iojes
www.iojes.net

International Online Journal of Educational Sciences

ISSN: 1309-2707

Does the Use of Social Media Ensure Social Support and Happiness?

Tuğba Seda Çolak[1], Uğur Doğan[2]

[1]Düzce University, Education Faculty, Department of Educational Science, Düzce Turkey, [2]Muğla Sıtkı Koçman University, Education Faculty, Muğla, Turkey

ARTICLE INFO

Article History:
Received 19.02.2016
Received in revised form 12.08.2016
Accepted 25.08.2016
Available online 15.10.2016

ABSTRACT

The aim of this research was to examine the relationship between social media use, perceived social support, and happiness. The study participants were 717 university students studying in different departments and at different class levels at Muğla Sıtkı Koçman University, whose participation was voluntary. The research involved using the Multidimensional Scale of Perceived Social Support, the Subjective Happiness Scale, and the Scale of Social Media Use to obtain the data. The statistical analysis methods comprised Pearson's Product Moment Correlation and path analysis. According to the results, social media use predicted perceived social support negatively and significantly, while social support predicted happiness positively and significantly. Furthermore, social media use did not predict happiness directly, but did so indirectly.

© 2016 IOJES. All rights reserved

Keywords:
Social media use, perceived social support, happiness

Extended Summary

Purpose

One of the requirements of living in the technological era is using the Internet and social media. As knowledge acquisition (social, cultural, and artistic activities) and staying informed about one's social circle are the primary reasons for using social media, individuals devote an average of two hours to social media daily (Bostancı, 2010; Ekşi et al., 2013; Kamiloğlu & Yurttaş, 2014). Socialization and social recognition are among people's basic needs, and they are endeavoring to meet this need today through relationships that they establish via social media, rather than through face-to-face communication. Therefore, the research aim was to investigate the relationship between the use of social media, considered to be a socialization tool, and the variables of the perception of social support and happiness.

Method

The participants comprised 274 (38.2%) male and 443 (61.8%) female university students (717 in total), who were studying in different departments and at different class levels at Muğla Sıtkı Koçman University. The data collection involved the use of the Multidimensional Scale of Perceived Social Support, the Subjective Happiness Scale, and the Scale of Social Media Use. The statistical analysis methods were Pearson's Product Moment Correlation and path analysis.

Result and Discussion:

The descriptive statistics showed a negative and significant relationship between social media use and perceived social support ($r = -.08$, $p < .05$) and a positive and significant relationship between happiness and

[1] Corresponding author's address: Duzce University Education Faculty, Konuralp/Duzce , Turkey
Telephone:05448390335
Fax:03805421366
e-mail: tugbacolak@duzce.edu.tr
DOI: http://dx.doi.org/10.15345/iojes.2016.04.018

© 2016 International Online Journal of Educational Sciences (IOJES) is a publication of Educational Researches and Publications Association (ERPA)

perceived social support ($r = .40$, $p < .01$), but a negative and insignificant relationship between social media use and happiness ($r = -.05$, $p > .05$).

The study adopted the use of path analysis to reveal the relationship between social media use, perceived social support, and happiness. Before the analysis, the researchers calculated the measurement models for the variables, and the good fit indexes of the models were acceptable for the analyses. Indeed, all measurement models had acceptable fit indexes. Subsequently, the researchers carried out the path analysis with AMOS 20.

Social media use negatively predicted perceived social support, perceived social support positively and significantly predicted happiness, whereas social media use did not predict happiness. In addition, all fit indexes were at acceptable levels ($\chi 2 = 0.18$, $df = 1$, RMSEA = 0.000, NNFI = 1.00, CFI = 1.00, SRMR = 0.005, IFI = 1.00). Furthermore, social media use predicted perceived social support ($\beta = -0.08$) and happiness ($\beta = 0.38$).

Even though social media enables individuals to form a social circle through a virtual relationship network, concerns about the sincerity and credibility of the relationships that one maintains on social media as well as the fact that it does not provide a sense of completeness through direct contact with others cause a decrease in the perceived social support level as the social media use increases. An experimental study in Denmark with 1,095 participants supports this result. That study concluded that the individuals who did not use Facebook for one week had high-level happiness on the weekend and started participating in more social activities and enjoying their social life more (The Happiness Research Institute, 2015).

Social media use is high especially among adolescents and young adults. Since most youngsters log onto social media networks in their homes (Otrar & Argın, 2014; Taydaş, 2012), spending a considerable amount of time in the house and a dissatisfactory communication network within the family are factors that encourage social media use. The current research results also suggest that as perceived social support decreases, individuals can turn to social media to participate in activities aimed at obtaining this support.

Social support predicted happiness positively and significantly. A lack of social support caused individuals to become unhappy, and there is support for this finding in the literature. According to Viktor Frankl, one of the ways in which people find meaning in life is by having shared experiences through interacting with others (Graber, 2004; Karahan & Sardoğan, 2004). Individuals who have positive experiences, such as being recognized, belonging, being an individual, and being appreciated, may regard themselves as valuable and their lives as meaningful.

Conclusion

According to the findings of the present study, social media use predicted perceived social support significantly and negatively, while social support predicted happiness significantly and positively. Social media use did not predict happiness directly, but did so indirectly. The findings also revealed the existence of a relationship between social media use and motivation. People cannot feel social support via social media use as they do not find it in real life. An environment that fosters actual and suitable social interaction may reduce the amount of time spent on social media by creating happy people.

Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Destek ve Mutluluk Sağlar mı?

Tuğba Seda Çolak[1], Uğur Doğan[2]

[1]Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Düzce, Türkiye. [2]Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Muğla, Türkiye

MAKALE BİLGİ

Makale Tarihçesi:
Alındı 19.02.2016
Düzeltilmiş hali alındı 12.08.2016
Kabul edildi 25.08.2016
Çevrimiçi yayınlandı 15.10.2016

ÖZ

Bu araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmanın çalışma grubu Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin çeşitli bölümlerinde ve sınıflarında öğrenimlerine devam eden 717 üniversite öğrencisinin gönüllü katılımıyla oluşturulmuştur. Araştırmada veriler, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği, Öznel Mutluluk Ölçeği, Sosyal Medya Kullanma Ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin istatistiksel analizi için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu ve yol analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımı algılanan sosyal desteği negatif düzeyde anlamlı olarak yordamakta, sosyal destekte mutluluğu pozitif anlamlı olarak yordamaktadır. Sosyal medya kullanımının mutluluğu doğrudan yordamadığı fakat algılanan sosyal destek üzerinden dolaylı olarak yordadığı bulunmuştur.

