

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANA BİLİM DALI

LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DUYGU
DÜZENLEME BECERİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE
İNCELENMESİ

Zişan Esmâ YILDIZ

Danışman: Prof. Dr. Binnaz KIRAN

Jüri Üyesi: Dr. Arş. Gör. Binaz BOZKUR (Mersin Üniversitesi)

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN EKİM / 2021

ONAY**Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;**

201810028 numaralı öğrencimiz olan Zişan Esmâ YILDIZ tarafından hazırlanan “Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi” başlıklı bu tez çalışması jürimiz tarafından oybirliği ile Psikoloji Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.)

Üniv. İçi – (Tez Danışmanı)– Jüri Başkanı: Prof. Dr. Binnaz KIRAN

(Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.)

Üniv. Dışı – Jüri Üyesi: Dr. Arş. Gör. Binaz BOZKUR
(Mersin Üniversitesi)

(Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.)

Üniv. İçi – Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.)

25/10/2021

Doç. Dr. Murat KOÇ

Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.

İTHAF

Oğlum Tunay Beluk'a...



ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,
- bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

25 / 10 / 2021

Zişan Esma YILDIZ

TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecinde her an ulaőabildiđim, akademik ve bilimsel zenginliğiyle bana her an destek ve yardımcı olan değerli tez danıőmanım Prof. Dr. Binnaz Kıran'a çok teşekkür ederim.

Bana her türlü desteği veren canım annem, babam, kardeőlerime, kayınvalidem ve kayınbabama; birlikte çıktığımız yolda benim her zaman arkamda olan ve maddi, manevi her türlü desteği veren sevgili eőim Metin Beluk'a sonsuz teşekkür ederim.

Çalıőmam sırasında benden desteğini esirgemeyen tüm arkadaőlarıma ve herkese teşekkür ederim.



ÖZ**LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DUYGU DÜZENLEME BECERİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ****Zişan Esmâ YILDIZ****Yüksek Lisans Tezi, Psikoloji Ana Bilim Dalı****Danışman: Prof. Dr. Binnaz KIRAN****Ekim 2021, 114 sayfa**

Doğdukları andan itibaren teknoloji ile iç içe olan ergenlerin sosyal medya bağımlısı olma ihtimalleri oldukça yüksektir. Bu durum sosyolojik, psikolojik ve fizyolojik gelişimi henüz tamamlanmamış ergenler için büyük risk oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Osmaniye ilinde eğitim görmekte olan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerilerinin sosyodemografik değişkenler açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma Osmaniye ilinde belirlenen okullarda eğitim görmekte olan 374 kız, 146 erkek olmak üzere toplam 520 öğrenci ile yürütülmüştür. Bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak “Araştırmaya Gönüllü Katılım Formu”, Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmada betimleyici istatistikler, değişkenler arasındaki farkların anlamlılığını test etmek amacıyla Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis H Testi kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre; anne ve baba eğitim düzeyi düşük olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanları sıra ortalaması anne ve baba eğitim düzeyi yüksek olan öğrencilere göre daha düşüktür. Akıllı telefonu ve interneti olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları olmayanlara göre daha yüksektir. Günlük internet ve sosyal medya kullanım süresi fazla olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması kullanım süresi daha az olan öğrencilere göre daha yüksektir. Bu çalışmada, bulgular literatüre dayanarak tartışılmış ve bazı öneriler verilmiştir.

Anahtar kelimeler: ergenler, sosyal medya bağımlılığı, duygu düzenleme

ABSTRACT**EXAMINATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AND EMOTION
REGULATION SKILLS ACCORDING TO VARIOUS VARIABLES IN HIGH
SCHOOL STUDENTS****Zişan Esma YILDIZ****Master Thesis, Department of Psychology****Supervisor: Prof. Dr. Binnaz KIRAN****October 2021, 114 pages**

Adolescents who have been intertwined with technology from the moment they were born are more likely to be social media addicts. This situation carries a great risk for adolescents whose sociological, psychological, and physiological development has not yet been completed. According to this study, purpose was evaluate the social media addictions and emotion regulation skills of high school students in Osmaniye in terms of sociodemographic variables. The study was carried out with a total of 520 students, 374 girls, and 146 boys, studying at the schools determined in Osmaniye. The selected method for individual was convenience sampling method. “Voluntary Participation in the Research Form”, Social Media Addiction Scale, and Emotion Regulation Scale for Adolescents and personal information form were used as data collection tools. In the study, descriptive statistics, Mann Whitney U test and Kruskal Wallis H test used for test the significance of the differences between the variables. According to the findings of the study; Social media addiction scores of students with low education levels of mother and father are lower than students with high education levels of mother and father. Social media addiction of students who have a smartphone, and internet is higher than those who do not have a mean rank. Social media addiction of students with more daily internet and social media usage time is higher than students with less average rank. In this study, the analysis data are discussed based on the literature and some suggestions are given.

Keywords: adolescents, social media addiction, emotion regulation.

ÖN SÖZ

Teknolojinin sürekli gelişmekte olduğu dünyada teknolojik araçların çevremizi sarması kaçınılmaz bir durumdur. Teknolojinin hayatımıza girmesi ve gelişmesi ile insanlar çoğu işlerini internet ve teknolojiyi kullanarak yapmaya başlamışlar ve hayatlarını olabildiğince kolaylaştırmışlardır. Teknoloji ve internetin olumlu birçok özelliği olmakla birlikte insanları olumsuz etkileyen birçok yanı da bulunmaktadır. İnternet bağımlılığı bunların başında gelmektedir. Değişen dünyada kişiler artık sosyal hayatlarını da internete taşımışlar ve sosyal medya uygulamalarını aktif şekilde kullanmaya başlamışlardır. Sosyal ortamların internet ortamı ile birleştirilmesi durumu sosyal medya kavramını ortaya çıkarmıştır. İnsanlar zamanlarının büyük bir bölümünü sosyal medya hesaplarında geçirmektedir. Sosyal medya kullanımı çok daha küçük yaşlara inmiş, yetişkinliğe henüz adım atmamış lise öğrencilerini özellikle deyim yerinde ise rehin almıştır. Lise öğrencileri üzerinde oldukça etkili olduğu düşünülen sosyal medya bağımlılığı kavramı bu araştırmanın ana eksenlerinden birini oluşturmaktadır.

Duygu düzenleme becerileri de bu araştırmanın diğer ana eksenini oluşturmaktadır. Duygu düzenleme becerisi duyguların nasıl değiştiğinin amaca yönelik izlenmesi, incelenmesi ve değerlendirilmesidir. Duygu düzenleme becerisi duygunun açıklanması, modüle edilmesi, nasıl tecrübe edildiğinin takip edilmesi gibi süreçleri içermektedir. Duygu düzenleme becerisine sahip olan bireyler duygularının yoğunluğuna, süresine ve oluşabilecek ani durumlara karşısındaki hislerine kadar sürecin tüm dinamiklerini yönetebilmektedir. Duygu düzenleme becerisindeki yetersizlik kişinin yaşadığı duygu süreçlerinin farkına varamamasına, kontrolü olumsuz duyguların eline bırakmasına, amaç odaklı olmak yerine dürtüsel davranışlar sergilemesine neden olmaktadır. Günümüzde bu sorun ergenlik döneminin beraberinde getirdiği yenilikler ve ergenlik dönemine ait çözülmesi gereken birtakım problemler düşünüldüğünde özellikle bu dönemdeki lise öğrencileri için oldukça büyük bir önem arz etmektedir.

EKİM, 2021

İÇİNDEKİLER

KAPAK.....	i
ONAY	ii
İTHAF.....	iii
ETİK BEYANI	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZ	vi
ABSTRACT.....	vii
ÖN SÖZ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
EKLER LİSTESİ	xiv
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	8
2.1. Sosyal Medya Kavramı.....	8
2.2. Sosyal Medya Tarihi Ve Gelişimi	9
2.3. Sosyal Medya Özellikleri.....	10
2.4. Sosyal Medya Türleri.....	11
2.4.1. Bloglar.....	13
2.4.2. Twitter	14
2.4.3. Facebook	15
2.4.4. Youtube.....	16
2.4.5. Instagram.....	17
2.4.6. Wikiler	18
2.4.7. Podcastler	19
2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı	19
2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı Özellikleri	22
2.7. Duygu Düzenleme Kavramı	23
2.7.1. Duygu Düzenleme Gelişimi.....	27
2.7.2. Duygu Düzenleme Kuramları	30
2.8. İlgili Araştırmalar	33

3. YÖNTEM	44
4. BULGULAR.....	51
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	66
KAYNAKÇA.....	76
EKLER.....	91



KISALTMALAR

ESMBÖ : Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

EİDDÖ : Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1	<i>Çalışmaya Katılan Bireylerin Sosyodemografik Özellikleri Açısından Sayı ve Yüzde Dağılımı</i>	45
Tablo 2	<i>Çalışmaya Katılan Bireylerin Araştırma Değişkenleri Açısından Sayı ve Yüzde Dağılımı</i>	46
Tablo 3	<i>Ölçek ve Alt Boyutlara Ait Kolmogorov-Smirnov Test İstatistiği, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri</i>	49
Tablo 4	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutları Puan Ortalamalarının Betimleyici İstatistikleri</i>	50
Tablo 5	<i>Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U</i>	51
Tablo 6	<i>Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	51
Tablo 7	<i>Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	52
Tablo 8	<i>Anne Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	52
Tablo 9	<i>Baba Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	53
Tablo 10	<i>Akıllı Telefon Kullanma Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları</i>	54
Tablo 11	<i>Yaşanılan Yerde İnternet Valiğine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları.....</i>	54
Tablo 12	<i>Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	55
Tablo 13	<i>Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine göre Sosyal Medya bağımlılığının farklılaşmasına ilişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	55
Tablo 14	<i>Cinsiyete Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları.....</i>	56
Tablo 15	<i>Sınıf Düzeyine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	57

Tablo 16	<i>Gelir Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	58
Tablo 17	<i>Anne Eğitim Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	59
Tablo 18	<i>Baba Eğitim Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	60
Tablo 19	<i>Akıllı Telefon Kullanma Değişkenine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları</i>	61
Tablo 20	<i>Yaşanılan Yerde İnternet Varlığına Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları</i>	62
Tablo 21	<i>Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	63
Tablo 22	<i>Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları</i>	64

EKLER LİSTESİ

EK A. Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi	91
EK B. Etik Kurul Onayı Üst Yazısı	93
EK C. Etik Kurul İzin Belgesi.....	94
EK D. Tez Anket İzni İstek Üst Yazısı	95
EK E. Lise İzin Belgesi	96
EK F. Kişisel Bilgi Formu	97
EK G. Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	99
EK H. Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği.....	100



1. GİRİŞ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, araştırmanın problemi, araştırmanın önemi ve araştırmanın hipotezleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Gelişen teknoloji ile gerçekleşen birçok değişiklik insan hayatını da çeşitli şekillerde etkilemektedir. Bireylerin hayatlarının teknoloji ile değişiyor olması özellikle internet ve sosyal medya kullanımını oldukça arttırmıştır. Hatta teknoloji kullanımı zorunlu hale geldiği için internet ve sosyal medya kullanımı çok yaygın hale gelmiştir. Özellikle genç yaşta olan ve henüz ergenlik döneminde olan bireylerin internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri diğer yetişkin bireyler kadar kontrollü olmayabilir. Ergenlik dönemi duygusal otonominin kazanıldığı temel yaş evrelerinden biridir ve bu evrede kişiler duygularını ifade etme konusunda bir bağımsızlık kazanma çabası içerisine girebilmektedirler. Sosyal medya gibi sanal platformlar üzerinden kişilerin kendilerini ifade etmesinin daha kolay olması sebebiyle de sosyal medya kullanımının ergenlik döneminde arttığı söylenebilir.

Tüm bu teknolojik değişimler ve teknolojinin etkileri insanların sanal çevresiyle olan etkileşiminin artmasına da yol açmıştır. İnsanlar bu değişim sürecine çabuk bir şekilde adapte olmuş ve iletişim şekillerini, yaşam koşullarını internet ve sosyal medya kullanımlarına göre değiştirmişlerdir. Neti (2011)'nin de benzer bir düşünceyle sosyal medya kavramının “kullanıcıların görüşlerini, düşüncelerini veya içeriklerini paylaşmalarını sağlamanın yanı sıra kullanıcıların birbirleriyle etkileşimlerini ve iletişimlerini de oluşturan bir platform” olduğunu düşündüğü görülmektedir.

Bu değişimlerde kullanılan araçlar genellikle akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve tabletlerdir. İnternet kullanımının artması sosyal medya kullanımını da oldukça arttırmıştır. Sosyal medya mecralarının kullanımında katı kurallar olmaması insanların duygularını aktarmada oldukça etkili olduğu düşünülmektedir (Çolak, 2020). Gereken bilgiye ulaşımın oldukça hızlı olması, iletişimin kolay şekilde sağlanması, kullanılması için zaman veya mekândan bağımsız olabilmesi sosyal medya kullanımının artmasındaki temel sebepler arasında sayılmaktadır (Akar, 2010).

Sosyal medya kullanım amacı ilk olarak insanların birbiri ile iletişim halinde kalmasını sağlamak olsa da zamanla amacı değişmiş ve herkes arasında bağımlılığı söz konusu olacak kadar genişlemiştir. Bu durum irade kontrolü açısından yetişkinlere göre daha zayıf kalan çocuk ve ergenlerde bağımlılık olarak günlük yaşam işlevlerini bozabilecek hale gelebilmektedir.

Sosyal medya platformları kişiyi merkeze alan bir yapıya sahiptir. Ergenlik döneminde benmerkezci olan kişi merkezde olmaktan son derece memnundur. Sosyal medya platformlarının kişiyi merkeze alan özelliğe sahip olmasıyla birlikte sosyal medya kullanım sıklığı ve yoğunluğunda artış olmuştur. Dolayısıyla yaşanan bu gelişme kişilerin bağımlı davranışlar sergilemesine sebep olmaktadır (Taş, 2017).

Sosyal medya bağımlılığı bireylerin bilişsel, sosyal ve psikolojik açıdan günlük yaşamda etkilenmelerine sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu açıdan bakıldığında sosyal medya bağımlılığının duyguları durumlarını da etkilediği sonucuna varılmaktadır.

Bireylerin duygu durumları ile ilgili yapılan çoğu araştırmada araştırmacılar duyguların; deneyimsel, davranışsal ve fizyolojik boyutları olduğu noktasında fikir birliğine varmıştır (Duy ve Yıldız, 2014). Bütün bu sebeplerle bireylerin duygularını kontrol etmesi ve düzenlemesi konusunda etkisi olduğu düşünülen sosyal medya bağımlılığı üzerine araştırma yapma ihtiyacı doğmuştur.

Duygu, Lazarus'a (1991) tarafından dışa vurulmayan ve duygulanım olarak isimlendirilen öznel bir yaşantı olarak tanımlanmıştır. TDK'ya (2011) göre ise belirli nesne, olay veya bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı izlenimdir. Bireylerin duyguları bazı alt boyutlar kapsamında incelenmektedir. Bu boyutlar davranışsal, bilişsel ve fizyolojiktir. Bu duyguların arttırılması, azaltılması veya olduğu seviyede korunabilmesi duygu düzenleme kavramının önemini ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyanın aşırı derecede kullanılarak bağımlılık seviyesine gelmesi ile birlikte kişilerin duygularının aktarımında bazı düzensizlikler meydana geldiği bulunmuştur (Duy ve Yıldız, 2014).

Ergenlik döneminde ergenler duygularını ifade etmekte kimi zaman güçlük çekerler. Yaşanan bu güçlüğü sosyal medya platformları aracılığı ile ortadan kaldırma sürecinde ergenler açısından kolaylık sağlayabilmektedir. Teknolojinin ve sosyal medyanın yine aynı dönemde haberleşme ve iletişim için aktif şekilde kullanılmaya başlanması ergenlerde sosyal medya bağımlılığına sebebiyet verebilmektedir.

Bu çalışma lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ve duygu düzenleme becerilerinin sınıf düzeyi, cinsiyet, anne ve baba öğrenim durumları, gelir durumları gibi değişkenler açısından incelenmesini amaçlamaktadır.

