ****Sayın Katılımcı,**

Araştırmayı kabul etmeden önce lütfen aşağıdaki bilgileri okuyun. **Araştırma ile ilgili herhangi bir sorunuz varsa aşağıda iletişim bilgileri olan araştırmacıyla iletişim kurabilirsiniz.**

Bu araştırma Psk. Beste Nur Saygılı tarafından Dr. Ayşe Buran süpervizörlüğü altında yürütülmektedir. Araştırmanın amacı Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkisini incelemektedir. Çalışma yaklaşık 5-10 dakikanızı alacaktır. Çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayalıdır ve katılım zorunlu değil ve bilakis reddetme hakkına sahipsiniz. Araştırmadan çekilmeniz doğrultusunda veriler yok edilecektir ve araştırmada kullanılmayacaktır. Eğer araştırmaya katılmaya karar verir ve tamamlamaya izin vererseniz, cevaplar ve anketler **gizlilikle korunacaktır**. Veriler araştırma tamamlandıktan sonra en çok 6 yıl boyunca muhafaza edilecektir. Verilerin analizinden sonra, araştırma ile ilgili rapor yayınlanabilir fakat bu rapor kesinlikle kişisel bilgilerinizi içermeyecektir. Araştırma tamamlandıktan sonra herhangi bir rahatsızlık veya sıkıntı duyuyorsanız, Yrd. Doç. Dr. Ayşe BURAN ayse.buran@neu.edu.tr ile iletişime geçmekten lütfen çekinmeyin.

Araştırmaya yaptığınız değerli katkıdan ve katılımınızdan dolayı çok teşekkür ederim.

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORM U**BESTE NUR SAYGILI**Mail: bestenursaygili@gmail.com

Klinik Psikoloji Bölümü–Yakın Doğu Üniversitesi KKTC

1. Bilgileri okuyup anladığımı onaylıyorum.

☐2. Katılımın gönüllü olduğunu ve stediğim doğrultusunda araştırmadan
çekilebileceğimi onaylıyorum.☐

3. Araştırmaya katılmayı kabul ediyorum.

☐

DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

Cinsiyetiniz:

Yaşınız:

Eğitim Durumunuz:

Gelir Düzeyiniz:

Medeni Durumunuz:

Günde ortalama kaç saatinizi sosyal medya da geçirdiğinizi belirtiniz:

Sosyal medyaya erişmek için en sık kullandığınız araç hangisidir:

Hangi sosyal medya platformunu en sık kullanıyorsunuz:

Hangi amaçla sosyal medya platformlarını kullanıyorsunuz:

EK-2
YAŞAM MEMNUNİYET ÖLÇEĞİ

Lütfen aşağıdaki yaşam alanlarındaki memnuniyetinizi değerlendiriniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta düzeyde katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Ekonomik durumumdan memnunum.					
2. Aile yaşamımdan memnunum.					
3. Sağlık durumumdan memnunum.					

EK-3

BİLİNÇLİ FEDAKARLIK ÖLÇEĞİ

Açıklama: Aşağıda sizin günlük deneyimlerinle ilgili bir dizi durum verilmiştir. Lütfen her bir maddenin sağında yer alan 1 ile 6 arasındaki ölçeği kullanarak her bir deneyimi ne kadar sık veya nadiren yaşadığınızı belirtiniz. Lütfen deneyimizin **ne olması gerektiğini değil, sizin deneyiminizi gerçekten neyin etkilediğini** göz önünde bulundurarak cevaplayınız. Lütfen her bir maddeyi diğerlerinden ayrı tutunuz.

	1	2	3	4	5	6
	Hemen hemen her zaman	Çoğu zaman	Bazen	Nadiren	Oldukça Seyrek	Hemen hemen hiçbir zaman
1. Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim.						1 2 3 4 5 6
2. Eşyaları özensizlik, dikkat etmeme veya başka bir şeyleri düşündüğüm için kırarım veya dökerim.						1 2 3 4 5 6
3. Şu anda olana odaklanmakta zorlanırım.						1 2 3 4 5 6

AÇIKLAMA: ÖLÇEKTE REVERSE PUANLAMA BULUNMAMAKTADIR. TOPLAM PUANLARIN YÜKSEKLİĞİ BİLİNÇLİ FARKINDALIĞIN YÜKSEK OLDUĞU ANLAMINA GELMEKTEDİR. GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMALARI ÖLÇEK MAKALESİNDE BULUNMAKTADIR.

EK-4
SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ

Açıklama: Aşağıda sosyal medya kullanımına yönelik çeşitli ifadeler yer almaktadır. Her ifadede yer alan durumun sizin için ne kadar uygun olduğunu yanda belirtilen derecelmeli ölçek üzerinde işaretlemeniz (X) istenmektedir. Katkınız için teşekkür ederim.

	Bana Hiç Uygun Değil	Bana Az Uygun	Bana Orta Seviyede Uygun	Bana Çok Uygun	Bana Tamamen Uygun
1. Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissederim.					
2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
3. Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					

Ölçek İzinleri

1-Yaşam Memnuniyeti Ölçeği

X”

Gönderen: Fatih KÖSE <m.fatihkose@gmail.com>
Tarih: 17 Nis 2024 Çar, saat 09:54
Konu: Re: Ölçek izni
Alıcı: Beste Nur Saygılı <bestenursaygili@gmail.com>

Merhaba,
Ölçeği çalışmalarınızda kullanabilirsiniz.
Başarılar dilerim.