© 2016 IOJES. Tüm hakları saklıdır

Anahtar Kelimeler:
Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek, mutluluk

Giriş

Dünyada sosyal medya kullanımının her geçen gün gösterdiği artış sayısal verilerle takip edilmektedir. Türkiye, internet ve sosyal medya kullanımı açısından yüksek oranlara sahiptir. TÜİK tarafından 2015 Nisan ayında elde edilen bulgulara göre Türkiye'de internet kullanan birey oranı %55.9'dur. Bu oran 2014 yılına kıyasla %2.1 düzeyinde artış göstermiştir. İnternet kullanım amaçları değerlendirildiğinde ise sosyal medyaya erişimin ilk sırada yer aldığı görülmektedir (TÜİK, 2015). Bu durum Türkiye'de, internet kullanımı tercihlerinde sosyal ağların en önemli faktör olduğuna işaret etmektedir.

"We are Social" sitesinin yayınladığı 2015 yılı internet istatistiklerine göre 2.08 milyar aktif sosyal medya hesabı bulunmakta ve Facebook 1.366 milyar kullanıcı sayısı ile en fazla kullanılan sosyal paylaşım sitesi olarak başı çekmektedir. Bu rakam % 47 oranında internet kullanıcısının, aynı zamanda Facebook kullanıcısı olduğunu göstermektedir. Facebook üzerinden günlük yaklaşık 4.5 milyar beğeni (like) gerçekleştirilmektedir. Bu kadar yüksek düzeyde olmasa da Twitter, Instagram, Google+ gibi diğer sosyal medya siteleri için de oranlar benzer nitelik taşımaktadır (Kemp, 2015). Kullanım oranlarının toplumsal yansımaları değerlendirildiğinde, sosyal medya kullanımı mutlu ve mutsuz insan kümeleri oluşturabilmektedir. Yakında oturan arkadaşlar veya aile üyelerinin sosyal medyadaki mutluluğu bireyleri mutlu ederken bu durum iş arkadaşları için geçerli değildir (Fowler ve Christakis, 2008). Facebook, Snapchat vb. sosyal medya siteleri bireylerin öznel iyi oluşlarına pozitif katkıda bulunmasına rağmen sosyal destek algısı oluşturmamaktadır (Bayer, Ellison, Schoenebeck ve Falk, 2015; Kim ve Lee, 2011). Sosyal medya kullanımı bireylere sanal ortamda sosyallik şansı tanımasına karşın, gerçek sosyal ilişkilerin sağladığı bazı olumlu etkilerden yoksun olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medya bireylerin yaşamında eksik kaldığını düşündükleri bölümleri tamamlamak için kullandıkları bir araç olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya aracılığı ile birey, kendisine ait bilgileri istediği şekilde kurgulayarak, görselliğe dayalı bir kimlik oluşturma yoluyla toplumsal anlamda fark edilmeye başlamıştır (Özdemir ve Çetinkaya, 2015). Çevrimiçi olmak bireyler tarafından sosyalleşmenin bir türü olarak algılandığında bireyde ait olma duygusu oluşturabilmektedir (Yıldırım, 2014). Yeni arkadaşlarla tanışmak ve arkadaşlık kurmak bireylerin daha az yalnız ve daha çok desteklenmiş hissetmelerine neden

[2] Sorumlu yazarın adresi: Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Konuralp/Duzce, Türkiye
Telefon: +90:05448390335
Fax: +90 03805421366
e-posta: tugbacolak@duzce.edu.tr
DOI: http://dx.doi.org/10.15345/iojes.2016.04.018

olmasına rağmen (Shaw ve Gant, 2002; Taydaş, 2012), sosyal medya aracılığıyla yakın arkadaşlıklar üretilememektedir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Bunun yanında sosyal medya bireylerin başkaları tarafından anlaşılmayacaklarına ilişkin kaygılar taşımalarına (Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz, 2013) ve etkileşim kaygısı yaşamalarına (Şahin Baltacı, İşleyen ve Özdemir, 2012) neden olmaktadır. Özetle sağlıklı sosyal ilişkilerin doldurması gereken boşluklar için kullanılan sosyal medya tam olarak istenen sonucu ortaya çıkarmamaktadır.

Sosyal medya her yaş grubu tarafından ilgi çeken ve kullanılan bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımı yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde lise öğrencilerinde ve genç yetişkinlerde oldukça yaygın düzeydedir (Otrar ve Argın, 2014; TÜİK, 2015). Gençler arasında Facebook'un en popüler sosyal paylaşım sitesi (Öztürk ve Akgün, 2012; Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013) olması nedeniyle araştırmalar daha çok Facebook üzerine yoğunlaşmaktadır. Yaygınlık bu kadar fazlayken bireylerin sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde bilgi edinme (sosyal, kültürel ve sanatsal faaliyetler) ve sosyal çevreden haberdar olma nedenlerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Gençlerin, çoğunluğunun 2 yıldan daha fazla süredir sahip oldukları Facebook hesabını günde 2 ve daha fazla sıklıkta ziyaret ettikleri ve her ziyarette 1 saatten fazla zaman geçirdikleri saptanmıştır (Bostancı, 2010; Ekşi ve ark., 2013; Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014). Ortaokul ve lise öğrencileri ile yapılan bir araştırma bulgularına göre sosyal medya kullanım süresi arttıkça, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları olumlu yönde gelişmektedir (Alican ve Saban, 2013). Alışkanlıkların oluşması için ortalama olarak 66 gün gibi bir zaman diliminde davranışın tekrar edilmesinin yeterli olduğu (Lally, Van Jaarsveld, Potts ve Wardle, 2010) bilgisinden hareketle sosyal medya kullanımının ergenlikte oluşan bir alışkanlık olarak yetişkinlik yaşamına taşındığı söylenebilir. Özellikle aile yaşantısında fikirleri sorulmayan ve paylaşım düzeyi düşük olan ev ortamında, bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri, önemsendiklerini hissedecekleri, saygı görecekleri ortam arayışıyla sosyal medya kullanımına yöneldikleri görülmektedir (Çalışkan ve Özbay, 2015). Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi (2003) kadınların yalnızlık nedeniyle sosyallik ihtiyacını karşılamak amacıyla kullandıkları ana faktör olarak sosyal medyayı ele almıştır. Facebook üzerinde yapılan 40 araştırmayı inceleyen bir çalışma sonucunda, sitenin kullanımıyla elde edilen kazançlar göz önünde bulundurularak sosyal ortamlarda kendilerini yeterince gösteremeyen ve gerçekleştiremeyen bireylerin, online iletişimle bu beceri eksikliğini telafi etmeye çalıştıkları ancak yine de gerçek sosyal ilişkilerin yerini tutmadığı belirtilmiştir (Yelpaze ve Ceyhan, 2015). Pek çok kuramcının vurguladığı üzere insanoğlu sosyal bir varlıktır ve sosyal desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle sağlıklı sosyal ilişkiler kurma, sürdürme, gerektiğinde uygun yöntemlerle sonlandırma becerisine sahip olması gerekmektedir. Sosyal medya aracılığıyla yürütülen ilişkiler bireylerin ihtiyaçlarını tam anlamıyla karşılayamamaktadır.