Araştırmanın sosyal medya bağımlılığı değişkeni ile alan yazında yapılmış araştırmalar bulunmaktadır. Fakat ergenliğin önemli bileşenlerinden biri olan duygu kavramı için sosyal medya kavramı ile ilişkili çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu sebeple sosyal medya kavramı ve duygu düzenleme becerilerinin birlikte değerlendirilebilmesi

sonucu elde edilen bulguların bu alanda çalışma yapan araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Problemi

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi, cinsiyet, gelir durumu, anne ve baba öğrenim durumlarına göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile duygu düzenleme becerileri farklılaşmakta mıdır?

Alt Problemler:

1. Lise öğrencilerinin cinsiyete göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
2. Lise öğrencilerinin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
3. Lise öğrencilerinin gelir durumuna göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
4. Lise öğrencilerinin anne eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
5. Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
6. Lise öğrencilerinin akıllı telefona sahip olma değişkenine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
7. Lise öğrencilerinin yaşadığı yerde internet bağlantısı olma değişkenine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
8. Lise öğrencilerinin kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
9. Lise öğrencilerinin bir gün içindeki internet kullanım süresine göre değişkenine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
10. Lise öğrencilerinin bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmakta mıdır?
11. Lise öğrencilerinin cinsiyete göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
12. Lise öğrencilerinin sınıf düzeyine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?

13. Lise öğrencilerinin gelir durumuna göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
14. Lise öğrencilerinin anne eğitim düzeyine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
15. Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
16. Lise öğrencilerinin akıllı telefona sahip olma değişkenine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
17. Lise öğrencilerinin yaşadığı yerde internet bağlantısı olma değişkenine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
18. Lise öğrencilerinin kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
19. Lise öğrencilerinin bir gün içindeki internet kullanım süresine göre değişkenine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?
20. Lise öğrencilerinin bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre duygu düzenleme ölçeği alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Teknolojinin hızla gelişmesi sosyal medyayı da etkilemiş ve durum böyleyken tüm dünyada insanların büyük çoğunluğunun sosyal medya platformlarını kullanması kaçınılmaz hale gelebilmektedir. Çeşitli amaçlar için sosyal medya platformlarını kullanan bireylerin zamanla bu platformlardan bağımlılığı söz konusu olabilecek kadar etkilendiği gözlemlenmektedir.

Sosyal medya kavramı son yıllarda bireylerin yaşamlarında oldukça önemli yer alan bir kavram olmuştur. Bu denli yaygın olan sanal platformlar ve sosyal medya uygulamaları ergenlik döneminde duygularını ifade etmekte zorluk yaşayan bireylere duygularını ifade etmeleri konusunda oldukça kolaylık sağlamıştır. İnsanlar duygularını sanal ortamlarda gerçek ortamlara göre daha rahat ifade edebilirler. Ergenlik döneminde bireylerin de duygularını ifade etme konusunda sosyal medyayı ve sanal sosyal platformları kullanmaları duygu düzenleme becerileri ve sosyal medya bağımlılıkları konusunda araştırma yapma ihtiyacını ortaya çıkartmıştır.

Bu çalışma lise öğrenimine devam eden öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ve duygu düzenleme becerilerinin çeşitli değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konulması, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile duygu düzenleme becerileri arasında bir ilişki olup olmadığının incelenmesi ve bundan önce yapılmış çalışmalara ek; bundan sonra yapılacak olan çalışmalar için ise bir destek olması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Hipotezleri

- H_{1a}: Lise öğrencilerinin cinsiyete göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1b}: Lise öğrencilerinin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1c}: Lise öğrencilerinin gelir durumuna göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1d}: Lise öğrencilerinin anne eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1e}: Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1f}: Lise öğrencilerinin akıllı telefona sahip olma değişkenine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1g}: Lise öğrencilerinin yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma değişkenine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1h}: Lise öğrencilerinin kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1i}: Lise öğrencilerinin bir gün içindeki internet kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{1j}: Lise öğrencilerinin bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılıkları farklılaşmaktadır.
- H_{2a}: Lise öğrencilerinin cinsiyete göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.
- H_{2b}: Lise öğrencilerinin sınıf düzeyine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.
- H_{2c}: Lise öğrencilerinin gelir durumuna göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2d}: Lise öğrencilerinin anne eğitim düzeyine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2e}: Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2f}: Lise öğrencilerinin akıllı telefona sahip olma değişkenine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2g}: Lise öğrencilerinin yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma değişkenine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2h}: Lise öğrencilerinin kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2i}: Lise öğrencilerinin bir gün içindeki internet kullanım süresine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

H_{2j}: Lise öğrencilerinin bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar farklılaşmaktadır.

Araştırmanın Sayıltıları, Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmaya katılan öğrencilerin ölçeklerdeki sorulara doğru bir şekilde cevap verdikleri varsayılmaktadır.-Araştırmadan elde edilecek veriler, ‘‘Kişisel Bilgi Formu’’, ‘‘Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’’ ve ‘‘Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ)’’ nin ölçtüğü maddelerle ve ergenlik döneminde olan ve lise eğitimine devam eden öğrencilerle sınırlıdır. Sonuçlar ancak benzer örneklemelere genellenebilir.

Tanımlar

Sosyal Medya:

Sosyal medya kişilerin kendilerine bir profil oluşturarak içeriklerini paylaştıkları ve diğer insanların paylaşımlarını da takip edebildikleri bir alan olarak tanımlanmaktadır (Kara, 2013).

Sosyal Medya Bağımlılığı:

Duyuşsal, bilişsel ve davranışsal süreçler ile gelişen, bireyin hayatında akademik/iş, özel, sosyal ve günlük alanlarında ortaya çıkan meşguliyet durumu, çatışma, duygu düzenleme becerileri gibi problemleri doğuran psikolojik sorun şeklinde tanımlanabilir (Tutgun-Ünal, 2015).

Duygu:

Duygu kavramını en genel hali ile kişiye özel olan hisler durumudur (Ashforth ve diğerleri, 1995).

Duygu Düzenleme:

Duygunun bir bileşenini azaltmaya, arttırmaya veya sürdürmeye çalışmak duygu düzenleme olarak adlandırılmaktadır (Duy ve Yıldız, 2014).



2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı, sosyal medya tarihi ve gelişimi, sosyal medyanın özellikleri, sosyal medya türleri, sosyal medya bağımlılığı ve özellikleri; duygu düzenleme becerisi, duygunun özellikleri ve işlevleri, duygu düzenleme gelişimi, duygu düzenleme kuramlarını içeren bilgiler yer almaktadır.

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Son zamanlarda özellikle 1900'lü yılların sonu ve milenyum çağının başlangıcı itibariyle dünyada hızlı bir şekilde yaşanan teknolojik gelişmelerin getirdiği en önemli değişikliklerin arasında yer alan bilgi işlem teknolojileri, bilgisayarlar ve akıllı cihazlarla beraber internetin geldiği son durum görülmektedir. Dolayısıyla 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ABD'de sadece askeri ve akademik bilgi transferleri amacıyla kurulan ve bir paket dağıtım ağı olup ARPANET (Advanced Research Projects Agency) adıyla kullanılmaya başlanan internet, sonraki 50 yıl içerisinde gelişip tüm dünyaya yayılmasıyla beraber hem günlük hayatta hem de iş hayatında vazgeçilmez bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır (Civelek, 2009). İletişim kavramı ile ilgili yeni bir çağ yaratan bu teknoloji sayesinde daha kısa sürede ve çok kolay bir şekilde haberleşmekle beraber her türlü bilgiye ve sınırsız verilere de ulaşılabilirlik mümkün olabilmektedir.

Genel ağ ya da farklı bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan uluslararası bilgi iletişim ağı (Türk Dil Kurumu [TDK], 2018) olarak da adlandırılan internet, 2004 senesinde Tim O'Reilly'nin Web 2.0 ismini verdiği, "interaktiflik ve iletişim ile ilgili kullanıcıların ortak ve paylaşarak oluşturdukları sistem" ile değişim yaşayarak kullanım alanları farklılık gösterilmiş; sosyal ağ hizmetlerinin meydana gelmesi olanaklı duruma gelmektedir (Kahraman, 2013). İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sosyal ağlar hayatımıza girmeye başlamıştır diyebiliriz. Sosyal ağlar başlangıçta birbiri ile yakın temas halinde olan kişiler arasında bağlantı kurmuştur. Zamanla daha çok kişinin temas kurmasını sağlamış ve son olarak geniş kitlelere yayılarak tüm dünyada insanların birbirleri ile iletişime geçmesini sağlayan sosyal medya platformları oluşmuştur.

Sosyal medya kavramının ortaya çıkmasından beri kullanılan iki kelimedenden biri olan sosyal kavramı, birçok bireyin bir araya gelerek oluşturdukları etkileşimleri ifade ederken medya kavramı ise bu etkileşimler sonucunda ortaya çıkan iletişim ortamını veya araçlarını olarak ifade etmektedir (Neti, 2011). Sosyal medya olarak incelenen

terim ise bu dönemde genellikle “sosyal ağ”, “sosyal paylaşım siteleri” ve “Web 2.0” gibi kavramlarla benzer anlamda kullanılsa da Constantinides ve Fountain’da (2008) iki kavramdan Web 2.0’in teknoloji boyutuna önem verilirken sosyal medyada ise sosyal boyutlar ile kullanım açısından öne çıktığı görülmektedir. İlk defa 1995 yılında yazar Darrell Berry’nin “Social Media Spaces” isimli makalesinde “internetin sabit bir belge arşivinden birbirleri ile etkileşimde olan kullanıcıların ağına dönüşümü” konusunu inceleyen çalışma ile yaşantımıza konu olan sosyal medya terimi, son zamanlarda popülaritesini arttırmakla beraber bu terimi açıklama konusunda birçok farklı düşünceye denk gelmek olarak ifade edilmektedir (Bercovici, 2010). Sosyal medya birçok çalışmada farklı farklı şekillerde tanımlansa da bu tanımların ortak özelliklerinin web tabanlı etkileşimi, içerik paylaşımını ve iki yönlü iletişimi vurgulama olduğu görülmektedir (Zimmerman ve Ng, 2017; Jeong ve Lee, 2010; Kaplan ve Haenlein, 2010; Ryan, 2016; Evans, 2012; Stephen, 2016; Bulunmaz, 2011).

2.2. Sosyal Medya Tarihi Ve Gelişimi

Günümüzde hızla ilerleyen sosyal medyanın da etkisiyle insanları sosyolojik, psikolojik, kültürel ve ekonomik anlamda etkileyen medya, sosyal medya, sosyal ağlar, etkileşim gibi kavramlar literatüre girmiş ve her geçen gün artan değişim ve dönüşümü de beraberinde getirmiştir (Başlar, 2013).

Literatüre bu gibi kavramlar katan sosyal medyanın oluşumu, Web 2.0 yapılarına dayanmaktadır. 1970’lerde başlayan ve 1990’lı yıllardan sonra hızla çoğalarak devam eden internet kullanımı, 2000’li yılların başlarında mühendislerin ve girişimcilerin çabalarıyla oluşturulan sosyo-teknik uygulamaları ile insanların teknolojinin daha önceki statik yapısından kurtulabileceğini ve bilgi, fikir davranışlarını paylaşması durumu üzerinde çalışmalar yapılmıştır (Boyd, 2015). Bu nedenle daha önce Web 1.0 ile başlayan fakat statik yapıda olan temel internet teknolojileri, Web 2.0 ile statik yapıdan dinamik yapıya geçmesi kişilere içerik oluşturma alt yapısı imkanı oluşturmaya başlamıştır (Vardarlier, 2013).

Bilgi, düşünce, resim veya video üretme ve paylaşma imkanına kavuşan kullanıcılar paylaşımına maruz kalan diğer kullanıcılarla birbirlerini etkilemektedir. Klasik medyadan ayrılıp yeni medya olarak adlandırılan sosyal medya insanların bilgi, fikir veya davranışlarının paylaşmasının yanı sıra günümüzde çok ciddi ekonomik, sosyolojik ve kültürel bir pazar haline gelmiştir (McIntyre, 2014).

Sosyal medyanın çok fazla kullanıcıya ulaşması, çok fazla kullanıcının kullanması dünyanın hemen her yerinden kişileri etkilemesinin yanı sıra çok farklı iş kolları, yeni yönetim anlayışları gibi durumları ortaya çıkarmıştır (Vardarlıer, 2013). Dünya üzerindeki tüm kurumsal şirketlerin, siyasi partilerin, sivil toplum örgütlerinin sosyal medyayı aktif şekilde kullanması ve sahip olduğu bilgileri, düşünceleri geniş kitlelere aktarması sosyal medyanın gelişimi üzerinde önemli roller oynamaktadır (Vardarlıer, 2013).

2.3. Sosyal Medya Özellikleri

Sosyal medyanın yeni sayılan iletişim aracının olmasının yanı sıra sosyal medya kullanıcılarını etkileyen birçok özelliği vardır. Bunların başında gelen özgürlük özelliği sosyal medya kullanıcılarına isteklerine bağlı olarak her konuda fikir verme özgürlüğü vermektedir (Çelik, 2014). Kullanıcıların her konuda fikir verme özgürlüğü beraberinde bir konu hakkında öneri veya eleştiri getirme özelliklerini vermektedir. Kullanıcılar izlediği bir filmi, okudukları kitapları, gezdikleri yerleri veya yedikleri yemekleri gibi birçok konuyu eleştirmekle beraber kendilerince yeni öneriler de getirmektedirler.

Sosyal medya kullanıcıların yaptıkları eleştiri ve önerilerin sosyal medya sayesinde hızlı, dinamik yapıda olması sosyal medya kullanan her kesimin bundan etkilenmesine neden olmaktadır. Sosyal medya özelliklerinden olan hızlılık ve dinamiklik her kesimin ulaşmasına olanak sağlayan evrensellik özelliğinin yanı sıra kullanıcıların bilgiyi kolay bulma özelliğine de sahip olduğunu göstermektedir (Pfeffer, 2014). Buna bağlı olarak sosyal medya özelliklerinden olan hızlılık durumu çoğu durumda dezavantajlı duruma dönüşüp bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmak isteyen kullanıcıların yanlış bilgilere ulaştığını görmek mümkün olabilmektedir. Bu yanlış bilgilere ulaşmak sosyal medyanın evrensellik özelliği nedeniyle sadece yanlış bilgiye ulaşan kişiyi etkilememekle beraber geniş kesimleri de etkilemektedir. Bu durumlar da toplumlarda infiale neden olmaktadır (Tucker ve diğerleri; 2018).

Sosyal medyayı kullananlar arasında bireysel kullanıcıların yanı sıra dünya üzerinde var olan büyük şirketler de olması sosyal medyanın ekonomik özelliğini de akıllara getirmektedir (Leonardi ve diğerleri; 2013). Büyük şirketler yaptıkları reklamlar ve kampanyalar sayesinde sosyal medya üzerinden çok geniş kesimlere ulaşarak çok fazla paralar kazanmaktadırlar. Büyük şirketlerin yanı sıra iş arayan kullanıcılar da sosyal medya üzerinden çeşitli işler bularak veya sosyal medya sayesinde oluşmuş yeni iş

kollarına (influcer,youtuber) girerek kendilerine ekonomik bir girdi ortamı yaratmaktadırlar.

Sosyal medyanın evrensellik özelliği sonucu oluşan kullanıcıların geniş kitlelere ulaşması durumu bunun sonucunda sosyalleşmeyi de beraberinde getirmektedir (Mejias, 2013). Sosyal medya kullanıcıları kullandıkları sosyal medya platformları sayesinde birçok yeni kişiler ve sivil toplum örgütleriyle tanışıp onlarla gerçek hayatta bir araya gelme durumuna erişebilmektedir. Bu durum da sosyal medya kullanıcılarının birbirleriyle sosyalleşmesini beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya üzerinde etkileşimin rolü oldukça önemlidir. Örneğin bir sosyal medya kullanıcısı aldığı bir ürünü paylaştıktan sonra kullanıcının takipçileri de onu üründen etkilendikten sonra onu satın alabilmektedir. Bir başka örnek ise bir sosyal medya kullanıcısı gezip gördüğü yeri paylaştıktan sonra takipçilerin de o paylaşımdan etkilenip oraya gitmesi daha sonra da onların da paylaşım kendi takipçilerini etkilemesi sirkülasyona meydan oluşturmaktadır(Çelebi, 2020).