Doç. Dr. Mehmet Fatih KÖSE

On Tue, Apr 16, 2024 at 5:58 PM Beste Nur Saygılı <bestenursaygili@gmail.com> wrote:

Sayın Mehmet Fatih Köse,
Ben Yakındoğu Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans bölümü öğrencisi Beste Nur Saygılı. Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran danışmanlığında yaptığım “Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” konulu tez çalışmam için arkadaşlarınızla birlikte geliştirdiğiniz Yaşam Memnuniyeti Ölçeğini tez çalışmamda kullanmak için izninizi talep ediyorum. Uygun görmeniz halinde materyalleri paylaşmanızı saygılarımla arz ederim.
İyi çalışmalar

2-Bilinçli Fedakarlık Ölçeği

Gönderen: Zümra Atalay <zozyesli@gmail.com>
Tarih: 18 Nis 2024 Per, saat 11:27
Konu: Re: Ölçek izni
Alıcı: Beste Nur Saygılı <bestenursaygili@gmail.com>

Merhaba,

Ölçeği kullanabilirsiniz, ektedir.

İyi çalışmalar,

Beste Nur Saygılı <bestenursaygili@gmail.com>, 16 Nis 2024 Sal, 17:55 tarihinde şunu yazdı:

Sayın Zümra ÖZYEŞİL,
Ben Yakındoğu Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans bölümü öğrencisi Beste Nur Saygılı. Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran danışmanlığında yaptığım “Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” konulu tez çalışmam için arkadaşlarınızla birlikte uyarladığınız Bilinçli Farkındalık Ölçeğini tez çalışmamda kullanmak için izninizi talep ediyorum. Uygun görmeniz halinde materyalleri paylaşmanızı saygılarımla arz ederim.
İyi çalışmalar

--
Prof. Dr. Zümra Atalay
MEF Üniversitesi Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bölümü Öğretim Üyesi

<https://mindfulnessinstitute.com.tr>
Prof. Dr. Zümra Atalay
MEF University Department of Counseling Psychology

3-Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Gönderen: LEVENT DENİZ <ld Deniz@marmara.edu.tr>
Tarih: 15 Nis 2024 Pzt, saat 16:23
Konu: Re: Ölçek izni
Alıcı: Beste Nur Saygılı <bestenursaygili@gmail.com>

Sn. Beste Nur SAYGILI,

Tarafımızca geliştirilen Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'ni yapmayı planladığınız yüksek tez çalışmanızda kullanabilirsiniz.

Çalışmanızda başarılar dilerim.

Prof. Dr. Levent DENİZ

M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi
Eğitim Bilimleri Bölümü
Eğitim Programları ve Öğretim Ana Bilim Dalı

<https://avesis.marmara.edu.tr/ld Deniz>
<https://orcid.org/0000-0002-5786-215X>
<https://scholar.google.com.tr/citations?user=E8DylF4AAAAJ&hl=tr>

İntihal Raporu

YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE YAŞAM MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ORJİNALLIK RAPORU

% 5	% 3	% 3	% 2
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	Submitted to Yakın Doğu Üniversitesi Öğrenci Ödevi	% 1
2	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
3	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
4	toad.halileksi.net İnternet Kaynağı	<% 1
5	www.researchgate.net İnternet Kaynağı	<% 1
6	egitimvebilim.ted.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
7	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
8	Aras, İlayda. "Sosyal Medya Bağımlılığı, Erken Dönem Uyumsuz şEmalar, Narsisizm ve Duygu Düzenleme Güçlüğü Arasındaki	<% 1

Özgeçmiş

Beste Nur Saygılı, 22 Temmuz 1998 tarihinde Konya Ereğli’de doğmuştur. İlköğretim ve ortaöğretim eğitimini Barbaros İlköğretim okulunda, lise eğitimini Mavi Koza Temel Lisesinde tamamlamıştır. 2018 yılında Lefke Avrupa Üniversitesi psikoloji bölümünü kazanarak lisans sürecine geçiş yapmıştır. 2022 yılında lisans sürecini tamamlamıştır. Lisans bitirme tezinde Siber Zorbalık Deneyimleri ile Depresyon Kaygı ve Stres Düzeyinin İncelenmesi konusu üzerinde araştırma yapmıştır. 2022 yılı güz döneminde Yakın doğu üniversitesi Klinik psikoloji yüksek lisans programına başlamıştır. Yüksek lisans eğitim sürecinde zorunlu stajını Lefkoşa Barış Ruh ve Sinir Hastalıkları hastanesinde tamamlamıştır. Eğitim sürecinde boyunca, Bilişsel Davranışçı Terapi ve Cinsel Terapi eğitimlerini tamamlamıştır.

**BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU**

21.05.2024

Sayın Beste Nur Saygılı

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2024/1809 proje numaralı ve **“Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı, Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”** başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.



Prof. Dr. Aşkın KIRAZ

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Koordinatörü