Mevcut araştırma ile yukarıda bahsedilenlerden yola çıkarak, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Özellikle toplumsal anlamda kendi yaşamlarının sorumluluğunu almaya hazırlanan üniversite öğrencilerinin, ergenlikten genç yetişkinliğe geçiş yaptıkları çağlarında ihtiyaç duydukları sosyal desteğin ve bu çağın ortaya çıkardığı online etkileşimin ihtiyaçlarını gidermede ne kadar etkili olduğu ve bu iki değişkenin bireylerin en nihai amacı olan mutluluk üzerinde ne gibi etki bıraktığını belirlemenin, bireylerin psikolojik ve sosyal gelişimleri açısından bu kavramların ilişkisini ortaya koymanın önemli olduğu düşünülmektedir.

Yöntem

Çalışma Grubu

Çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi (*n*= 240, %33.3), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (*n*= 240, %33.3) ve Fen Fakültesine (*n*= 237, %33) öğrenimlerine devam eden 717 üniversite öğrencisinin gönüllü katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubundaki öğrenciler birinci (*n*= 191, %27), ikinci (*n*= 180, %25), üçüncü (*n*= 196, %27) ve dördüncü (*n*= 21, %21) sınıflarına devam eden, yaşları 17 ile 34 arası değişen ve yaş ortalaması 19.9 olan, 274'ü erkek (%38.2), 443'i kız (%61.8) öğrencilerdir. Çalışma grubunun seçiminde seçkisiz olmayan, uygun örnekleme yöntemi benimsenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Sosyal medya kullanma ölçeği. Ölçeğin orijinali Jenkins-Guarnieri, Wright ve Johnson (2013) geliştirilmiş, Türkçeye uyarlaması Akın, Usta, Uğur, Baykut, Bilgin ve Özbay (2014) tarafından yapılmıştır.

Türkçeye uyarlama çalışmasında 247 üniversite öğrencisi ile çalışmasında doğrulayıcı faktör analizine, ölçeğin orijinal formda olduğu gibi sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile sosyal rutinlerle bütünleşme olarak adlandırılan ki boyutta uyum verdiği (χ^2= 65.59, sd= 32, RMSEA= .065, NFI= .94, NNFI= .96, CFI= .97, GFI= .95, RFI= .92, IFI= .097 ve AGFI= .91) görülmüştür. Ölçeği Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları ölçeğin bütünü için .87 olarak bulunurken, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için .87; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için .71 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düzeltilmiş madde-test korelasyonları ise .25 ile .70 arasında sıralanmaktadır. Bu çalışma için yapılan doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında ise iyi uyum indekslerine ulaşılmış ve sonuçlar tablo 2'de verilmiştir, Cronbach Alpha değeri .85 bulunmuştur.

Öznel mutluluk ölçeği. Orijinal formu Lyubomirsky ve Lepper (1999) tarafından geliştirilen, Doğan ve Totan (2013) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmış olan ölçek 4 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması için hem üniversite örneklemi hem de genel toplum örneklemi ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış faktör yükleri üniversite örneklemi için .41 ile .86, genel toplum örneklemi .23 ile .92 arasında sıralandığı ve iyi uyum indeksleri verdiği görülmüştür (Üniversite örneklemi; RMSEA= .17, CFI= .93, NFI= .92, IFI= .93, GFI= .96, RMR= .066, Genel toplum örneklemi; RMSEA= .035, CFI= 1.00, NFI= .99, IFI= 1.00, GFI= .99, RMR= .025,). Güvenirlik çalışması için Cronbach alpha iç tutarlılık katsayına bakılmış, üniversite örneklemi için .65, genel toplum örneklemi için .70 bulunmuştur. Bu çalışma için yapılan doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında ise iyi uyum indekslerine ulaşılmış ve sonuçlar tablo 2'de verilmiştir, Cronbach Alpha değeri .70 bulunmuştur.

Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği. Orijinal formu Zimet, Dahlem, Zimet, ve Farley (1988) tarafından geliştirilmiş, Türkçeye uyarlaması Eker ve Akar (1995), revizyonu ise Eker, Akar ve Yaldız (2001) tarafından yapılmıştır. Aile, arkadaş ve özel bir insan olarak isimlendirilmiş 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Her madde 7 aralıklı bir ölçek kullanılarak değerlendirilmektedir. Revize çalışmasında toplam varyansın %75'ini açıklayan faktör yük değerleri .93 ile .71 arasında değişen bir yapı elde edilmiştir. Güvenirlik için yapılan çalışmada Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları ölçeğin toplamı için .89, aile boyutu için .85, arkadaş boyutu için .88 ve özel bir insan boyutu için .92 bulunmuştur. Bu çalışma için yapılan doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında ise iyi uyum indekslerine ulaşılmış ve sonuçlar tablo 2'de verilmiştir, Cronbach Alpha değeri .89 bulunmuştur.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında kullanılacak ölçme araçlarının uygulanmasına yönelik ilgili kişilerden grekli izinler alınmıştır. Uygulama öncesinde katılımcılara araştırma konusunda bilgi verilmiş, gönüllülük esasına dayalı olarak sınıflarda toplu uygulamalar yapılmıştır. katılımcılar gizlilik konusunda bilgilendirilerek, veriler isimsiz olarak toplanmıştır. Sosyal medya kullanımı ile mutluluk ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon tekniği ve yol analizi kullanılmıştır. Yol analizi iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi incelemek için kullanılmaktadır. Verilerin analizi için SPSS 20 (IBM Corporation, 2011) ve AMOS 20 (Arbuckle, 2011) kullanılmıştır.