Sosyal medyanın özelliklerinden biri de yeniliğin çok fazla kısa sürede değişmesidir. Sosyal medya kullanıcıları henüz okudukları habere şaşkınlıklarının bitmemesine rağmen o haberin eskimesi yerine gelen yeni haberin etkisinde kalmaktadırlar. Geleneksel medyada bir haberin üzerinde günler belki de haftalarca durulurken sosyal medyada haberler saatler hatta dakikalar üzerinde tüketilebilmektedir. Bu durumda kişiler üzerinde kanıksanmaya ve tepkisizliğe yol açmaktadır.

2.4. Sosyal Medya Türleri

Modern zamandaki sosyal medya platformlarının, kendi içindeki yapısının ve niteliklerinin farklı olmasının yanı sıra sosyal medya platformlarının ortak unsurları da bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarının en temel özelliği ‘‘açıklık’’ olarak vurgulanmaktadır (Seargeant ve Tagg, 2014). Açıklık kavramı farklı türlerdeki sosyal medya uygulamalarının içinde görülmektedir. Kullanıcıların verileri veya genel özellikleri bilinçli ya da bilinçsiz bir biçimde açıklık ilkesine uygun olarak sosyal medya platformlarında yer almaktadır (Bazarova ve Choi, 2014). Sosyal medya uygulamaları kullanan kişilerin, kişisel bilgilerinin yanı sıra gönderi beğenileri, duyguları, davranışları ve siyasi görüşleri gibi unsurlar paylaşımlardan öngörülebilmektedir. Bundan dolayı siyasi veya cinsel tercih gibi konularla ilgili düşüncelerini paylaşmayan kişilerin üzerlerinde kaygı oluştuğu ve bu kaygının da

önüne geçebilmek için bu kişilerin, kendi düşüncelerini paylaşmak için sahte bir sosyal medya hesabı kullandıkları ifade edilmektedir. (Kietzmann ve diğerleri 2011). Sosyal medya uygulamalarında reklam ve tanıtım amacıyla kurumlarında yer aldığını ve hedef kitleye ulaşma konusunda sosyal medya mecralarını kullandıklarını söylemek mümkündür. Markaların da hedef kitleye ulaşma ve simetrik iletişim kurarak marka farkındalığını, bilinirliğini yükseltmek amacıyla sosyal medya platformlarına önem gösterdikleri görülmektedir (Gensler ve diğerleri 2013).

Sosyal medya mecralarının siyasi gelişmeler ve güncel haber paylaşma gibi anlık bildirimlerinin hızlı ve kolay olması nedeniyle daha iyi iletişim kurmak isteyen habercilerin ve siyasi partilerin bu platformlara ilgi gösterdikleri belirtilmektedir (Şenyurt ve diğerleri 2011). Bu platformlarda işitsel, görsel, anlık ve yazılı iletişim çeşitlerinin kullanıldığı ve bundan dolayı daha çekici bir hale geldiği ileri sürülmektedir. Bu platformlardaki uygulamaların da farklı nitelikleri sahip olduğu vurgulanmaktadır. WhatsApp anlık ve yazılı bir iletişim seçeneği sunarken bloglarda daha uzun süreli bir yapı olduğu bilinmektedir (Wang ve diğerleri 2012).

Kurumlar pazarlama faaliyetleri ve hedef kitleye yönelme amacıyla sosyal medya hesaplarını kullanma konusunda uzmanlaşma yoluna gitmişlerdir. Sosyal medyayı tüketicilerin kullanmaları ve markaları içerik olarak paylaşmaları marka sadakatini benimseyen kurumların da dikkatini çektiği için bu kurumlar da sosyal medya platformlarına ilgi duymaktadırlar (Lee ve Ma, 2012). Kullanıcı hesaplarından paylaşılan içeriğin yapısını video, fotoğraf, metin ve konum gibi unsurlar oluşturmaktadır. Kişilerin arkadaş, aile, iş ya da yeni arkadaş tanıma gibi özelliklerinden dolayı kullanmasının yanı sıra, kurumların da hedef kitleye kampanyalarını duyurmaları ve markaların özelliklerini paylaşma yönünde avantaj sağladığı söz konusu olabilmektir. Bundan dolayı kişilerarası iletişim ve marka-tüketici ya da marka-hedef kitle arasındaki iletişim de kolaylıkla sağlanmaktadır (Goh ve diğerleri 2013).

Sosyal medyanın özellikleri kapsamında popülerlik kavramı önem arz etmektedir (Bandari ve diğerleri 2012). Sosyal medya uygulamalarında popülerlik kavramı platformun yapısına göre oluşmaktadır. Instagram, Twitter, Youtube uygulamalarında takipçi sayısı, video izlenme ve beğeni rakamları önem arz etmektedir. Skype uygulamasında ise popülerlik ya da takipçi sayısının önemli olmadığı, sadece telefon görüşmesine imkân sağladığı için tercih edilen bir uygulama olduğu öne sürülmektedir (Musayeva, 2015). Kurumların sosyal medyada ürün ya da marka pazarlaması

konusunda sosyal medya fenomenleriyle iş birliği kurarak etkili pazarlama stratejilerine başvurdukları gözlemlenmektedir. Fenomen hesapların gittikçe artması ve marka faaliyetleri konusunda da kullanılması son zamanlarda gelişen bir strateji olarak öne çıkmaktadır (Kuhikar, 2013).

2.4.1. Bloglar

Blog kavramı İngilizcede “web” ve “log” kelimelerinden meydana gelirken web günlüğü ya da web kayıtları anlamını taşıyan bir kavram olarak tanım kazanmıştır. Bloglar yorum, düşünce ya da fikirlerin fotoğraf, grafik, ses ya da video içerikleriyle desteklenerek sunulduğu web siteleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Safko, 2012). Bloglar kişilerin yemek, eğlence, moda, sinema veya marka hakkındaki duygularının, düşüncelerinin veya şikayetlerinin tartışıldığı yer olarak görülmekle beraber diğer kullanıcıların da bu durumları takip ettikleri bir mecra olarak görülmektedir. Blog kullanıcıları ve blog sayfalarını takip eden kişiler arasında çevrimiçi bir iletişim söz konusu olmakla beraber bloglarda kullanıcıların deneyimleri, başarıları, görüşleri, hayal kırıklıkları, mutlulukları, üzüntüleri etkileşim halinde sunularak karşılıklı iletişim sağlanmaktadır. Blogların içeriğini oluşturan ve içerikleri güncelleyen kullanıcılar da takipçilerinin fikirlerine ya da duygularına yön vermektedir. Modern zamanda blog kullanımının gelişmesi ve iletişim aracı olarak da güncel olarak kullanılması son derece önem arz etmektedir (Ryan,2016).

Blogların bireysel duygu ve düşüncelerin yanında etkinliklerin de yer aldığı ve bu etkinlik tasarımı için de kolaylıkla tercih edilecek mecraların başında geldiğini söylemek mümkündür. Blogların içerik olarak metin, haber, fotoğraf veya video gibi unsurlardan oluşan web tasarımı gibi sitelere ulaşma linki sağlayan araçlardan oluştuğu ifade edilmektedir. Blogların stratejik iletişim kurlmaları önem arz etmektedir ve blogları okuyan yorumcunun blog yazarına ulaşarak yazarla temasa geçmesi blog kültürünü ayrı bir boyuta taşımaktadır. Bloglarda sanat, fotoğraf, müzik, eğlence, tatil, yemek gibi kişisel unsurların yanı sıra kişilerin iş dünyası ile ilgili paylaşımları da görülmektedir. Blogların profil sahibi tarafından yönetildiği ve yorum eklenerek etkileşim haline geldiği vurgulanmaktadır. Okuyucu kitlesi farklı iletişim seçenekleri ile blog yazarına ulaşma imkânı sağlarlar. Blog yazarına gönderilen başvuru formu ya da mail ile sorularına cevap alabilirler ya da kısa mesaj yolu ile yazarlarla iletişim fırsatlarına ulaşabilmektedirler (Safko, 2012).

2.4.2. Twitter

Twitter mikroblog özelliği ile oluşturulan ve en fazla 140 karakter ile gönderi oluşturulabilen bir sosyal medya mecrasıdır. Kullanıcıların anlık bildirimleri, duyguları, düşünceleri, bağlantıları gibi içeriklerin paylaşıldığı ve diğer kullanıcılarla iletişim kurulan bir alan olarak fayda sağlayan bir alan oluşturmaktadır. Twitter'in anlık mesaj ve sohbet odası platformlarından ayrılan en belirgin özelliği ise kullanıcılar arasında oluşan iletişimin sınırlı bir yapısı olmasıdır (Thomases, 2010). Twitter platformunun ortaya çıkmasında sms mantığı ön plana çıkmaktadır ve karakterlerin belirli sayıda az olmasının sebebi de mecranın reklamlara dayanması olarak ifade edilmektedir. Twitter'in 2006 yılında şirket içi iletişimin sağlanması amacıyla oluşturulduğu ve programın yapımında ise Jack Dorsay'ın etkin rol üstlendiği görülmektedir. Kurumun San Francisco merkezli olduğu bilinmektedir. Küresel tanıtım konferanslarında gündeme gelen Twitter, ara yüzünün anlık mesajlara uyum sağlanması ve kullanıcılara da pratik seçenekler sunması yönüyle de farkını ortaya çıkararak giderek daha popüler haline gelmiştir (Zarella,2010). Twitter'in 2008 yılında 7 milyon kullanıcıya sahip iken 2011 yılında 118 milyon ve günümüze yakın bir zamanda ise 350 milyon aktif kullanıcıya ulaşması başarısını arttırmış ve gelişmesine katkı sağlamıştır (Statista, 2018; Wolfe, 2018).

Twitter'da anlık iletilerin yanında gündelik hayata ve popüler kültüre yönelik fotoğraf, video, metin ve reklam linkleri de paylaşılmaktadır. Kullanıcıların ilgi alanlarına yönelik kişileri takip ederek abone olması ve bildirimleri açması dahilinde kişinin gönderisini görerek zaman akışında paylaşması ya da yorum yapması en bilinen özelliklerinden olabilmektedir. Kronolojik bir sistem içerisinde paylaşılan tweetler akıllı telefon ya da bilgisayar aracılığıyla güncellenebilmektedir (Barnes ve Bohringer,2011). Mikroblog içerik kapsamında çok yaygın olarak kullanılan Twitter'in kullanıcılara sunduğu seçenekler çok yönlü olmakla beraber kullanıcılar da kendilerine özgü alanlarda bu platformun özelliklerinden yararlanmaktadırlar (Gunelius,2011).

Twitter çıkış sürecinde kullanıcılara yönelik gündelik hayat ve anlık kişisel duygusal paylaşımlara yönelik bir sistem sunmuştur. Kullanıcı sayısı arttıktan sonraki süreç küreselleşmenin de katkısıyla platform popüler bir hale gelmiş ve ekonomi, haber, eğitim, politika, kurumsal yaklaşımlar gibi alanlarda da gelişimini sürdürmüştür. Siyasetçilerin ve popüler kişilerin de dahil olmasıyla etki alanını genişletmiş ve sosyal medya platformlarında en sık kullanılan mecralar arasında yerini almıştır. Obama'nın

siyasi kampanyasında bu platforma önem vermesi ve Arap Bahar'ındaki büyük etkisi Twitter'ın etkisini derinleştirmiş ve siyasilerin attıkların tek tweetle gündem değişir hale gelmiştir. Twitter uygulamasının ücretsiz, kolay ve rahat sunum yapabilme özelliği de avantaj sağlamaktadır. Kurumlar hedef kitle arasında iletişim kurmak ve geribildirim almak için bu platformu önemsemektedirler. Reklam ve ürün tanıtımın da platforma uygulanması ile birlikte tüketicilerin şikayetleri de iletişim uzmanlarına iletilmektedir (Sin ve diğerleri 2012)

2.4.3. Facebook

Facebook, 2004 yılının şubat ayında Harvard Üniversitesi'nde psikoloji eğitimi gören Mark Zuckerberg ve arkadaşları Chris, Dustin, Eduardo tarafından oluşturulan bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Facebook kavramının oluşmasında üniversite öğrencilerinin birbirilerini tanınması için doldurulan bir alanla birlikte kişilerin bilgilerinin ve görsellerinin yer aldığı bir platform oluşmasının isteği ilham olmuştur.

Facebook platformu sosyal medya mecraları arasında popülerliği en fazla olan mecra dır. Ayrıca en etkili takipçi sayısına ulaşarak kişilerarası iletişim kapsamında önemli bir role sahip olduğu bilinmektedir. Kişilerin yanı sıra kurumların da keşfetmesi ile birlikte oldukça büyük bir platform haline gelmiştir. Kişilerin aile ve arkadaşları ile bağlantı kurarak içerik paylaşılan bir platform şeklinde ortaya çıkması ve küreselleşen bir yapıya bürünerek iletişime katkı sağlayan bir yapı olması, büyük bir platform haline gelmesinde etkin bir rol oynamaktadır. (Barefoot ve Szabo, 2009).

Facebook kullanıcılara çeşitli seçenekler sunarak kişisel profillerin oluşturulabileceği bir sosyal yapı olarak hayatımızda yer almıştır. Akıllı telefon, bilgisayarlar ve taşınabilen modern cihazlarla uygulamaya erişim sağlamakla beraber kişiler bilgilerinin, işlerini, okullarını, mesleklerini ve özel tercihlerini kayıt altına alarak içerik oluşturmaktadırlar. Bununla birlikte kullanıcılara bilgilerini saklama ya da herkese açık hale getirme gibi gizlilik esaslarına ulaşma şansı tanınmaktadır. Profillerin oluşması ve bilgilerin girilmesinden sonraki aşamada ise kullanıcı gönderilerinin fotoğraf, video, bağlantı, metin ya da özel paylaşımlarının gizliliğini belirtmek gerekmektedir. Kullanıcılar içeriklerini istedikleri kişilerin görmesine izin vermektedir. Kullanıcılara yönelik ortak duygu ve fikirlerin de paylaşılması aracılığıyla özel grupların kurulabilmesi farkındalık kapsamında önemli bir unsur oluşturmaktadır. Yakın arkadaşlar ya da işyerindeki arkadaşlar gibi sınıflandırma da bu mecra da yer almaktadır.

Bu platformun en önemli özelliklerinden biri de istenmeyen ve kullanıcıyı rahatsız eden kişileri engelleme özelliğidir (Safko, 2012; Barefoot ve Szabo, 2009).

Facebook platformu kuruluş yılından itibaren gelişerek küreselleşme yoluna gitmiş ve dünyada birçok kullanıcının takip ettiği ve içerik paylaştığı bir mecra haline gelmeyi başarmıştır. Eğitim kurumlarının da bu platform içerisinde yer alması gelişiminde önem arz etmektedir. Üniversite öğrencilerinin de çoğunlukta olması bu mecranın popülerliğini arttırmış ve hızla yayılmasında fazlaca etkili olmuştur. 2006 yılında ise Eylül ayı itibari ile kullanıcıların herkese açık hale gelmesi yıl sonunda 12 milyon takipçiye ulaşmasına olanak sağlamıştır (Tatlı,2016).

2.4.4. Youtube

Videolar sosyal medya mecralarının vazgeçilmez unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların sahip olduğu düşünceler, ürün/ reklam paylaşımları, online hizmetler bu mecra için oldukça popülerleşmiş içerik çeşitleridir (King, 2012). Youtube video içerik paylaşım kapsamında en çok bilinen ve en popüler uygulama olup kullanıcıların paylaşımlarına yer vermektedir. Paylaşım yapmayan diğer kullanıcıların da video izleme ve yorum yapma hakkı bulunmaktadır (Safko, 2012). Diğer bir tanımlamaya göre, Youtube, milyonlarca kullanıcının özel olarak içerik paylaşabildiği, gönderilerin izlenebildiği ve keşfedilebildiği en popüler online video hizmeti olarak ifade edilmektedir (Jarboe, 2011). Şubat 2005'te, üç eski PayPal çalışanı Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından San Diego Hayvanat Bahçesi'nde çekilen ve Karim'in görüntülediği 19 saniye uzunluğundaki içerik kullanıcılara sunulan ilk video paylaşımı olarak dikkatleri çekmiştir (Jarboe, 2011). 2006 yılında ise Google bu gelişmişliğin öngörüsü ile 1,65 milyar ABD doları ödeyerek platformu satın almış ve Google'ın alt kuruluşu olarak iş bölümü hizmetine aktarmıştır (Safko,2012). YouTube platformu hedef kitlesine ilgi alanlarına yönelik video izleyebileceği ve içerik üretebileceği bir ortam sunmaktadır. Kullanıcılar istedikleri araçlardan video üretme ve paylaşma seçeneğine sahiptirler. Yeni medya kullanımının yanı sıra geleneksel medya kapsamındaki içerikler de paylaşılarak kullanıcılara ayrıcalık tanınmaktadır (Mayfield, 2008).

YouTube tüketicilerine farklı bir etkileşim ağı sunar ve video izlemenin yanı sıra beğeni ve yorum yapma seçeneğini de bulundurur. Kullanıcılar, diğer sosyal medya platformlarında olduğu gibi videoyu beğenme ya da beğenmeme seçeneğine sahiptirler

ve bu şekilde içerikler arasında oylama yapabilmektedirler. Kullanıcılar, video izlenme sayısını görebilmekte ve yapılan yorumları okuyarak kendi fikirlerini de özgürce yazabilmektedirler. Video bağlantısı linkini kopyalayıp diğer mecralarda paylaşma yetisine sahiptirler ve bu durum etkileşimin artmasını sağlamaktadır. Yapay zeka ve belirlenen algoritmalar kullanıcıyı ilgi alanlarına yönlterek kullanıcılar arasında iletişim ağı kurmaktadır (Belanger ve English,2018). İçerik üreticileri videolarını diğer mecralarla rahatça paylaşabilmektedir ve paylaşım butonları sayesinde platform daha yaygın bir hale gelmektedir (King,2012).

2.4.5. Instagram

Modern zamanda en popüler sosyal medya türü olarak karşımıza çıkan Instagram 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından geliştirilerek piyasaya sunulmuştur. Kullanıcılar video, fotoğraf gibi içeriklerini çeşitli filtreler ile düzenleyebilmekte ve bu içerikleri diğer mecralar ile de paylaşabilmektedir (Neher, 2014). Kullanıma başlandığından itibaren popüler olmaya başlayan ve küreselleşmenin de katkısıyla hızla yaygın hale gelen platformda 2018 yılı itibari ile 1 milyardan fazla kullanıcı bulunmaktadır (Cooper, 2018). Kullanıcılar sosyal çevresindeki kişileri ya da istediği kişileri takip ederek etkileşim içerisine girebilmektedirler. Asimetrik bir yapısı olan platformda, kişinin karşısındaki kullanıcıyı takip etme zorunluluğu yoktur. Kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımları kronolojik sıraya göre ana sayfa üzerinde görülmektedir (Hu ve diğerleri, 2014).

Instagram, kullanıcıların takip ettikleri ve ilgilendikleri farklı kullanıcılarla fotoğraf, beğeni ve yorumlarıyla bağlantı kurduğu sosyal bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Instagram, kullanıcıların fotoğraflarının görüntülenebildiği ve anlık takip sağlayabildiği açık bir sosyal ağ olarak ifade edilmektedir. Kullanıcılara yönelik farklı seçenekleri bulunan platformda, kullanıcılar istedikleri kişileri takip edebilir ya da istedikleri kişilere izin verebilirler. Bunun yanında kurum ya da ünlü hesapların erişimi genellikle herkese açık olarak sunulmaktadır. Beğeni, yorum ve iletişim aracı olarak nitelendirilen platformda direkt mesaj atma özelliği de bulunmakla birlikte bu özelliğin kullanımı son derece basit ve pratiktir. Fotoğraf düzenleme ve filtreleme özelliği de kullanıcıları etkisi altına almaktadır (Neher, 2014). Kullanıcılara sunulan hashtag özelliği de etiket kapsamında ilgili konuya yönlendirme görevini üstlenmektedir (Hu, 2014). Instagram platformunun en önemli unsurları arasında fotoğraf odaklı olması yer

almaktadır. Kişisel profil olarak instagram kullanan kişilerin yanı sıra kurum ve markalar da bu platformda paylaşımlarını yaparak hedef kitlesini etkileme çabasına girmektedir (Zimmerman ve Ng,2017). Instagram platformu 2016 yılı içerisinde ‘’story’’ özelliği ile kendini güncellemiş ve kullanıcıların dikkatini çekmeyi başarmıştır. 24 saat boyunca görülen bu özellik bu platformu başka bir boyuta taşımıştır (Carter,2018).

2.4.6. Wikiler

Wikiler, gönüllü uzmanlar tarafından oluşturulan ve herkese açık bir şekilde ücretsiz kullanım sunan bir bilgi platformu olmasıyla sosyal medya uygulamaları arasında önemli bir yere sahiptir. Her türlü bilgiye anında ulaşma farkını ortaya koyması da kullanıcıların wikilere olan ilgisinin artmasında önemli bir unsurdur. Burada paylaşılan bilgiler tamamen katılımcıların gönüllülük esasına göre paylaşılmaktadır ve paylaşılan bu bilgiler sayesinde de wikilerin bilgi datası oluşmaktadır. Girilen bu bilgilerin sürekli olarak güncellenmesi wikilerin daha da değerli bir sosyal mecra haline gelmesine olanak sağlamıştır. Kullanıcıların ortak ve eş zamanlı olarak içeriğe katkı sunması da düzenleme konusunda yardımcı olmaktadır (Kaplan ve Haenlein,2006).

Wiki kavramının oluşmasında Ward Cunningham tarafında ilk kez ortaya atılan wiki konseptinin katkısı söz konusudur. Hawaii dilinde çabuk ya da hızlı anlamında kullanılan wiki kavramı kullanıcılarda içeriklerinin de kolay ve hızlı şekilde oluştuğu yönünde bir izlenim bırakmaktadır (Ebersbach ve diğerleri, 2006). Tarihteki ilk wiki uygulanmasının Cunnigham tarafından 1995 yılında geliştirilen WikiWikiWeb’in oluşmasıyla ortaya çıktığı da ileri sürülmektedir (Safko,2012).

Wikiler üzerine yayınlanan en önemli eser olarak değerlendirilen Leuf ve Cunnigham (2001) eserlerinde wikilerin özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Wikilerin kullanıcılara internet ortamında bir kurulumla ya da yazılıma gerek duymadan web tarayıcısı şeklinde rahatlıkla ulaşabilme erişimi sağladıkları,
- Wikilerin içerik yapısının sayfa ve spesifik konulara göre ayrılarak diğer konular ile ilişkilendirilmesi ve bu ilişkiler arasında bağlantı oluşturabilmesi şeklinde bir katkı sunması,

- Wikilerin kullanıcılarına bilgiye ulaşması ve siteleri ziyaret etmesinin yanısıra, istedikleri ve ilgilendikleri alana yönelik içeriklere de eklenti yapma hakkı sunması son derece önem arz etmektedir.

2.4.7. Podcastler

Modern zamanda podcastlere ilgi gittikçe artmaktadır. Podcastler, kullanıcıların telefon, bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlarla erişim sağlayıp medyadaki haberleri ya da ilgi alanlarına yönelik konuları dinleyip aynı zamanda da dinlediklerini indirebildikleri farklı bir yapıya sahip olan sosyal medya türüdür.

Podcastlerin video içeriği yapısı ile uygulanması vodcast olarak tanımlanmaktadır (Mayfield,2008). Podcast kavramının oluşmasında Apple firmasına yönelik bir izlenimin olduğu ve iPod kavramına atıfta bulunularak oluşturulduğu düşünülmektedir fakat bu bilgi hakkında kesin bir gerçeklik ya da kanıt yoktur. Popüler olmaya başlayan bu uygulamanın giderek daha da geliştiği ve kurumlara da yansıdığı görülmektedir (Lietsala ve Sirkkunen,2008). Podcastler ücretsiz bir platform olduğundan tercih edilmektedir. İçerik oluşturma yapısının da basit ve kullanabilir olması nedeniyle oldukça kolay şekilde popülerleşmiştir.

Podcastlerin spesifik bir hedef kitleye yönelme sürecinde ilgi alanlarına odaklanması kurumların dikkatini çekmekte ve kurumların da podcast mecrasına yönelmesinde etkin rol oynamaktadır. Podcast uygulamaları içeriklerine kullanıcıların yaptığı yorum ve değerlendirmeler kurumlar için önem arz etmektedir. Markalar gelen feedbackler doğrultusunda ürün stratejilerini geliştirmektedirler. Markaya yönelik tutum ve davranışların analiz edilmesiyle hedef kitleye yönelik bazı hedefler geliştirilmekte ve simetrik bir iletişim kurularak kurumun marka imajını geliştirmesine katkı sağlamaktadır (Ryan, 2016).

2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı

Davranışsal alışkanlıklara örnek olarak gösterilebilecek internet kullanımı, online alışverişler, video oyunları gibi farklı davranışlara yöneltilen ilgi her geçen gün daha da artmaktadır. Bu bağımlıklar arasında internetin kullanıcılara zarar verme payının daha yüksek olduğu söylenebilmektedir. Günümüzde kişilerin internete oldukça kolay bir şekilde erişim sağladıkları ifade edilmektedir (Griffiths ve Demetrovics, 2012).

İnternet bağımlılığı kavramı başka bir şekilde ele alınırsa; uygun olmayan internet kullanımı, patolojik internet kullanımı (PİK) olarak ya da çok fazla internet kullanımı şeklinde tanımlanması mümkündür. Bundan dolayı internet bağımlılığı, kişilerde uzun saatler süren internet kullanımı isteğine engel olamaması, internet kullanımı dışındaki vakitlerin değersiz hissedilmesi, online ortamdan uzak olan vakitlerde ise saldırganlık, öfke gibi duygu durumlarının meydana gelerek işlevsellikteki verimliliği düşürmesi, evlilik düzenlerinin ya da aile yaşamının bozulmasına sebep olması gibi belirtiler göstererek karşımıza çıkabilmektedir (Arısoy, 2009). Sözü edilen bağımlılıklar sebebiyle, kişilerin mevcut olan düzenlerinde ve yaşamlarında önemli ölçüde değişiklikler meydana geldiği görülmektedir.

Sosyal medya alışkanlıkları verileri, farklı alışkanlıklarla kıyaslandığında ortak özelliklere sahip olduğu açıktır (Echeburúa ve Corral, 2010). Özetle sosyal medya alışkanlığı; gün içinde en az dört defa, yüksek bir seviyede yani çok fazla zaman harcama ile beraber dijital medya sitelerinin kullanımı olarak da karşımıza çıkmaktadır (Wilson ve diğerleri 2010). Sosyal medya alışkanlıkları incelendiğinde kişisel aitlik düzeylerinin çok fazla olduğu görülmektedir. Karaiskos (2010) tarafından ele alınan çalışmada sosyal medyayı kullanan yaşı olgun kadınlar için bu olgunun, yaşamlarını fazlaca etkilediği bulunmuştur. Kadınların gün içerisinde en az 5 saat olacak şekilde Facebook gibi bir uygulamayı kullanmalarının, günlük yaşamlarında farklılıkların net düzeyde azalmasına sebep olduğu vurgulanmaktadır.

Bütün olarak incelendiğinde, genellikle gençler tarafından sosyal medya kullanımının büyük seviyede arttığı gözlemlenmektedir. Boniel-Nissim tarafından (2015), bu olgu ile gerçekleştirilen araştırmada gençler arasındaki dijital medya iletişiminin kullanımına ait davranışlar incelenmiş ve sosyal medya ağlarının farklı cinsiyetten olan bireyler arasındaki iletişimi daha kolay seviyeye getirdiği gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda bakıldığında genç bireylerdeki sosyal medya kullanma davranışının erkek ve kadınlar arasında bir iletişim rahatlığı sunduğu bulunmuştur.

Şentürk (2017), dijital medya alışkanlığı ile ilgili olduğunu saptadığı altı maddeyi şu şekilde sıralamaktadır:

1. Duygudurumlarının Düzenlenmesi: Bireylerin sosyal medya ağlarını kullanmasıyla birlikte kişisel tecrübeleri ortaya çıkmaktadır. Aynı tecrübelerin farklı alanlarda, farklı duygudurumları olarak meydana gelmesi durumu söz konusudur.
2. Belirginlik Durumu: Herhangi bir davranışın bireyin yaşamı içinde önemli duruma gelmesine bağlı olarak bu davranışın, duygularına ve düşüncelerine yansımaları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin sosyal medya ortamlarında vakit harcamadıkları zamanlarda bile daha sonraki sosyal medya kullanımını düşünmelerine engel olamamaları, bahsedilen duruma örnek olarak verilebilir.
3. Tekrar Etme Durumu: Bireyin kişisel sosyal medya kullanımına son vermek amacıyla çok fazla çaba göstermeleri, ara verilse bile uzun veya kısa bir zamandan sonra tekrardan sosyal medyayı kullanmaya başlaması söz konusudur.
4. Tolerans Gösterme Durumu: Bireyin ruhsal durumu eski zamanlarda tecrübe edindiği olumlu etkileri oluşturmak için sosyal medya kullanımının daha fazla artması şeklinde tanımlanmaktadır.
5. Çatışma Durumu: İnsanların sosyal medya ortamları ile fazla vakit geçirmelerinin sonucunda kendisi ile (intrapşik çatışma) veya çevredeki bireylerle (iş yaşamı, akademik başarıları, insanlar arası çatışma) yaşamış oldukları sorunları anlatmaktadır.
6. Çekilme Durumları: İnsanların sosyal medya ortamlarında paylaşımında olmadıkları zaman hissettikleri olumsuz duygular olarak adlandırılmaktadır.

Sosyal medya platformlarının popüler olması, bu sanal ağlara “bağımlı” hale gelen ve bununla birlikte gerçek yaşamdan ayrılan, ilişkilerinde ciddi problemler yaşayan ve hayatlarında genellikle negatif olan bireylerin sayısında yükseliş meydana gelmesine sebep olmaktadır. Bahsedilen durumun bireylerin ilgi alanlarına dahil olmasıyla beraber dijital medya alışkanlığı literatürde çok fazla konu olmaya başlamıştır (Elphinston ve Noller, 2011).

Dijital medya alışkanlığı, DSM V’te alışkanlık başlığının altında incelenmemektedir. Çok fazla ve kompulsif sosyal medya kullanımının davranışsal bir alışkanlık olduğunu öne süren çalışma olmasına rağmen, zıt yönde olan araştırma da mevcuttur. (Andreassen, 2012).

Dijital medya alışkanlığı terimi, normal olarak kabul gören bir hareketin gereksiz bir patoloji şeklinde kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Buna rağmen kompulsif ve

kontROLSÜZ olarak kullanımının alışkanlık olarak düşünölebileceği araştırmalar da çok fazla önem arz etmektedir. Sosyal medyanın normalden daha çok kullanılması ile alışkanlık arasındaki farkı incelersek, alışkanlıktaki kontROLSÜZLÜK ve kompulsivite kaybının kişinin yaşantısının her alanında olumsuz duygu ve durumlara sebep olduğu, normal seviyedeki kullanımında ise günlük hayatın alışkanlıktaki kadar olumsuz bir şekilde etkilenmediği ifade edilmektedir (Andreassen, 2012; Griffiths, 2010).

Davranışsal alışkanlık araştırmalarının, psikolojik olarak etkilerinin ortaya çıktığı klinik örneklerden çok toplum merkezli araştırmalara dayandığı bilinmektedir (Billieux ve diğerleri, 2015). Bağımlılık kavramı, bu konuyu ele alan birçok araştırmacı tarafından sorunlu sosyal medya kullanımı ve kompulsif sosyal medya kullanımı kavramlarının yerine kullanılmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017).

2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı Özellikleri

Günümüzde sosyal medya kullanımının artması ve sosyal medya kullanımının çok amaçlı olması beraberinde sosyal medya bağımlılığını da getirmektedir. Sosyal medyanın arkadaşlık, iş, eğence, kÖltür gibi daha birçok amaç için kullanabilme özelliği kişilerin sosyal medyada çok fazla zaman geçirmesine neden olmaktadır. Bu durum sosyal medyayı çok fazla kullanan kişilerde çeşitli patolojik sorunlara neden olmaktadır. Bu patolojik sorunlar bir anda ortaya çıkmamakla beraber belirtilerin gözden kaçıırılması durumunda kişinin patolojik sorunların çehresine hızlı bir şekilde girmesine neden olmaktadır (Bilgin, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı baş göstermeden önce kişide çeşitli belirtiler ortaya çıkmaktadır. Bu belirtiler çerçevesinde sosyal medyayı yoğun olarak kullanıma bağlı olarak kişilerde sürekli çevrimiçi olma isteği uyanmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları hem yalnızken hem de sosyal ortamlarda çevrimiçi olma isteklerine karşı koyamamakla beraber yüz yüze iletişimden uzak kalmaktadırlar. Bu sürekli çevrimiçi olma isteği kişilerin günlük yaşam iletişimlerini olumsuz yönde etkilemektedirler (Marwick, 2013).