Bulgular

Betimsel İstatistikler

Araştırmanın bu bölümünde ele alınan değişkenlere ait betimsel istatistikler ve aralarındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 1'de sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkilere yönelik betimsel istatistikler ve korelasyonlar verilmiştir.

Tablo 1. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkilere yönelik korelasyon katsayıları ve betimsel istatistikler

Değişkenler	Ort	Ss	1	2	3
1-Sosyal MedyaKullanımı	24.20	9.29	1		
2-Algılanan Sosyal Destek	69.14	13.19	-.08*	1	
3-Mutluluk	18.70	4.78	-.05	.40**	1

**p< .05, **p< .01, n= 717

Tablo 1'de değişkenlere ait korelasyonlar sunulmuştur. Görüldüğü gibi sosyal medya kullanımı ile algılanan sosyal destek arasında (r= -.08, p< .05) negatif ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu, mutluluk ve algılanan sosyal destek arasında (r= .40, p< .01) pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülürken, sosyal medya kullanımı ile mutluluk arasında (r= -.05) ters yönde ve anlamsız bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir.

Yol Analizi

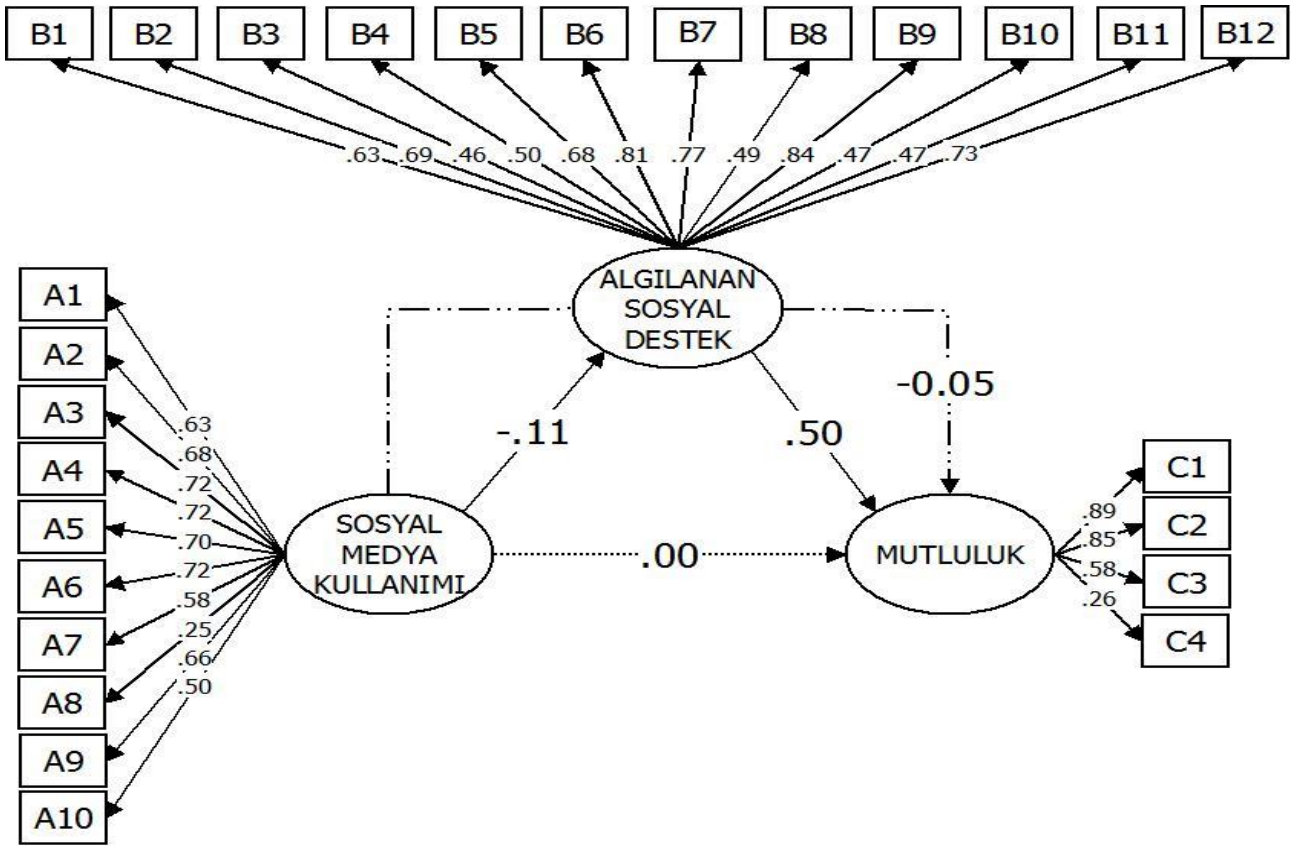
Diğer yandan yapılan analizlere ek olarak sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için yol analizi yapılmıştır. Yol analizi iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi incelemek için kullanılmaktadır. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişki örüntüsünü tespit etmek için AMOS 20 (Arbuckle, 2011) kullanılmıştır. Analize başlamadan önce değişkenlere ait ölçüm modelleri hesaplanmış ve analizlere ilişkin iyilik değerleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk ölçüm modellerine ilişkin iyilik değerleri

Değişkenler	χ^2	*df*	χ^2/df	RMSEA	SRMR	CFI	NNFI	IFI
SosyalMedyaKullanımı	94.50	35	2.7	0.063	0.06	0.93	0.91	0.93
Algılanan Sosyal Destek	96.12	54	1.78	0.079	0.06	0.94	0.92	0.92
Mutluluk	4.88	2	2.44	0.045	0.01	1.00	0.99	1.00

Note: χ^2 = Ki-kare; df = Serbestlik Derecesi, RMSEA =Yaklaşık hataların ortalama karekökü; SRMR = Standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü; CFI = Karşılaştırılmalı uyum indeksi; NNFI = Normlaştırılmamış uyum indeksi; IFI = *Artırmalı uyum indeksi*

Bütün ölçüm modellerinin kabul edilebilir uyum indeksleri verdiği görülmüştür. Ölçüm modelleri belirlendikten sonra, yol analizi AMOS 20 (Arbuckle, 2011) ile gerçekleştirilmiştir. Analize ilişkin veriler şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk'a ilişkin analiz sonucu