İnternet veya sosyal medyanın olmadığı durumda yoksunluk hissetmeleri, çabuk öfkelenmeleri, içinde buldukları sosyal ortamla uyum sorunu yaşamaları diğer belirtilerdendir (Albayrak, 2021). Sürekli çevrimiçi olan kullanıcı, bu ortamın engellendiği durumlarda dikkat dağınıklılığı, kaygı veya hayali titreşim denilen çok fazla sosyal medya kullanımına maruz kalmış kişilerin telefona mesaj veya arama gelmeden

de telefonun titrediğini hissettiği durumlar meydana gelmektedir (Altundağ ve Bulut, 2017).

Yaşamının her anını veya kendinin hemen her görüntüsünü paylaşma dürtüsüne kapılan sosyal medya kullanıcılarının bir süre sonra hayatını sosyal medya platformundaki “like” tuşuna göre idame ettirmesi gözden kaçırılmayacak bir durum olmaktadır. Kendi değer yargılarını yok sayan birey paylaştığı fotoğrafının değerini atılan “like” tuşlarına göre yapmakla beraber bu durum kişiyi başkalarına bağımlı hale getirmekte ve beğenilme isteğinin getirisi olarak onay alma dürtüsüne kaptırmaktadır.

Sosyal medyayı aşırı kullanıma bağlı olarak kişide gelişen onay alma dürtüsü kişiyi yargılanmaktan korkma, yargılandığı durumlarda kendini eksik hissettiği sonucuna bağlı olarak kolay öfkelenme, ağlama, üzülme gibi duygulanımların içine sokmaktadır (Aslan, 2020). Bu yargılanma korkusu yüzünden oluşan duygulanımlar sonucu sosyal medya kullanıcıları, bir nevi intikam alma dürtüsüyle diğer sosyal medya kullanıcılarını acımasız eleştirilere, kişilerin hak ve özgürlüklerini ihlal edecek boyutta yargılayabilmektedirler.

Sosyal medyayı sadece bir yargılama alanı olarak gören kişi bu yargılanmalardan daha az etkilenmek için sosyal medyayı bir karşılaştırma alanı görerek kendini, diğer sosyal medya kullanıcılarıyla karşılaştırabilmektedir. Kendini daha ekonomik, sosyal hayatı olan kişilerle karşılaştıran sosyal medya kullanıcıları üzerinde yıkıcı etkiler olabilmektedir. Daha iyi ekonomik ve sosyal hayatı gören kullanıcı, diğer kullanıcıların hayatlarını çok fazla arzu etmekle beraber kendi hayatını değersizleştirmektedir.

2.7. Duygu Düzenleme Kavramı

Duygu kavramı; hisler ve bu hislere has olan biyolojik ve psikolojik haller, düşünceler ve davranışlar eğilimidir (Goleman 1996). Duygu düzenleme “kişilerin yaşadığı duyguları, bu duyguları ne zaman yaşadıkları ve bu duygularla nasıl deneyim edindikleri şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Gross, 1998). Duygu düzenleme; duygusal olaylara verilen tepkilerin, genellikle yoğun ve zamansal özelliklerinin, amaçlara ulaşabilmek için izlenmesinden, değerlendirilmesinden ve süreçlerin değişim gösterilmesinden sorumlu dışsal ve içsel süreçlerden meydana gelmektedir (Thompson, 1994; Gross, 1998). Duyguları açıklamak, deneyim edinmek, modüle etmek ve ifade etmek kabiliyetini açıklayan duygu düzenlemenin uyarlanabilir işlevler için önemli olduğu ifade edilmektedir (Saraiya ve Walsh, 2015).

Duygunun Özellikleri ve İşlevleri

Duyguların özelliklerine baktığımız zaman ilk olarak duyguların insanlardan soyutlanamaması özelliği önümüze gelmektedir (Akçay ve Çoruk, 2012). İnsan var olduğu sürece duyguları da vardı. İnsanların duygulardan bağımsız düşünülmemeyeceği gibi duyguların insan hayatını etkileyen birçok fonksiyona sahip olduğu görülebilmektedir.

Duygular insanlara bir iletişim aracı olarak hizmet etmekle beraber kişilerin iletişiminin başlatılmasını, sürdürülmesini ve sonlandırılmasını etkilemektedir (Dindia, 2003). Duygularını yöneten kişi diğer insanlara ve onların duygularına uyum sağlayarak sağlıklı bir iletişimin önünü açmaktadır. Aksi halde kendini duygularına çok fazla kaptıran ve diğer insanlarla uyum sağlayamayan birey, diğer insanlar tarafından kabul görmeyebilir ve iletişime sağlıklı bir şekilde devam etmeyebilir.

Duygular insanların diğer insanlara ve hayata olan bakış açısını düzenlemekle beraber kişiyi sosyal, psikolojik açıdan çeşitli düşüncelerin ve davranışların etkisine bırakmaktadır (Grewal ve diğerleri; 2006). Duygular kişiden bağımsız ve kendiliğinden gelişerek kişinin davranışlarını etkilemektedir. Kişiyi çeşitli durumlarda rahatsız eden duygular kadar rahatlatıcı duygular da olabilmektedir (Rime, 2007). Rahatlatıcı ve rahatsız eden duygular kişileri farklı tepkilere hazırlamaktadır. Aynı durum kişiyi farklı duyguların etkisine sokabilmektedir. Örneğin heyecan durumu kişiyi rahat durumlarda neşeli bir duygu haline sokarken sonucunun tahmin edilmediği kişiyi rahatsız edecek durumlarda kaygılı veya öfkeli gibi duygu hallerine sokabilmektedir.

Duygular insanların birbirleriyle uyum sağlamasını kolaylaştıran en önemli parametrelerden biri haline gelebilmektedir (Peck, 1956). Bunun altında yatan nedenlerin başında duyguların insanlara gönderdiği mesaj işlevi yatmaktadır. Örneğin mutluluk duygusu insanlara rahatım, güvendeyim veya huzurluyum gibi mesajları gönderirken korku duygusu kişiyi huzurlu değilim, kaçmalıyım veya tehlikedeyim gibi durumların etkisi altına sokabilmektedir.

Duyguların insanlara gönderdiği mesaj işlevi kişide bazı durumlara yol açmaktadır. Örneğin kaygı veya korku gibi duygular kişinin hem mental sağlığı hem de fizyolojik sağlığı üzerinde etkili olurken kişinin bu gibi duygulara çok fazla maruz kalması kişide birçok hastalığa yol açabilmektedir.

Duygu düzenleme durumu, bireyin ait olduğu duyguları ve bu duygulara ne zaman sahip olduğunu göstermekte ve bununla birlikte bu duyguları nasıl tecrübe edindiğini veya açıkladığını anlatmaktadır (Gross, 2014). Buna benzeyen amaçlar genellikle

otomatik ya da kontrollü, bilinçli ya da bilinçsiz şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte duygu düzenleme olgusu, kişilerin hangi duygulara ne zaman sahip olduklarını, onları nasıl tecrübe edindiklerini ve açıkladıklarını etkilediği bir dizi farklı stratejiyi belirtmektedir. Duygu kavramı, mevcut alternatif seçeneklerin değerlendirilmesiyle, bir tercihin değerlendirilmesiyle farklı sonuçlardan başlayarak kararlarımızı ne şekilde etkilediğini açıklamaktadır (Grecucci ve Sanfey, 2014). Sonuç olarak duygu düzenleme durumu, duyguların farklı bir şeyi nasıl etkilediği değil (duygularla düzenleme), duyguların nasıl değiştiği (duyguların düzenlenmesi) ile ilgilidir. Bu şekilde açıklanan farklı faaliyetler duygu düzenleyici olarak belirtilmektedir. Örnek olarak patronunuza sinirli olduğunuzda yastığınıza vurma, üzüldüğünüzde bir arkadaşınızla konuşma sayılabilmektedir (Gross, 2014).

Duygular ve duyguların düzenlenmesi ile ilgili farklı varsayımlar mevcuttur. Sözü edilen bu varsayımlardan birincisi, duygu düzenleme hem pozitif hem de negatif duyguları etkilemekte (Parrott, 1993) ve mevcut duygusal uyarılmanın aşamalarını azaltmayı, arttırmayı ya da basit bir şekilde korumayı kapsamaktadır. Sonuç olarak duygu düzenleme genel anlamda duygu durumlarının değerlerini değiştirmek yerine duygu dinamiklerini değiştirmek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte duygu düzenlemenin duygusal bir tepkinin yoğunluğunu, yükselişini (yani gecikme ve yükselme süresini) değiştirebileceği ya da iyileştirebileceği ifade edilmektedir. Duygu düzenleme durumu belirli olaylarda, bireyin duygusal olgularına bağlı olarak, duygusal olgunun değişkenliğini ya da aralığını azaltıp arttırabilmektedir. (Thompson ve Goodvin, 2007). Duygusal anlamda iyi seviyede düzenlenmiş çocuklar duyguları ne kadar süre ya da ne kadar derin hissettiklerini değiştirebilmekte ya da negatif duyguları doğrudan mutlulukla değiştirmek yerine duygu durumlarındaki yaşanan dalgalanmaları yönetebilmektedirler. Olumlu ve olumsuz duyguların her biri duygu düzenleme olgularının hedefleri olarak gösterilmektedir. Küçük çocuklar bile, mesela, resmi sosyal durumlarda gerektiğinde coşkularını nasıl azaltabileceklerini veya huzursuz duyguları sağlamak amacıyla üzüntü duygularını nasıl ve ne derece vurgulayacaklarını öğrenmişlerdir.

İkinci varsayım, duygu düzenleme amaçlarının kişinin yaşadığı duruma göre değişkenlik göstermesidir. Duygu düzenleme durumları için “en ideali bu olarak karşımıza çıkmaktadır” veya “en uygunsuz şekli budur” demek doğru değildir. Tam tersi, duygu düzenleme olgularının etkinliği, kişinin yaşadığı duruma göre amaçladıkları bağlamında belirtilmektedir. Sözü edilen işlevselci yönelim, gelişimsel analiz amacıyla

çok önemlidir, çünkü küçük bir çocuğun yaşadığı duyguları yönetme amaçları bir yetişkin bireyden daha farklı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuk bireyin her davranışı duygusal anlamda düzenleyici faaliyetlerini kapsamaktadır (Thompson ve Goodvin, 2007).

Üçüncü varsayım ise duygu düzenleme olguları sadece kendi kendini düzenlemek gibi kapasitelerinin geliştirilmesiyle olmamakta, bununla birlikte duygu teriminin başkaları tarafından yönetebilmesi ile de mümkün olabilmektedir. Bu durum, küçük bebeklerin uyarılmalarını kontrol etmek amacıyla bakıcı bireylere bağımlı olduğu yaşamın en erken döneminde olsa da duygu durumlarının sosyal yönetimi, yetişkin kişilerin konfor, duygu koçluğu ve sempatik bir kulak için başka kişilere güvenmek için ömür boyu devam eden bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte sosyal etkiler, duygu yönetimi için mevcut kapasitelerin sosyalleşme yaşaması, kültürel değerlerin uygun olması ve duygusallıktaki cinsiyet değişikliklerinin teşvik edilmesi duygu düzenleme durumlarının gelişimsel bir süreçte büyüme göstermesinin önemli bir özelliği olarak öne sürülmektedir (Thompson ve Meyer, 2007).

Sonuç olarak, duygusal durumlara tepkilerin değişiklik göstermesi duygu düzenlemenin temel özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır, fakat önemli olan tek etmen bu olmamaktadır. İşlevsel bir yönelim ile uyumlu olmak, küçük bireylerin, duygusal kendini izleme süreçleri ve duygu durumlarını duygusal davranışlar için bireysel ve sosyal standartlar ışığında değerlendirme faaliyetlerini geliştirmeleri ile de duygu yönetiminin temel özellikleri olarak belirtilmektedir (Saarni, 1999). Bununla birlikte duygu düzenleme durumu, çocuk bireylerin duygularını ve anlamlarını geliştirmesiyle uyumlu hale gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Örneğin, yeni yürümeye başlayan çocuklar duygusal tecrübelerinin kişiselliğini ve duyguların tatmin edici ya da hayal kırıklığı yaşamış gibi farklı zihinsel olaylarla nasıl uyumlu olduğunu anlamaya başlama sürecine girmektedirler (Thompson ve Lagattuta, 2006). Yeni yürümeyi öğrenen çocuklar başkalarıyla olan duygu durumları ile ilgili konuşmaya başlamaktadır ve bu diyaloglardan duyguların nedenleri ve bunlarla ilgili sonuçları hakkında daha çok bilgi öğrenmektedirler. Gelişim gösteren bu kavramsal ve dilsel olgular, duygu düzenleme kabiliyetlerinin gelişimine büyük katkıda bulunmaktadır. Bahsedilen bu süreç küçük çocukların, hissettikleri duyguları nasıl daha iyi anlamalarını, duygusal kişisel olguları yönlendiren sosyal oluşumları ve duygularını nasıl yönetmeleri gerektiğini anlamalarını ifade etmektedir (Thompson ve Goodvin, 2007).

Varsayımlar bir bütün olarak ele alındığında, duygu düzenleme olgusunun bu maddeleri, duygusal bireysel kontrol faaliyetlerinin geliştirilmesine çok yönlü katkıları söz konusudur. Meydana gelen duygu yönetimlerinin stratejilerinin sosyal tecrübe edinimleri ve kültürden ne derece etkilendiğini ve psikolojik olarak anlayış, dil ve duygusal kişisel farkındalık ile nasıl ortaya çıktığı anlatılmaktadır. Bahsedilen bu olgular, duygu düzenleme durumu ile benzerlik göstermese de küçük bireylerin sosyal durumlardaki duygusal görüntülerini yönetme durumlarını geliştirmelerine de katkı göstermektedir. Duygu düzenleme durumu, duygusal uyarılma konusunu yönetmeyi hedeflerken, görüntüleme kuralları bireyin duygularını etkilemeden kaydedebildiğini ortaya koymuştur (örneğin, beğenmediği bir hediyede sevinç göstermek gibi). Duygu düzenleme durumu gelişim evresinde çok önemlidir, bununla birlikte duygusal gösterimleri yönetebilme faaliyetleri, özellikle okul öncesi yılların sonlarına kadar meydana gelmezken, duygu düzenleme durumları açısından bakıldığında kapasitelerinin daha erken yaşlarda gelişmeye başladıkları görülmüştür (Thompson ve Lagattuta, 2006).

2.7.1. Duygu Düzenleme Gelişimi

Duygu terimlerinde hangi olguların değiştiği ele alındığında, duygusal gelişimlerin sosyal, bilişsel ve biyolojik alanlarda önemli ilerlemeler gösterdikleri karşımıza çıkmaktadır. Örnek olarak, duygusal tecrübeler sosyal olgulardan ve sosyal tecrübelerden daha fazla önem arz etmekle birlikte onlara anlam sağlamaktadır. Bilişsel gelişim çocuklara sosyal olarak duygusal işleyişin nedenleri, sonuçları ve genel doğası ile ilgili çok iyi bir anlayış ifade eden bilişsel karışıklığı artırarak sosyal ve duygusal gelişim üzerindeki etkilerini göstermek olarak ifade edilmektedir. Biyolojik gelişme olgusu; sosyal, bilişsel ve duygusal gelişimlerin meydana gelmesi amacıyla ortam hazırlamaktadır (Zeman ve diğerleri, 2006).