Şekil 1'de görüldüğü gibi sosyal medya kullanımı algılanan sosyal desteği negatif, algılanan sosyal desteğinde mutluluğu pozitif ve anlamlı olarak yordadığı ancak sosyal medya kullanımının mutluluğu

doğrudan yordamadığı görülmektedir. Bulgulara ek olarak sosyal medya kullanımı ile mutluluk arasında doğrudan bir ilişki olmamasına rağmen dolaylı bir ilişki olduğu ve sosyal medya kullanımının mutluluğu dolaylı olarak etkilediğini görmekteyiz. Bu ilişkiye algılanan sosyal desteğin aracılık ettiği görülmektedir. Analize ilişkin tahmin değerleri tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk'a ilişkin tahmin değerleri

Yordanan		Yordayan	Standardize edilmemiş tahmin değerleri (B)	S.E.	C.R. (t-değeri)	Standardize edilmiş tahmin değerleri (β)	R^2	*p*
Algılanan Sosyal Destek	←	Sosyal Medya Kullanımı	-0.297	0.126	-2.351	-.105	.01	0.019
Mutluluk	←	Algılanan Sosyal Destek	0.523	0.048	10.943	.497	.25	***
Mutluluk	←	Sosyal Medya Kullanımı	0.014	0.114	0.123	.005	---	0.902

****p*<.001

Değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyine batığımızda sosyal medya kullanımı algılanan sosyal desteği negatif ve anlamlı olarak yordadığı (β= -0.105; *p*< 0.05), algılanan sosyal desteğinde mutluluğu pozitif ve anlamlı olarak yordadığı (β= 0.497; *p*< 0.001) görülürken sosyal medya kullanımı ile mutluluk arasında doğrudan bir ilişki olmadığı (β= 0.005; *p*> 0.05) görülmektedir.

Tablo 4. Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki dolaylı ilişkiler

	Sosyal Medya Kullanımı	Algılanan Sosyal Destek	Mutluluk
Algılanan Sosyal Destek	.000	.000	.000
Mutluluk	-.052*	.000	.000

**p*< .05

Tablo 4'de görüldüğü gibi araştırmada ele alınan değişkenler arasında sadece sosyal medya kullanımı ile mutluluk arasında dolaylı bir ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımının, algılanan sosyal destek üzerinden mutluluğu yordadığı bulunmuştur (β= -0.052; *p*< 0.05).

Tartışma

Sosyal medya kullanımı güncel bağlamda ele alındığında bireylerin yaşamlarında önemli bir konuma sahip olmuştur. Sosyal medya çağdaş insanların yaşamlarındaki çeşitli boşlukları doldurmak amacıyla kullanılmasına rağmen araştırmalar durumun tam tersi bir etkiye neden olduğunu ortaya koymaktadır. Mevcut araştırma sonucunda ise sosyal medya kullanımının algılanan sosyal desteği negatif, algılanan sosyal desteğin de mutluluğu pozitif yordadığı ortaya konmuştur. Bireylerde sosyal medya kullanımı azaldıkça algılanan sosyal destek artmakta ve bu artış mutluluğu da artırmaktadır. Sosyal medya kullanımı doğrudan mutluluk değişkenini yordamamaktadır. Araştırmanın bir diğer bulgusu da sosyal medya kullanımı mutluluğu dolaylı olarak yordamaktadır.

Araştırma sonucunda sosyal medya kullanımı algılanan sosyal desteği doğrudan negatif olarak yordamaktadır. Bu bulgu alan yazınla örtüşmektedir. Ekşi ve ark. (2013), Facebook kullanmaya başladıkları andan itibaren öğrencilerin yarısının kendini içinde bulunduğu topluma uzak hissettiğini ifade ettiğini, Çalışkan ve Özbay (2015) ise anne baba tutumuna bağlı teknoloji kullanımının bireylerde yabancılaşma meydana getirdiğini saptamıştır. Bireyler sosyal medyada sahip oldukları arkadaş ya da takipçi sayılarıyla sosyal anlamda kendilerini desteklenmiş görmelerine rağmen duygusal anlamda destekten yoksun, yalnız bir yaşam sürmektedir (Moody, 2001; Sum, Mathews, Hughes ve Campbell, 2008). Nitekim Doğan ve Karakaş (2016)'ın çalışmasında lise öğrencilerindeki romantik yalnızlığın sosyal medya kullanımını yordadığı görülmektedir. Mitchell, Lebow, Uribe, Grathouse ve Shoger (2011) çalışmalarında gruplar

halinde hareket etmeyi gerektiren ya da yüz yüze olmasa da karşılıklı iletişim kurma olanağı sağlayan oyun oynamak gibi internette gerçekleştirilen bazı aktivitelerin, sosyal destek algısı ve mutluluğu doğrudan pozitif anlamda yordadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışma ile mevcut araştırma bulguları arasında görünen farklılığın, internette oynanan oyunlarda bir grup olma, birlikte hareket etme ve sözlü iletişime geçme gibi imkânların olması bireylerin bir iletişim atmosferinde olma ihtiyacını bir nebze de olsa karşılamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağlar değerlendirildiğinde genel olarak kişisel paylaşımlara yönelik beğeni (like) ve yorumlarla ilerleyen bir haber akışı olduğu görülmektedir. Doğrudan (ses, mimik, temas vb. ile) ilişkinin samimiyeti ve güvenilirliğinin sosyal medya ile sağlanamamasının, algılanan sosyal desteğin azalmasına neden olduğu düşünülmektedir. Gençlerin büyük oranının sosyal medya ağlarına bağlandıkları mekânın ev olması (Otrar ve Argın, 2014; Taydaş, 2012) evde geçirilen zamanın, aile içerisindeki iletişim ağının yeterince tatmin edici olmaması nedeniyle sosyal medya kullanımına teşvik edici bir unsur olarak yorumlanabilir. Bu durum da algılanan sosyal destek azaldıkça bireylerin, sosyal medya kullanımı vasıtasıyla bu desteği elde etmeye yönelik aktivitelerde bulundukları şeklinde değerlendirilebilir. Bireyler sosyal medya aracılığıyla toplumsal kabul görme ihtiyacını tatmin etmeye çalışmakta ancak gerçek etkileşim yoksunluğu bireylerin bu ihtiyacına cevap vermemektedir.