Duygu düzenleme olgusunun evreleri, insanlar duygusal öz-yeterlik kazanmak için psikolojik olarak çok karmaşık ve bağlamsal olarak hassas araç gereçler elde ettikçe erken yetişkinliğe kadar dayanmaktadır (Saarni, 1999). Bu zaman zarfında ve genellikle bebeklik ve çocukluk dönemlerinde duygu düzenleme evrelerinin gelişimleri aşağıdaki şekilde ele alınmaktadır (Thompson, 1994):

1. Çocuklar kişisel duygu durumlarını yönetebilmek amacıyla zamanla yükselen sorumlulukları ele alırken başka insanlar tarafından düzenlemeden, kendi kendine başlatılan duygu düzenleme gibi doğru gelişim göstermektedir.
2. Duygu düzenleme durumlarının faaliyetlerinin elde dilmesinde genişlik, karışıklık ve esnekliğin yükseltilmesi; çocuklar, stratejileri bağlamsal olarak uygun durumlarda kullanmak, etkisiz faaliyetler için etkili stratejilerle yer değiştirmek ve duygu durumlarını yönetmek amacıyla daha fazla strateji kullanmak gibi becerisine sahip olmaktadır.
3. Bir bütün olarak ele alındığında bazı düzenleyici faaliyetler uygulanması sonucunda (örneğin, olumsuz etki yaratan durumlardan kaçma), duygu düzenleme durumuyla ilgili stratejilerin kullanımının artmaya başlamasıdır (örneğin, korkuyu yönetmek).
4. Çocuklar sosyal ilişkileri yönlendirmek, bilişsel verimliliği yükseltmek, kişisel saygısını elde etmek ve farklı psikolojik olarak karışık amaçları elde etmek için duygularını daha çok düzenlemeyi temel edindikçe, duygu düzenlemenin altında yer edinen sosyal ve bireysel amaçlarda ortaya çıkan duygu karışıklığı.
5. Kişiler duygu durumlarını bastırmak, bunlardan kaçınmak, ifade etmek veya bireysellik arttıkça ve pekiştirildikçe, farklı duygu düzenleme faaliyetlerini benimsediğinde, duygu durumlarını düzenleme amaçları, stratejileri ve genel duygu düzenleme kabiletlerinde kişisel farklılıkların meydana gelmesi ve duygu düzenleme faaliyetlerinin çok daha düzenli bir düzeyde elde edilmesi.
6. Dikkat kontrolü gibi, dil ve stratejik işleyiş olarak karşılaşılan farklı gelişim gösteren kabiliyetlerin duygu düzenleme durumuna eklenmesi.

Duygu durumlarının kavranması, gelişimsel evrelerden biri olarak ele alınmaktadır. Duygular, zihni işlevlere (Bebko ve diğerleri, 2011), hafızaya (Gross, 2002) ve iyi olma durumlarına (Kotsou ve diğerleri, 2011) etki gösteren günlük yaşamın en önemli parçalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireysel farklılıklar ele alındığında erken çocukluk dönemlerinde tüm bebeklerin duygularını dışa yansıtma yoğunluğunu ve sıklığının birbirinden farklı özellikler gösterdiği görülür. Bahsedilen durumun temelinde 2 etmen yatmaktadır. Birincisi, biyolojik özellikler ya da mizaç ana şahsiyet özelliklerinin, eğilim göstermeleri ve bazı duygusal olguların kişisel sınırlarının tespitinde meydana gelen bir parça olarak ele alınmaktadır (Carre ve diğerleri, 2012). Mizaç, kişinin toplumsal evresinde gelişim göstermesine etki göstermektedir. Örneğin

çocuğun hızlı bir şekilde sinirlenmesi, kavgaya meyilli olması veya sıkça gülmesi, diğer kişilerin reaksiyonlarının biçimlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Kaul ve arkadaşları (Kaul ve diğerleri, 2019) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, aile veya bakım gösterenlerin, bebeklerin negatif duygularına gösterdiği tepkinin, bebeklerin mizaç özellikleri ile ilgili olduğunu ifade etmektedirler.

İkinci varsayım ise, çocukluk evresinde duygusal anlamda elde edilmiş tecrübelerin, sosyal yaşamda duygu durumların nasıl ifade edileceği ve bunların nasıl düzenleneceği ile ilgili önemli durumlar söz konusudur (Campos ve diğerleri, 2011). Bebekler duygu durumlarını gösterdiklerinde ailelerinin ya da bakım veren bireylerin onların duygu durumlarına verdikleri cevaplar, bebeklerin duygu düzenleme gibi durumlarının gelişim göstermesinde ve bağlanma durumlarının şekillenmesinde önemli şekilde etkili olduğu belirtilmektedir (Cunningham ve diğerleri, 2009).

Yaşamın ilk evresinde duyguların düzenlenmesi ile ilgili değişiklikler ve kontrol altına alınmasında yaşanan güçlükler net bir şekilde açıklanmaktadır. Bebeklerde, genellikle tepkisel veya duygusal olarak motor tepkileri meydana gelmektedir. 2 yaşına gelene kadar bebekler, sakinleşmek için ebeveynlerine veya bakım gösteren bireylere ihtiyaç duymaktadır. Küçük bireylerin duygu düzenleme durumları için değişik yöntemler kullanmaları söz konusudur. Örnek olarak parmak emme gibi davranış gösteren durumlar 5 ila 10 ay arasındaki evrede yaşanmaktadır. Bununla birlikte kimi zaman duygu düzenleme konusunda seçilen yol önümüzdeki zamanlarda tercih edilebilmektedir (Altun ve diğerleri, 2010). Dikkat odağının başka nesnelere kaydırılması da bebeklerde görülen duygu durumlarının düzenlenmesi konusunda önemli bir yere sahiptir (Crockenberg ve Leekers, 2004).

Duygu durumlarının evreleri toplumsal gelişme sürecinde çok önemlidir, bununla birlikte entelektüel gelişimde de önemli bir rol oynamaktadır (Asadi ve diğerleri Maghami 2014). Sonuç olarak, mantıksal düşünme evresinde de sorunlar görülmektedir (Kim ve Cicchetti, 2010). Duyguların, tecrübelerin pozitif veya negatif olarak algılanması konusunda etkili olduğu bilinmektedir. Bu konudaki tepkiler, psikopatolojik bir olgunun meydana gelmesine sebep olmaktadır. Bununla birlikte, duyguların nasıl düzenlendiği konusunu ele almak, psikopatolojik olgunun anlaşılmasının yanında, genellikle tedavi sürecinde de önemli role sahiptir.

2.7.2. Duygu Düzenleme Kuramları

Gratz ve Roemer'e (2004) göre, yaşanan duyguların farkında olmanın ve duyguları anlayabilmenin duygu düzenleme süreci kapsamında önemli bir etkisi söz konusudur. Bu yaklaşım göz önüne alındığında, duygu düzenleme şu şekilde gerçekleşmektedir:

- Duyguların fark edilmesi ve algı boyutu,
- Kişinin duygularını kabul etme eğilimi,
- Kişinin duygu düzenlemeye yönelik stratejilerini geliştirmesi,
- İstenmeyen duygular ile temas halinde bulunduğu süre kapsamında dürtünün kontrol altına alınması ve duyguları istenen yöne doğru sergileme yeteneğinin kullanılması.

Koole'nin yaklaşımı ele alındığında, duyguların düzenlenmesindeki süreç hem hissedilen hem de daha önce hissedilmiş olan duyguların genel bir düzenlemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda birey, hissi reaksiyonu yeniden biçimlendirmek amacıyla dikkatini davranışsal ile bilişsel reaksiyonlara odaklandırarak etkin bir vaziyet haline bürünmek zorundadır. Bireylerin ilk hissi reaksiyonları duygusal olarak hassasiyet gösterir; sonrasında ise hissi reaksiyonlarının da duyguları düzenlediği bilinmektedir. Bu model kapsamında önemli olan unsur bireylerin hislerini düzenleme noktasında yaşanan sorunlar olarak ele alınmaktadır. Duygulardan uzaklaşmak istedikleri halde istenmeyen hisler yaşayan bireylerin psikopatolojik sorunlar ile karşı karşıya kalmalarını vurgulamaktadır (Koole, 2009). Koole ve Rothermund (2011), duygu düzenlemede kişilerin verdiği ilk hissi tepkilerin denge unsuru olarak fonksiyonel olduğunu öne sürmektedirler. His düzenlemesini temel olarak fonksiyonsuzlaştıran hususun da duygusal tepkiden önce temelde duyumsanan öteki hislerin hassas bir şekilde fark edilmesiyle gerçekleştiğini ifade etmektedirler.

Gross (1998) duygu düzenleme yaklaşımının önemli sürecinde üretimi vurgulamaktadır. Duyguların önce i ve dış uyarıcılar temelinde oluştuğunu ve sonrasında tecrübe olarak değerlendirildiğini ifade etmektedir. Bundan sonraki aşamada ise ruhsal ve davranışsal reaksiyonların oluştuğunu  ne sürmektedir. Gross (2002) süreç modeli kapsamında duygu düzenleme stratejilerini şu şekilde ele almaktadır:

- **Ön süreç odaklı duygu düzenleme stratejisi:** Bu strateji sürecinde davranışların sonuca erişmesi önemli rol oynamaktadır ve hislerin reaksiyon eğiliminin oluşmasının son aşamasında kullanıldığı söz konusudur. Bireylerin belli bir duygu sürecinin değerlendirme aşamasında duygunun düzenlenme isteği ile tepkilere karşı duyarlı olması sağlanabilir (Gross ve Munoz,1995).
- **Tepki odaklı duygu düzenleme stratejisi:** Bu süreç, hissi reaksiyon sürecinden ve hislerin ortaya çıkmasının ardından kullanılmaktadır. Hisler, henüz etkindir ve bireysel reaksiyon eğilimi düzenlenmektedir. Örneğin, korku gibi bir duygu hissedildiğinde, olumsuz olmasına karşın gülme gibi olumlu duyguların varlığı gerçek olmayan bir reaksiyonun arkasına gizlenilerek gerçek his aksettirilmemektedir (Gross ve Munoz, 1995). Yaşanan olumsuz hislerin ruhsal ve toplumsal manada olumsuz tesirlerini azaltmak üzere farklı gevşeme egzersizleri yapılarak alkol ve sigara gibi maddeleri kullanmak, çok fazla yemek yemek tepki değiştirme tekniklerindedir (Gross, 1999).

Gerçekleştirilen çalışmalar, ön süreç odaklı stratejilerin, tepki odaklı stratejilere oranla daha uyumlu ve fonksiyonel olduğunu ortaya koymaktadır. Gross yukarıdaki stratejilerin özünde bulunan 5 adet duygu düzenleme stratejisinin bulunduğunu da belirtmiştir. Bu stratejiler şöyledir: Durum seçme, durum değiştirme, dikkatte yayılma, bilişsel değişim ve tepki düzenlemedir. “Durum seçme, değiştirme, dikkatte yayılma, bilişsel yeniden yapılandırma ön süreç odaklı stratejilerde yer alırken; davranış düzenleme, tepki odaklı stratejiler grubunda yer almaktadır.” (Gross ve Thompson, 2006).

- **Durum seçme:** Bu süreç, bireyin beklenen veya beklenmedik bir duruma bağlı olarak ortaya koyduğu duygulara göre bir durumu tercih etmesi veya durumdan kaçınmasıdır. Yaşanan kötü bir olaydan sonra yaşanabilecek iyi şeylerden kaçınmak bu duruma örnektir. Durum seçme stratejisini doğru bir biçimde kullanmanın önünde bazı engellerin bulunduğu bilim adamlarınca ifade edilmiştir. Kimi hatıraların hislerini hatırlarken veya daha yaşanmamış hisleri tahmin ederkenki kimi çarpıtmalar bunun etkili olarak kullanılmasının önünde engeldir. Bir başka engelse bireylerin hislerini düzenleme konusunda o an için önemli gördüğü faydayı seçerek uzun süredeki zararları görmeme davranışdır. Mesela, çekingen kişiliğe sahip olan bir öğrencinin derse dahil olmaması kısa sürede ona

kendini iyi hissettirirken uzun vadede derslerinde başarısız olmasına yol açmaktadır (Gross ve Thompson, 2006).

- **Durum değiştirme:** Bireyin bir hadiseyi veya durumu arzu ettiği bir hissi reaksiyona veya gereksinime dönük olarak değiştirmesi veya yeniden biçimlendirmesidir. Bu süreç boyunca önemli olan husus, gerçekteleşen değişimin işsel değil dışsal ya da çevresel değişiklikler ile gerçekteleşmesidir. Durum değiştirme sürecinde odaklanılan nokta yeni ve kişinin içinde bulunduğu durumdan daha farklı bir durum aramak üzerine bir gayret gösterme çabasıdır (Gross ve Thompson, 2006).
- **Dikkatte yayılma:** Kişinin bir durum karşında nasıl bir şey ile karşılaşmayı beklemesinin yanı sıra kendine yönelmeyi sağlayan süreci de ifade etmektedir ve bu durum içselleştirme olarak değerlendirilebilmektedir. Yoğunlaştırma ve dikkat dağıtma olarak farklı şekillerde ele alınmaktadır. Bireyin dikkat süreci kapsamında durumun farklı yönlerine odaklanmasını ya da dikkatleri dağıtmasını içermektedir (Gross,2006).
- **Bilişsel değişim:** Bireyin durum ya da olayla ilgili yeni bir yorumlama yapmasını ve olayın önemini tekrar değerlendirerek fikirlerin yeniden inşa edilmesini veya değiştirmesini ele almaktadır. Bundan dolayı birey durumu becerme kapsamında daha etkin role bürünmektedir (Gross,2006).
- **Tepki düzenleme:** Tepki düzenleme stratejisi duyguları düzenleme sürecinde son basamak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin deneyimsel, ruhsal ve reaksiyonel olarak kendilerini keşfetmesi olarak nitelendirilmektedir (Daşçı,2015). Olumsuz duygulardan kaçınmak için alkol ve sigaradan uzak durmak gerekmektedir; ayrıca yoga gibi gevşeme alanlara yönelerek ruhsal huzura kavuşma teknikleri denenmelidir (Gross,1999).

2.8. İlgili Araştırmalar

Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerileri Bir Arada Ele Alan Yurtiçinde ve Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri bir arada ele alan ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Önce yurtdışında ve sonra yurtiçinde yapılmış olan çalışmalardan bahsedilecektir.

Spada ve diğerleri (2017) tarafından İtalya'da bir ortaokulda 380 ergen bireyle yapılan çalışmanın sonucuna göre sorunlu internet kullanımı ile duygu düzenleme becerileri arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki olduğunu, sorunlu internet kullanımı arttıkça duygu düzenleme becerilerinde azalma olduğunu saptamışlardır. Fakat duygu düzenleme becerileri ile üst biliş arasında anlamlı bir ilişki olmadığını saptamışlardır.

Estevez ve diğerleri (2017) İspanya'da yaşayan yaşları 13 ile 21 arasında olan 208 erkek 222 kadın toplam 472 ergen ve gelişmekte olan yetişkinlerle yaptıkları çalışmada duygusal düzenleme becerileri ve bağlanma stilleri ile madde(uyuşturucu, alkol kullanımı) ve madde dışı bağımlılıklar (sosyal medya-internet bağımlılığı, video oyunları bağımlılığı) arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda duygu düzenleme becerileri ile sosyal medya-internet bağımlılığı arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki olduğunu saptamışlardır.

Salek Ebrahimi ve diğerleri (2019) tarafından Shahid Beheshti Tıp Fakültesi öğrencileriyle yapılan çalışmanın örneklemi 96 kişiden oluşmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre internet bağımlılığı ile duygu düzenleme becerileri arasında olumlu yönde anlamlı farklılaşma olduğu yani; öğrencilerin internet bağımlılığı arttıkça duygu düzenleme becerilerinde azalma olduğu saptanmıştır.

Amendola ve diğerleri (2019), İtalya'da lise öğrenimi görmekte olan, yaşları 11 ile 18 arasında olan 137 kız 143 erkek toplam 280 öğrenci ile yaptıkları çalışmalarında teknolojinin işlevsiz kullanılması ve duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre teknolojinin işlevsiz kullanılması ile duygu düzenleme becerileri puanlarının düşük olması arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. Ayrıca duygu düzenleme becerileri düzensizliği fazla olan ergenlerin gelişen teknolojileri problemliler olarak kullanma ihtimallerinin oldukça yüksek olduğu sonucunu saptamışlardır.

Gioia ve diğerkleri (2019) 312 erkek ve 381 kız toplam 693 ergen ile yaptıkları, duyu düzenleme bozukluğu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi cinsiyet değışkenine göre inceledikleri çalışmada kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre duyu düzenleme becerilerinde daha fazla zorlanıyor olmasına rağmen sosyal medya bağımlılığının erkek öğrencilere göre daha düşük olduğunu saptamışlardır.