Bir diğer açıdan bakılacak olursa sosyal medya kullanım amaçları dikkate alındığında sosyal destek arayışı ön sıralarda yer almamaktadır. Sosyal ağların kullanımları incelendiğinde arkadaşları ve aileleri ile iletişim kurma (İşman ve Albayrak, 2014; Kalpidou, Costin ve Morris, 2011; Obi, 2014; Öztürk ve Akgün, 2012; Rae ve Lonborg, 2015; Şahin Baltacı, İşleyen ve Özdemir, 2012), arkadaş edinme (Bilen, Ercan ve Gülme, 2014; Brandtzæg ve Heim, 2009; Dal ve Dal, 2015; Masur, Reinecke, Ziegele ve Quiring, 2014; Nadkarni ve Hofmann, 2012) ve eski arkadaşları hakkında bilgi edinme (Dal ve Dal, 2015; Göker, Demir ve Doğan, 2010; Kobak ve Biçer, 2008; Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009), gibi nedenler öne çıkmaktadır. Gençlerin neredeyse yarısı sosyal medyada gördüğü faaliyetlerden etkilenerek sinema, konser gibi aktivitelere katıldıklarını ya da sanatsal, sportif faaliyetlerde bulunduklarını belirtmiştir (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014). Yıldırım (1997), sosyal destek kaynaklarını aile, arkadaşlar, komşular, içinde yaşadığı toplum gibi faktörler olarak tanımlamıştır. Sosyal medya kullanım amaçları değerlendirildiğinde bireylerin sosyal destek kaynaklarıyla iletişimde olma ihtiyacı dikkat çekmektedir. Gerçek yaşamda yaşanan iletişim kopukluklarının sosyal medya aracılığıyla giderilerek sosyal destek kaynaklarıyla bağ kurmaya hizmet ettiği ancak sosyal destek algısı oluşturmadığı söylenebilir. Gerçek yaşamdaki iletişim yoksunluğunun bireylerin sosyal destek kaynaklarından haber alamama kaygısına kapılmalarına neden olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle yukarıda sayılan kullanım amaçlarına bakıldığında genellikle bilgi alma, haberdar olma yada bir başka ifade ile "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" ile iletişimde olduğu bireyler hakkındaki gelişmelerden haberdar olmak isteği ile kullanıldıkları görülebilir.

Sosyal destek mutluluğu pozitif ve anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal destek eksikliği bireylerin mutsuz olmalarına neden olmaktadır. Bu bulgu alan yazın tarafından desteklenmektedir (Zhu, Woo, Porter ve Brzezinski, 2013). Yapılan araştırmalar kendini gizleme (Doğan ve Çolak, 2016), sosyal kaygı (Doğan ve İlçin Tosun, 2016), utangaçlık (Doğan, Çelik ve Karakaş, 2016), depresyon (Tandoc, Ferrucci ve Duffy, 2015) ve kişilik (Wu, Chang ve Yuan, 2015; Zhu, Woo, Porter ve Brzezinski, 2013) gibi psikolojik nedenlerin sosyal medya kullanımı ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Doğal destek kaynaklarının, psikolojik problemlerin üstesinden gelme ya da daha karmaşık hale gelmesinde önemli rolü olduğu belirtilmektedir (Eker, Arkar ve Yaldız, 2001). Viktor Frankl, insanın yaşamda anlam bulabilmesinin yollarından birinin insanlarla etkileşime girerek ortak yaşantılara sahip olmak olduğunu belirtir (Graber, 2004; Karahan ve Sardoğan, 2004). Üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bir araştırma demokratik anne- baba tutumuna sahip öğrencilerin daha yüksek sosyal destek algısına sahip ve kendilerini daha az yalnız hissettiklerini ortaya koymuştur (Çeçen, 2008). Sosyal ilişkiler içerisinde kabul görmek, ait olmak, birey olmak, değer görmek gibi pozitif yaşantılara sahip olan bireyler, kendilerini değerli, yaşamlarını anlamlı görebilmektedir. Döş (2013)'ün lise öğrencileriyle gerçekleştirdiği nitel araştırmada "mutlu okul" öğrencilerin ifadeleriyle tanımlanmıştır. Öğrenciler etkileşime dayalı aktiviteler ile idareci ve öğretmenlerin onları anlamaya çalıştığı, yakın ilişkiler kurdukları bir ortam istediklerini dile getirmiştir. Okul müdürüne sosyal ve akademik etkinliklerde lider rolü biçerlerken, öğretmenleri problem durumlarında başvurabilecekleri ve sıcak ilişki kurabilecekleri kaynak olarak tanımlamışlardır. Sosyal destek psikolojik dayanıklılığı artıran bir unsurdur (Terzi, 2008). Bu anlamda bireyler yaşamlarında, sosyal destek vasıtasıyla

problemler karşısında daha sağlam duruş sergileyebilmektedir. Problemlerin çözümünde daha esnek davranabilmekte ve sonuca ulaşmak mutluluğu da beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya kullanımının mutluluğu doğrudan yordamadığı bulunmuştur. Alan yazında bu bulgunun aksine ulaşan çalışmalar da mevcuttur (örn. Doğan, 2016; Mitchell ve ark., 2011). Belirli sosyal medya sitelerinin kullanımı öznel mutluluk (Satıcı ve Uysal, 2015), yaşam memnuniyeti (Kross ve ark., 2013), öz-yeterlilik (Brooks, 2015) gibi faktörlerin negatif yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Danimarka'da 1095 katılımcı ile yürütülen deneysel bir araştırma bir hafta Facebook kullanmayan bireylerin, hafta sonunda daha yüksek düzeyde mutlu olduklarını ve daha fazla sosyal aktiviteye katılmaya ve sosyal yaşamdan daha fazla zevk almaya başladıkları bulgusuna ulaşmıştır (The Happiness Research Institute, 2015). Mevcut araştırmada ulaşılan bulgu Sosyal medya kullanımı ve mutluluk arasındaki ilişkinin algılanan sosyal destek üzerinden gerçekleştiğini, yani dolaylı bir etkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya oluşturduğu sanal ilişki ağıyla nicelik bakımından bireylerin sosyal çevreye sahip olmalarını sağlasa da, sosyal medya üzerinden yürütülen ilişkilerin samimiyet ve inandırıcılıklarına ilişkin kaygılar, bunun yanı sıra bireyde doğrudan temas etmenin verdiği tamamlanmışlık hissini oluşturmaması sosyal medya kullanımı arttıkça algılanan sosyal destek düzeyinin düşmesine, algılanan sosyal destek düzeyinin düşmesi de mutluluğun azalması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun tersi de söz konusudur. Bu bilgi ışığında gelecek çalışmalarda algılanan sosyal destek faktörünün sosyal medya kullanımı ve mutluluk arasındaki aracılık etkisine bakılabilir.