Marino ve diğerklerinin (2020), İtalya’da 339 kız 422 erkek toplam 761 ergen bireyle yaptıkları çalışmalarında duyu düzenleme becerilerindeki güçlükler ile sorunlu sosyal medya kullanımı arasında doğrudan ya da dolaylı olarak anlamlı bir ilişki olduğunu saptamışlardır.

Wartberg ve diğerkleri (2021) 10 ve 17 yaş aralığında toplam 1221 çocuk ve ergenle yaptıkları çalışmada sorunlu sosyal medya kullanımı ile duyu düzenleme becerilerinin farklı yönleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda çocukların ergenlere göre sorunlu sosyal medya kullanımı ile duyu düzenleme becerilerinin farklı yönleri (algılanan stres, erteleme) arasında daha yüksek pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır.

Yıldız (2017), yaşları 14 ile 19 arasında olan 130 erkek öğrenci 132 kız öğrenci toplam 262 öğrenci ile yaptığı çalışmasında ergenlerdeki duyu düzenleme becerileri ile internet bağımlılığı düzeyi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın sonucuna göre duyu düzenleme alt boyutlarında içsel işlevsel duyu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duyu düzenleme, dışsal işlevsel olmayan duyu düzenleme ile internet ve akıllı telefon kullanma bağımlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Söner ve diğerkleri (2018), Adıyaman ilinde 172 erkek ve 160 kız toplam 332 lise öğrencisiyle yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi olma düzeyi arasında istatistiksel olarak olumsuz yönde anlamlı bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Sosyal medya bağımlılığı ile duyu düzenleme becerileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Özdemir (2019)’in üniversite okuyan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığını çalıştığı araştırmasındaki değışkenlerden biri de duyu düzenleme alt boyutudur. Araştırmanın örneklem grubunu 242 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile duyu durumu düzenleme alt boyutu arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Erdem (2019), 162 erkek 148 kadın toplam 310 lise öğrencisinden oluşan çalışmasının sonucunda sosyal medya bağımlılık düzeyinin öğrencilerin duygu düzenleme becerilerini olumsuz olarak etkilediği sonucunu saptamıştır.

Çolak (2020), 428 lise öğrencisiyle yaptığı çalışmada araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunun sosyal medya bağımlısı olmadığı sonucunu saptamıştır. Fakat öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark saptamıştır. Yine katılımcıların en fazla duygu düzenleme becerileri içsel işlevsel alt boyutunu kullandıklarını saptamıştır. Bir diğer sonuç, öğrencilerin cinsiyetleri ile duygu düzenleme içsel işlevsel olmayan alt boyut ve duygu düzenleme dışsal işlevsel alt boyut arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılaşma olduğunu saptamıştır. Öğrencilerin yaşları ile duygu düzenleme becerisi dışsal işlevsel olmayan alt boyut ilişkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılaşma olduğunu saptamıştır. Öğrencilerin gelir durumlarının duygu düzenleme becerilerini etkilemediğini sonucunu saptamıştır.

Ateş ve diğerleri (2021) tarafından 420 kız ve 318 erkek toplam 738 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada internet bağımlılığı ile duygu düzenleme becerileri arasında istatistiksel olarak olumsuz yönde anlamlı bir farklılık olduğu sonucunu saptamışlardır. Başka bir deyişle kişilerin internet bağımlılığı azaldıkça duygu düzenleme becerilerinde artış olduğunu saptamışlardır.

Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Yurtiçi ve Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Bu bölümde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Önce yurtdışında ve sonra yurtiçinde yapılmış olan çalışmalardan bahsedilecektir.

Yang ve diğerleri (2007), Tayvan'da 1708 ergen bireyle yaptıkları çalışmalarında internet bağımlısı olan ergenler ile olmayan ergenler arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. 8 maddeden oluşan internet bağımlılığı ölçeğinden elde edilen sonuçlara göre örneklem grubundaki 236 ergenin internet bağımlısı olduğu sonucunu saptamışlardır. Araştırmaya göre internet bağımlılığı düzeyi fazla olan ergen bireylerin internet bağımlılığı düzeyi fazla olmayan ergen bireylere göre gün içerisinde iki kat fazla internete zaman harcadıkları saptanmıştır. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre internet bağımlılığı düzeyi az olan ergen bireylerin internet bağımlılığı düzeyi az olmayan ergen bireylere göre aileyle olan ilişkilerinde, gün içerisindeki etkinliklerinde ve okul başarılarında daha pozitif yaşamlarının olduğu saptanmıştır.

Law ve diğerleri (2010) Batı Kanada 'da yaşayan 10-18 yaşlarındaki 451 kadın 282 erkek toplam 733 ergenle yapılan çalışmada anne-baba davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda anne-baba davranışlarındaki ergene olan baskı, otorite arttıkça ergenlerin sosyal medya bağımlısı olma eğilimlerinde de artış olduğunu saptamışlardır.

Junco ve ark. (2012), 2368 ergene 19 maddelik ölçek kullanarak yaptıkları çalışmada Facebook etkinliklerine dahil olma ve Facebook kullanım sıklığı ile öğrencilerin derslerinde aktif olmaları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda sosyal medya platformlarında (Facebook) daha aktif olan ergenlerin derslerine dahil olma becerilerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

Folaranmi (2013) Nijerya Üniversitesinde öğrenim görmekte olan 1000 öğrenci ile yaptığı çalışmada Facebook bağımlılığını araştırmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin genel olarak sosyal medya bağımlılığı düzeyinin düşük olduğu saptanmıştır. Fakat bu durumun Nijerya'da internet erişiminin genel olarak düşük olmasından kaynaklı olabileceğini belirtmiştir. Öğrencilerin sosyal medya platformlarını daha çok yeni kişilerle tanışmak ve muhabbet etmek amacıyla kullandığı belirtmiştir. Devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin özel üniversitede öğrenim gören öğrencilere göre sosyal medya bağımlılığı düzeyinin daha düşük olduğunu saptamıştır.

Floros ve diğerleri (2013)'nın ergenlerin internet bağımlılığı ile sosyal medya oluşturma nedenleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmalarını Yunanistan'da büyük bir lisede 1971 öğrencinin katılımıyla yapmışlardır. Araştırmalarının sonucunda ergenlerin sosyal medya oluşturma nedenlerinin arttıkça internet bağımlılıklarının da arttığını saptamışlardır.

Mingle ve diğerleri (2015) Batı Afrika'da bir ülke olan Gana'da lise öğrencilerinin sosyal medya platformları bağımlılığı ile en çok ilgi gören sosyal medya platformları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda ergenlerin sosyal medya platformlarından en çok WhatsApp ve Facebook'a rağbet gösterdiklerini ve bu platformları en çok muhabbet etmek ve yeni arkadaşlar edinebilmek amacıyla kullandıklarını saptamışlardır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarısını olumsuz olarak yordadığını saptamışlardır.

Blachino ve diğerleri (2015)'nin Facebook (sosyal medya) bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi araştırmak için Facebook kullanan 672 katılımcı ile yaptıkları çalışmanın sonucunda depresyonun Facebook (sosyal medya) bağımlılığının olumlu yönde anlamlı yordayıcısı olduğunu saptamışlardır.

Khattak ve diğeri (2017) Peşaver şehrindeki farklı lise ve üniversitedeki 200 öğrenci ile yaptıkları çalışmalarında sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile depresyon arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır.

Hawi ve diğeri (2017) üniversite öğrencilerinden oluşturdukları çalışma grubuyla öğrencilerin benlik saygısı ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında olumsuz bir ilişki olduğunu saptamışlardır.

Banyai ve diğeri (2017) tarafından Macaristan'da 15-22 yaş aralığında toplam 5961 ergen bireyle yapılan çalışmanın sonucuna göre düşük benlik saygısı ile depresyon arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin düşük benlik saygısı-depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Assunçao ve diğeri (2017) Portekiz'in kuzeyinde yaşamakta olan 761 ergenle yaptıkları çalışmalarında anne-babaya bağlanma problemi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma problemi arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. Sosyal medya bağımlılığı ile anne baba bağlanma problemini cinsiyet değişkenine göre incelediklerinde ise erkek öğrencilerde kız öğrencilere göre daha yüksek bağlanma problemi ve dolayısıyla daha yüksek sosyal medya bağımlılığı olduğunu saptamışlardır.

Yousaf ve diğeri (2021) Pakistan'da 229 kız 121 erkek toplam 350 üniversite öğrencisine yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile bağlanma stillerinde benlik saygısının etkisini araştırmışlardır. Sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan öğrencilerin benlik saygısının düşük olduğu ve güvensiz bağlandığı sonucunu saptamışlardır. Sosyal medya bağımlılığı düzeyi düşük olan öğrencilerin ise benlik saygısının yüksek olduğunu ve güvenli bağlandığını saptamışlardır.

Dalvi-Esfahani ve diğeri (2021), 15 ile 18 yaş aralığındaki 249 erkek öğrenci 343 kız öğrenci toplam 592 ergen bireyle yaptıkları çalışmada perspektif almanın ve empatik şekilde endişe duymanın sosyal medya bağımlılığı düzeyine etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda ergenlerin perspektif almalarının ve empatik şekilde endişe duymalarının sosyal medya bağımlılığı düzeyini negatif şekilde yordadığını saptamışlardır. Bir diğer sonuç ise sosyal medya bağımlılığı düzeyinin yüksek gelir seviyesine sahip olan öğrencilerde düşük gelir seviyesine sahip olan öğrencilere göre daha az olduğudur.

Taylan ve diğeri (2015), Sakarya ilinde 190 lise öğrencisi ve 229 ortaokul öğrencisi toplam 419 öğrenciye yaptıkları internet bağımlılığı araştırmalarında öğrencilerin büyük çoğunluğunun her gün internet kullandığı ve internette kullandıkları sürenin neredeyse tamamını sosyal medya platformlarında harcadıklarını saptamışlardır. Çalışmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre internet bağımlılığı riskinin fazla olduğu ve ortaokulda okuyan öğrencilerin lise okuyan öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yılmazsoy ve diğeri (2017), Afyonkarahisar ilinde 272 üniversite öğrencisine yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile eğitsel sosyal medya kullanma seviyeleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya (Facebook) bağımlılığı ile eğitsel sosyal medya kullanma seviyeleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı şekilde olduğunu saptamışlardır. Sosyal medya (Facebook) bağımlılığının cinsiyet değişkenine ve akıllı telefon kullanma değişkeni düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığını fakat sosyal medya (Facebook) bağımlılığının cinsiyet değişkenine ve akıllı telefon kullanma değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşmışlardır.

Bilgin ve diğeri (2018), 14 ile 18 yaş arasındaki 181 erkek 180 kız toplam 361 ergen öğrenciye yaptıkları çalışmada ergenlerin okul iklimi ve okullarına bağlılıkları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Ergenlerin okullarına bağlılık düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak ilişki bulunamamıştır. Ergenlerin okul ikliminin alt boyutu güvenli öğrenme durumu ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında olumsuz yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Deniz ve diğeri (2018), ergenlik dönemindeki bireylerde ‘‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’’ni kullanarak sosyal medya bağımlılığını incelediği çalışmalarını 473 öğrenci ile gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında lise öğrencilerinin genel olarak orta düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Aktan (2018), üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmasında öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini incelemiştir. Araştırmasında 302 öğrenci ile çalışmıştır. Araştırmasının sonucuna göre üniversite öğrencilerinin düşük düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğunu saptamıştır.

Bilgin (2018), ergen bireylerde sosyal medya bağımlılığının psikolojik rahatsızlıklarla ilişkisini araştırdığı çalışmasını 583 kişiyle yürütmüştür. Araştırmasının

sonucuna göre, ergenlerde sosyal medya bağımlılık düzeyi ile görülen bazı psikolojik rahatsızlıklar arasında anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Karadağ ve diğerleri (2019), farklı illerde üniversite okuyan, yaşları 18 ile 26 arasında değişen 292 kişiyle yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile çeşitli psikolojik rahatsızlıklar arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmalarında öğrencilerinin yarıya yakınının az düzeyde sosyal medya bağımlılıklarının olduğunu saptamışlardır. Sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik rahatsızlıklar arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğu, sosyal medya bağımlısı olan öğrencilerin psikolojik rahatsızlık yaşama ihtimalinin daha yüksek olduğu sonucunu saptamışlardır.

Yüksel Şahin ve diğerleri (2019), ergenlerde sosyal medya bağımlılığını çalıştıkları araştırmalarında 316 ergenle çalışmışlardır. Araştırmalarının sonucuna göre benlik saygısı düşük olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının benlik saygısı yüksek olan öğrencilere göre daha yüksek seviyede olduğunu saptamışlardır.

Güney ve diğerleri (2020)'nin ergenlerde sosyal medya bağımlılığını araştırdığı çalışmasının örneklemini 500 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın sonucunda kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı seviyesinin erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı seviyesine göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Yılman (2020), Osmaniye ilinde 432 lise öğrencisine yaptığı çalışmada ergenlerin sosyal medya bağımlılığı çeşitli değişkenlere göre araştırmıştır. Araştırmada öğrencilerin tamamına yakınının akıllı telefon ve sosyal medya platformlarını kullandıklarını saptamıştır. Kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerine göre daha az düzeyde sosyal medya bağımlısı olduklarını saptamıştır. Ergenlerin bir günde kullandıkları internet süresi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Akbaş Coşar (2021), 1006 öğretmen adayı ile gerçekleştirdiği çalışmasında öğretmen adaylarında sosyal medya bağımlılığı düzeyinin düşük düzeyde olduğunu saptamıştır.

Borak ve diğerleri (2021) İstanbul ilinde öğrenim görmekte olan 485 lise öğrencisiyle yaptıkları çalışmada ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin akademik erteleme durumu ile ilişkisini araştırmışlardır. Araştırmada ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin akademik başarıyı negatif yönde yordadığını tespit etmişlerdir. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile akademik başarılarının

çeşitli değişkenlere göre (yaş, cinsiyet, ebeveyn öğrenim durumu, ebeveyn birliktelik durumu gibi) istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığını saptamışlardır.

Koçak ve diğerleri (2021), 167 erkek öğrenci 564 kız öğrenci toplam 733 üniversite öğrenciyle yaptıkları çalışmada cinsiyete değişkeninin sosyal medya bağımlılığı seviyesini yordamadığı sonucuna ulaşmışlardır. Öğrencilerin ebeveynlerinin birliktelik durumu bir günde sosyal medya kullanım süresi değişkenleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. Öğrencilerin sosyal ortamlardaki yaşanan gelişmeyi kaçırma korkuları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyi arasında istatistiksel olarak olumlu yönde orta düzeyde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise öğrencilerin yaşama yükledikleri anlam ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak olumsuz yönde az düzeyde anlamlı ilişki olduğudur.

Doğrusever (2021), 386 ergen grubu öğrenci ile yapmış olduğu çalışmasında öğrencilerin %20'nde sosyal medya bağımlılığı olduğunu saptamıştır. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık seviyesi ile cinsiyet, sınıf düzeyi gibi değişkenler arasında ilişki saptanamamıştır.

Bayrakçı (2021), 396 erkek öğrenci ve 472 kız öğrenci toplam 868 öğrenciyle yaptığı çalışmasında ergenlerde sosyal medya bağımlılığı seviyesi ile mükemmeliyetçilik ölçeği arasında olumlu yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı seviyesi ile affetme ölçeği arasında istatistiksel olarak olumsuz yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır. Ergenlerin cinsiyet ile sosyal medya bağımlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşmıştır. Erkek öğrencilerin daha yüksek oranda sosyal medya bağımlısı olduğu, kız öğrencilerde bu oranın erkeklere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Yurtiçi ve Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Bu bölümde duygu düzenleme becerileri ile ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Önce yurtdışında ve sonra yurtiçinde yapılmış olan çalışmalardan bahsedilecektir.

Contreras ve diğerleri (2000), 5.sınıfa devam eden öğrencilerle anne çocuk bağlanmasının ve akranlarla olan ilişkilerinin duygu düzenleme becerilerine etkisini çalıştıkları araştırmalarında çocukların duygu düzenleme becerileri puanlarının hem güvenli bağlanma hem de akran ilişkilerinin güçlü olmasıyla ilişkili olduğunu saptamışlardır.