Araştırmada elde edilen bulgular gelecek çalışmalara yol gösterir niteliktedir. Algılanan sosyal destek kavramı yüz yüze ilişkiler bağlamında ele alınarak geliştirilmiş bir kavramdır ve bu çalışmada da bu şekilde ele alınmıştır. Ancak sosyal medya kullanımı ve sanal ilişkiler sosyal destek algısında değişikliğe neden olmuş olabilir. Gelecek çalışmalar bu konu üzerinde odaklanabilir. Teknoloji çağının getirdiği duygusal yalnızlığın, bireyin anlamlı bir yaşam sürmesine etkileri gelecek çalışmalarda ele alınabilir. Bunun yanı sıra sosyal destek edinmek bir sosyal beceri gerektirmektedir. Bireylere kazandırılacak sosyal becerinin sosyal destek ve sosyal medya kullanımına etkisi araştırılabilir. Ebeveyn ve eğitimcilerin sosyal destek konusunda yüz yüze etkileşimin önemine vurgu yapmaları ve yaşamlarında daha çok yer vermeleri gençlerin sosyal medyadan uzaklaşıp gerçek yaşama dönmelerine katkı sağlayabilir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre sosyal medya kullanımı algılanan sosyal desteği negatif düzeyde anlamlı olarak yordamakta, sosyal destekte mutluluğu pozitif anlamlı olarak yordamaktadır. Sosyal medya kullanımı mutluluğu doğrudan yordamamaktadır ancak dolaylı bir şekilde sosyal medya kullanımı mutluluğu yordamaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuç alanyazın ışığında değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar bireylerin sosyal medyayı kullanım motivasyonları ile ilgili bir sonuç vermektedir. Beklenildiği gibi gerçek hayatta bulamadıkları sosyal desteği sosyal medya kullanımından da elde edemedikleri anlaşılmaktadır. Bireylere sağlanacak uygun ve gerçek birebir sosyal etkileşim ortamlarının mutlu bireyleri ortaya çıkararak sosyal medyada geçirilen zamanı da azaltacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Akın, A., Usta, F., Uğur, E., Baykut, İ., Bilgin, O. ve Özbay, A. (2014). *Sosyal medya kullanma ölçeğinin Türkçe formunun geçerlik ve güvenirliği.* 18. Ulusal Psikoloji Kongresi, 9-12 Nisan, Bursa.

Alican, C. ve Saban, A. (2013). Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35*(2), 1-14.

Amichai-Hamburger, Y. ve Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and internet use. *Computers in Human Behavior, 19*(1), 71-80. doi: 10.1016/S0747-5632(02)00014-6

Arbuckle, J. L. (2011). *Amos (Version 23.0) [Computer program]*. Chicago: IBM SPSS.

Bayer, J.B., Ellison, N.B., Schoenebeck, S.Y. ve Falk, E.B. (2015). Sharing the small moments: Ephemeral social interaction on snapchat. *Information, Communication & Society*. doi:10.1080/1369118X.2015.1084349

Bilen, K., Ercan, O. ve Gülme, T. (2014). Sosyal ağların kullanım amacı ve benimseme süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam üniversitesi örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 115-123.

Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Brandtzæg, P. ve Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In A. A. Ozok ve P. Zaphiris (Eds.), *Online communities and social computing* (pp. 143-152) Springer: Berlin Heidelberg.

Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26-37. doi:10.1016/j.chb.2014.12.053

Çalışkan, Ö. ve Özbay, F. (2015). 12-14 yaş aralığındaki ilköğretim öğrencilerinde teknoloji kullanımı eksenli yabancılaşma ve anne baba tutumları: Düzce ili örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8* (39), 441-458.

Çeçen, A. R. (2008). Öğrencilerin cinsiyetlerine ve ana baba tutum algılarına göre yalnızlık ve sosyal destek düzeylerinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 6*(3), 415-431.

Dal, N. E. ve Dal, V. (2015). Kişilik özellikleri ve sosyal ağ sitesi kullanım alışkanlıkları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.

Doğan, U. (2016). Lise Öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının mutluluk, psikolojik iyi-oluş ve yaşam doyumlarına etkisi: Facebook ve twitter örneği. *Eğitim ve Bilim*. 41(183), 217-231. doi:10.15390/EB.2016.4616

Doğan, U. ve Çolak, T. S. (2016). Self-concealment, social network sites usage, social appearance anxiety, loneliness of high school students: A Model testing. *Journal of Education and Training Studies*, 4(6), 176-183. doi: 10.11114/jets.v4i6.1420

Doğan, U. ve İlçin Tosun, N. (2016). Lise öğrencilerinde problemli akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(22), 99-128. doi:10.14520/adyusbd.66762

Doğan, U. ve Karakaş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ sitleri kullanımının yordayıcısı olarak yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71. doi:10.19126/suje.40198

Doğan, U., Çelik, E. ve Karakaş, Y. (2016). Social network usage, shame, guilt and pride among high school students: Model testing. *Journal of Human Sciences*, 13(1), 1926-1936. doi:10.14687/ijhs.v13i1.3637

Doğan, T. ve Totan, T. (2013). Psychometric properties of Turkish version of the subjective happiness scale. *The Journal of Happiness and Well-Being*, 1(1), 20-27.

Döş, İ. (2013). Mutlu okul. *Eğitim ve Bilim, 38*(170), 266-280.

Eker, D. Arkar, H. ve Yaldız, H. (2001). Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği'nin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenirliği. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 12(1):17-25.

Eker, D. ve Arkar, H. (1995). Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği'nin faktör yapısı, geçerlik ve güvenirliği. *Türk Psikoloji Dergisi*,10(34), 17-25.

Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan F.H., ve Yılmaz, R. (2013). Ergenlerin kimlik oluşumunun facebook üzerinden incelenmesi: Nitel araştırma örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 14*(3), 295-313.

Ellison, N.B., Steinfield, C. ve 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. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Fowler, J.H. ve Christakis, N.A. (2008). Dynamic spread of happiness in a large social networking: Longitudinal analysis over 20 years in the framingham heart study. *The British Medical Journal, 337*, 1-9. doi:10.1136/bmj.a2338

Göker, G., Demir, M. ve Doğan, A. (2010). Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(2), 183-206.

Graber, A. (2004). *Viktor Frankl's logotherapy: Method of choice in ecumenical pastoral psychology*. USA: Wyndham Hall Press.

IBM Corporation (2011). *IBM SPSS for Windows, version 20.0.* Armonk, NY: IBM Corp.

İşman, A. ve Albayrak, E. (2014). Sosyal ağlardan facebook'un eğitime yönelik etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 129-138.

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L. ve Johnson, B. D. (2013). The interrelationships among attachment style, personality traits, interpersonal competency, and facebook use. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(2), 117-131. doi: 10.1037/a0030946

Kalpidou, M., Costin, D. ve Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, Social and Networking*, 14(4), 183-189. doi:10.1089/cyber.2010.0061

Kamiloğlu, F. ve Yurttaş, Ö.U. (2014). Sosyal medyanın bilgi edinme ve kişisel gelişim sürecine katkısı ve lise öğrencileri üzerine bir alan çalışması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 21*, 129-150.

Karahan, T. F. ve Sardoğan, M. E. (2004). *Psikolojik danışma ve psikoterapide kuramlar*. Samsun: Deniz Kültür Yayınları.

Kemp, S. (2015). Social, digital& mobile worldwide in 2015. http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-social-mobile-worldwide-2015. adresinden 01.06.2015 tarihinde erişilmiştir.

Kim, J. ve Lee, J.E.R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effect of the number of facebook friends and self presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(6): 359-364. doi:10.1089/cyber.2010.0374.

Kobak, K. ve Biçer, S. (2008). *Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri.* 8. Uluslararası Eğitim Teknoloji Konferansı, Eskişehir.

Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N.,Shablack, H., Jonides, J. ve Ybarra, O. (2013) Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE* 8(8):e69841 doi:10.1371/journal.pone.0069841

Lally, P., Van Jaarsveld, C.H.M., Potts, H.W.W. ve Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real World. *European Journal of Social Psychology, 40*, 998-1009. doi: 10.1002/ejsp.674

Lyubomirsky, S. ve Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46(2), 137–155. doi:10.1023/A:1006824100041

Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M. ve Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and facebook specific motives in explaining addictive behavior on facebook. *Computers in Human Behavior*, 39, 376-386. doi: 10.1016/j.chb.2014.05.047

Mitchell, M.E.,Lebow, J.R., Uribe, R., Grathouse, H., ve Shoger, W. (2011). Internet use, happiness, social support and introversion: A more fine grained analysis of person variables and internet actvity. *Computer in Human Behavior, 27*, 1857-1861. doi:10.1016/j.chb.2011.04.008

Moody, E.J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *CyberPsychology & Behavior, 4*(3), 393-401. doi:10.1089/109493101300210303.

Nadkarni, A. ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use facebook? *Personality and Individual Differences,* 52(3), 243-249. doi:10.1016/j.paid.2011.11.007

Obi, A. N. (2014). *Time spend on Facebook vs. total time spent online: Effects on the quality of life on high school students.* Unpublished doctoral thesis, Golden Gate University, USA.

Otrar, M. ve Argın, F.S. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Journal of Research in Education and Teaching, 3*(3), 1-13.

Özdemir, Z. ve Çetinkaya, A. (2015). Türkiye'de sosyal medyada kimlik inşası: Özçekim kullanımı. *Turkish Studies, 10*(14), 597-612. doi:10.7827/TurkishStudies.8913

Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları ve bu sitelerin eğitimlerinde kullanılması ile ilgili görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2(3), 49-67.

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238. doi:10.1016/j.appdev.2008.12.010

Rae, J. R. ve Lonborg, S. D. (2015). Do motivations for using Facebook moderate the association between Facebook use and psychological well-being? *Frontiers in Psychology*, 6, 771. doi:10.3389/fpsyg.2015.00771

Satıcı, S.A. ve Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior, 49*, 185-190. doi:10.1016/j.chb.2015.03.005

Shaw, L. H. ve Gant, L. M. (2002). Indefense of the internet: The relationship between internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CyberPsychology & Behavior, 5*(2), 157-171. doi:10.1089/109493102753770552.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7*(4), 23-32.

Sum, S., Mathews, R.M., Hughes, I. ve Campbell, A. (2008). Internet use and loneliness in older adults. *CyberPsychology & Behavior,* 11(2), 208-211. doi:10.1089/cpb.2007.0010

Şahin Baltacı, H., İşleyen, F. Ve Özdemir, S. (2012). Eğitim fakültesi öğrencilerinin romantik ilişki durumları ve sosyal ağ kullanımlarına göre etkileşim kaygısı ve sosyal destek algılarının incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8*(2),25-36.

Tandoc, E. C., Ferrucci, P., ve Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146. doi: 10.1016/j.chb.2014.10.053

Taydaş, O. (2012). *Serbest zaman etkinliği olarak facebook kullanımının yalnızlıkla ilişkisi*: Cumhuriyet Üniversitesi örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Terzi, Ş. (2008). Üniversite öğrencilerinin psikolojik dayanıklılıkları ve algıladıkları sosyal destek arasındaki ilişki. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 3*(29), 1-11.

The Happiness Research Institte (2015). The Facebook experiment: Does social media affect the quality of outlives? http://www.happinessresearchinstitute.com/ 03.06.2015 tarihinde erişilmiştir

TÜİK (2015). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması,* 2015. sayı: 18660, 18 Ağustos 2015. Haber bülteni. 17.01.2015 tarhinde http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660 adresinden edinilmiştir.

Yelpaze, İ. ve Ceyhan, E. (2015). Facebook kullanıcılarının kişilik özellikleri ile facebook kullanım örüntülerinin ilişkisi: Bir gözden geçirme. *Anadolu Journal of Educational Sciences International, 5* (2), 24-53

Yıldırım, E. (2014). Sosyal medya psikolojisi ve dijital yerliler. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu*, 31, 80-83.

Yıldırım, İ. (1997). Algılanan sosyal destek ölçeğinin geliştirilmesi güvenirliği ve geçerliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültedi Dergisi, 13*, 81-87.

Wu, Y. C. J., Chang, W. H., ve Yuan, C. H. (2015). Do facebook profile pictures reflect user's personality? *Computers in Human Behavior*, 51, 880-889. doi:10.1016/j.chb.2014.11.014

Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G. ve Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30-41. doi: 10.1207/s15327752jpa5201_2

Zhu, X., Woo, S. E., Porter, C., ve Brzezinski, M. (2013). Pathways to happiness: From personality to social networks and perceived support. *Social Networks*, 35(3), 382-393. doi:10.1016/j.socnet.2013.04.005