McDowell ve diğ erleri (2002) tarafından 103 ilköğ retim ç ucuğ uyla yapılan araştırmada anne babaların sergiledikleri davranışlar ile ç uokların duygu dzenleme becerileri ve sosyal yeterlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğ u sonucuna ulaşmışlardır.

Chang (2003) örneklem grubu 325 Çinli ç uok ve ç uokların anne babalarını dahil ederek yaptığ u ç alışmasında babaların sert davranışlarının ç uokların duygu dzenleme olumsuz-saldırđ an davranışları üzerinde annelerin sert davranışlarından daha güçlü etkiye sahip olduğ unu saptamıştır. Ayrıca annelerin sert davranışları ç uokların cinsiyetine göre değ işiklik göstermezken babaların sert davranışları kız ç uoklarından ç ok erkek ç uoklarına sergilediklerini saptamıştır.

Wei ve diğ erleri (2005) büyük bir üniversitede öğ renim görmekte olan 229 öğ renciyle yaptıkları ç alışmalarında bağ lanma şekli, bireylerarası problemler ve olumsuz duygudurumlar arasındaki ilişkide duygu dzenlemenin aracı olma rolünü araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre kaçınan ve kaygılı bağ lanan öğ renciler ile olumsuz duygu dzenleme becerileri arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğ u sonucunu saptamışlardır.

Meyer (2008), anne-babaların duygularını dışa vurma, iletişim kurma şeklinin ç uokların duygu dzenleme becerileri ile ilişkisini araştırdığ u ç alışmasında ailedeki duygusal olan ve olmayan davranışların ç uokların duygu dzenleme becerileri ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğ unu saptamıştır. Anne-babaların iletişim tarzları pozitif oldukça ç uokların duygu dzenleme becerilerinin arttığ u sonucuna ulaşmıştır.

Goodall ve diğ erlerinin (2012), farkındalık eė itimi almamış olan 192 kişiyle yaptıkları ç alışmada eė itimsel farkındalığ a sahip bireylerin duygu dzenleme becerilerinin yüksek olduğ u sonucunu saptamışlardır.

Kullik ve diğ erleri (2013), 121 erkek ve 127 kız toplam 248 ergenle yaptıkları ç alışmada depresyon ve bağ lanmanın duygu dzenleme becerilerine etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre anne babalarına ve akranlarına güvensiz bağ lanan bireylerin; kızlarda iç sel işlevsel olmayan duygu dzenleme becerileri, erkeklerde iç sel işlevsel olmayan ve dışsal işlevsel olmayan duygu dzenleme becerilerini kısmen etkilediğ ini saptamışlardır.

Luberto ve diğ erleri (2013) 127 kadın 57 erkek toplam 180 lisans öğ rencisi ile yaptıkları ç alışmada öz bilinç farkındalığ u ve duygu dzenleme becerilerinin öz yeterliliğ i yordamasını araştırmışlardır. Araştırmada duygu dzenleme becerilerindeki

zorlanma ile bireylerin öz yeterliliği arasında istatistiksel olarak olumsuz yönde anlamlı ilişki olduğu sonucunu saptamışlardır.

Johnsen ve diğerleri (2013) tarafından 473 kişiyle yapılan çalışmanın sonucuna göre, doğa ile aktif olarak iç içe olmanın kişilerin duygu düzenleme becerilerini olumlu yönde destekleyebileceği sonucunu saptamışlardır. Mutluyken ya da üzgünken doğayı aramanın yüksek pozitif ruh halleriyle olumlu yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Brumariu (2015) tarafından orta çocuklukta anne baba bağlanma stillerinin duygu düzenleme becerilerine etkisini araştırmak amacıyla yapılan çalışmanın sonucuna göre anne babalarına güvensiz (kaçıngan, kararsız) bağlanan çocukların, güvenli bağlanan çocuklara kıyasla duygu düzenleme becerilerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

Roohi ve diğerleri (2019), İran ülkesindeki Zanjan Üniversitesi'nde 143 kız 142 erkek toplam 285 öğrenci ile yaptıkları çalışmada öğrencilerin öz yeterliğinin psikolojik iyi olma ile duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkiyi yordamasını araştırmışlardır. Araştırmada öğrencilerin duygu düzenleme becerileri ile öz yeterlilik becerileri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır.

Şahin (2015), 67 erkek öğrenci 70 kız öğrenci olmak üzere toplamda 137 öğrenciyle yaptığı çalışmasında öğrencilerin duygu düzenleme becerileri ile bağlanma örüntüleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır. Güvenli bağlanan çocukların duygu düzenleme becerileri puanının güvensiz negatif bağlanan çocukların duygu düzenleme becerileri puanına göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bilgiz (2018), 117 erkek 306 kız toplamda 423 öğrenci ile yaptığı çalışmasında duygu düzenleme becerileri alt boyutu yeniden düzenleme ile psikolojik yardım ihtiyacı arasında olumsuz yönde orta seviyede, duygu düzenleme becerileri alt boyutu bastırma ile psikolojik yardıma ihtiyaç duyulması ilişkisi arasında olumlu yönde az seviyede ilişki olduğunu saptamıştır.

Demireğen (2019), 969 ergenle yaptığı çalışmasında ergen öğrencilerin akademik güdülenmeleri ile duygu düzenlemelerinin arasında anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır. Ergenlerin akademik güdeleri arttıkça duygu düzenleme becerilerinin de arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Koca ve diğerleri (2021), 215 erkek 286 kız toplam 501 ergenin duygu düzenleme becerilerinin psikolojik iyi olmaları ve öz yeterliliklerini yordamasını araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre duygu düzenleme becerileri ile öğrencilerin psikolojik iyi

olmaları arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır.

Yönet Demirhan (2021), Konya ilinde öğrenimleri devam eden 7. ve 8. sınıflardan 268 kız öğrenci ve 233 erkek öğrenci toplam 501 ergenle yaptığı çalışmada ergenlerin duygu düzenleme becerileri, bağlanma şekilleri ve narsistlik seviyeleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, içsel ve dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları ile bireylerin narsistlikleri arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır.

Ateş ve diğerleri (2021), Erzincan ilinde 302 kız öğrenci 223 erkek öğrenci toplam 525 üniversite öğrencisine yaptıkları çalışmada duygu düzenleme becerileri ile öğrencilerin öz yeterlilik durumları arasındaki ilişkiyi de araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin duygu düzenleme becerileri ile öz yeterlilik seviyeleri arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğu sonucunu saptamışlardır. Bir başka deyişle öğrencilerin duygu düzenleme becerilerinde artış oldukça öz yeterlilik seviyelerinde de artış olduğunu saptamışlardır.

Atalay ve diğerleri (2021) Karabük il ve ilçelerinde öğrenimine devam eden 7. ve 8. sınıflardan 249 erkek öğrenci ve 251 kız öğrenci toplamda 500 öğrenci ile yaptıkları çalışmada öğrencilerin anne baba davranışları ile duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda duygu düzenleme olumlu alt boyutlar ile ebeveynlerin demokratik davranış tutumları arasında olumlu yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. Ayrıca duygu düzenleme olumsuz alt boyutlar ile ebeveynlerin otoriter davranış tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır.

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, araştırmanın örnekleme, araştırmanın yapılışı, araştırmada kullanılan araçlar ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Araştırma Modeli

Bu araştırmanın modeli tarama yöntemidir. “Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez” (Karasar, 2016). Araştırmacı tarafından oluşturulan kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği bulunan anket formu ile gerçekleştirilmiş olup, sonuçları sayısal olarak ifade edilmiştir. Bu nedenle araştırma nicel bir araştırmadır.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın çalışma evrenini kozmopolit yapısından dolayı farklı kültürdeki öğrencilerin olması ve ulaşımın kolay olmasından dolayı Osmaniye ilinde Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı lise düzeyinde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örnekleme Osmaniye ilinde belirlenen Adnan Oğuz Anadolu Lisesi’nde, Merkez Anadolu Lisesi’nde, Şehit Hayrettin Mennan Proje Kız İmam Hatip Lisesi’nde eğitim görmekte olan 559 öğrenciye Google forms anketi ile iletilmiştir. Bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Çalışmaya katılma onay maddesini işaretleyen 374 kız, 146 erkek olmak üzere toplamda 520 öğrenci ile yürütülmüştür. Çalışmaya katılma onay maddesini işaretlemeyen 39 öğrenci araştırmaya dahil edilmemiştir.

Tablo 1

Çalışmaya Katılan Bireylerin Sosyodemografik Özellikleri Açısından Sayı ve Yüzde Dağılımı

Değişken	Gruplar	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	374	71,9
	Erkek	146	28,1
	Toplam	520	100,0
Sınıf	9. sınıf	207	39,8
	10. sınıf	138	26,5
	11. sınıf	130	25,0
	12. sınıf	45	8,7
	Toplam	520	100,0
Gelir Durumu	Kötü	30	5,8
	Orta	378	72,7
	İyi	112	21,5
	Toplam	520	100,0
Anne Eğitim Durumu	Okul mezunu değil	32	6,2
	İlkokul	162	31,2
	Ortaokul	86	16,5
	Lise	158	30,4
	Üniversite	72	13,8
	Lisans üstü	10	1,9
	Toplam	520	100,0
Baba Eğitim Durumu	Okul mezunu değil	7	1,3
	İlkokul	102	19,6
	Ortaokul	90	17,3
	Lise	150	28,8
	Üniversite	142	27,3
	Lisans üstü	29	5,6
	Toplam	520	100,0

Çalışmaya, cinsiyet grubu kadın olan 374 (%71,9), erkek olan 146 (%28,1) toplam 520 kişi katılmıştır. 207 (%39,8) kişi 9. Sınıf, 138 (%26,5) kişi 10. Sınıf, 130 (%25) 11. Sınıf, 45 (%8,7) kişi 12. Sınıftır. Çalışmaya katılan 30 (%5,8) kişinin gelir durumu kötü, 378 (%72,7) kişinin maddi durumu orta, 112 (%21,5) kişinin maddi durumu iyidir. Çalışmaya katılan öğrencilerin anne ve babalarının eğitim durumlarının dağılımları incelendiğinde; 32'sinin (%6,2) annesi okur yazar değildir, 162'sinin (%31,2) annesi ilk okul mezunu, 86'sının (%16,5) annesi ortaokul mezunu, 158'inin (%30,4) annesi lise mezunu, 72'sinin (%13,8) annesi üniversite mezunu, 10'unun (%1,9) annesi lisans üstü mezundur. 7'sinin (%1,3) babası okur yazar değildir, 102'sinin (%19,6) babası ilk okul mezunu, 90'ının (%17,3) babası ortaokul mezunu, 150'sinin (%28,8) babası lise mezunu, 142'sinin (%27,3) babası üniversite mezunu, 29'unun (%5,6) babası lisans üstü mezundur.

Tablo 2

Çalışmaya Katılan Bireylerin Araştırma Değişkenleri Açısından Sayı ve Yüzde Dağılımı

Değişken	Gruplar	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
Akıllı Telefon Varlığı	Var	364	70,0
	Yok	156	30,0
	Toplam	520	100,0
Yaşanan Yerde İnternet Varlığı	Var	463	89,0
	Yok	57	11,0
	Toplam	520	100,0
Günlük İnternet Kullanım Süresi	0-1 saat	47	9,0
	1-2 saat	92	17,7
	2-4 saat	141	27,1
	4-6 saat	120	23,1
	6 saatten fazla	120	23,1
	Toplam	520	100,0
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	0-1 saat	188	36,2
	1-2 saat	133	25,6
	2-4 saat	115	22,1
	4-6 saat	50	9,6
	6 saatten fazla	34	6,5
	Toplam	520	100,0

Çalışmaya katılan bireylerin 364'ünün (%70) akıllı telefonu varken, 156'sının (%30) akıllı telefonu yoktur. Katılımcıların 463'ünün (%89) yaşadığı yerde internet varken, 57'sinin (%11) yaşadığı yerde internet yoktur. Bireylerin 47'si (%9) günde 0-1 saat internet kullanmakta, 92'si (%17,7) 1-2 saat internet kullanmakta, 141'i (%27,1) 2-4 saat internet kullanmakta, 120'si (%23,1) 4-6 saat internet kullanmakta ve 120'si (%23,1) 6 saatten fazla internet kullanmaktadır.

Araştırmanın Yapılışı

Tez öneri formu ile etik kurul raporu alınmasından sonra Çağ Üniversitesi aracılığı ile Osmaniye Milli Eğitim Müdürlüğü'ne gidilerek anket formunun uygulanması için gerekli onaylar alınmıştır. Sonrasında belirlenen okullara gidilerek okul müdürleri ile görüşülüp eğitim görmekte olan öğrencilere pandemi dolayısıyla Google Forms ile anket formu elektronik ortamda iletilmiştir. Araştırmaya gönüllü katılım formu ankete başlamadan önce yine onay kutucuğu şeklinde katılımcıların onayına sunulmuştur. Elde edilen verilerin SPSS programı ile gerekli analizleri yapıldıktan sonra teze eklenmiş ve tartışma, sonuç, kaynakça gibi kısımlar eklenerek tez tamamlanmıştır.

Araştırmada Kullanılan Araçlar

Araştırmada veri toplama aracı olarak demografik soruların bulunduğu kişisel bilgi formu ile sosyal medya bağımlılığı puanlarının ve duygu düzenleme becerilerinin belirlenmesi amacı ile Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin ve Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeğinin yer aldığı bir anket formu kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu (EK-B)

Araştırmada kullanılan ölçeklerin çeşitli değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla içeriğinde sosyodemografik sorulardan ve akıllı telefon ve internet kullanımı ile ilgili sorulardan oluşan ve araştırmacı tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu EK-B kullanılmıştır.

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (EK-C)

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Özgenel, Canpolat ve Ekşi (2019) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 5'li likert tipine sahiptir ve "Hiçbir Zaman, Nadiren,

Bazen, Çoğunlukla, Her Zaman” şeklinde düzenlenmiştir. (1) hiçbir zaman, (2) nadiren, (3) bazen, (4) çoğu zaman ve (5) her zaman, şeklinde puanlanmaktadır.

Ölçek maddelerinde ters puanlama yapılmamaktadır. Toplam 9 maddeden oluşan ölçekte en fazla 45 puan en az ise 9 puan alınabilmektedir. Ölçek puanlaması ölçekteki bütün maddeler cevaplandıktan sonra madde puanlarının toplanması ile hesaplanabilmektedir. Bireyin ölçek puanının düşük olması sosyal medya bağımlılığı seviyesinin de düşük olduğu, ölçek puanının yüksek olması sosyal medya bağımlılığı seviyesinin de yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında Cronbach Alfa katsayısı 0.904 olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada toplanılan verilere göre Cronbach Alfa katsayısı 0.886 çıkmıştır.

Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği (EK-D)

Araştırmada kullanılan olan ikinci ölçek ise Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeğidir. Ölçek, Power ve Philips (2007) tarafından geliştirilmiştir. Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği, Duy ve Yıldız (2014) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır. Ölçekte toplam 18 soru yer almaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı, içsel işlevsel duygu düzenleme boyutunda 0.74, dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutunda 0.76, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutunda 0.68, dışsal işlevsel duygu düzenleme boyutunda 0.51 bulunmuştur.

Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği 5’li likert tipte olan ve “Hiçbir Zaman, Nadiren, Bazen, Sık Sık, Her Zaman” şeklinde düzenlenmiştir. (1) hiçbir zaman, (2) nadiren, (3) bazen, (4) çoğu zaman ve (5) her zaman, şeklinde puanlanmaktadır. Ölçek, ergenlerin duygu düzenleme yöntemlerini ölçmektedir, bu kapsamda, “içsel işlevsel duygu düzenleme”, “dışsal işlevsel duygu düzenleme”, “içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme” ve “dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme” şeklinde dört alt boyuta sahiptir. İçsel işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutu, 10-11-12-13-14 numaralı maddeler ile ölçülmektedir. Bu boyut kişinin kendisine zarar vermesini, ruminasyonu, bastırmayı, olumsuz sosyal karşılaştırmayı ve gerçekten uzaklaşmayı (derealizasyon) ifade eder. İçsel işlevsel duygu düzenleme boyutu 1-2-3-4 numaralı maddeler ile ölçülmektedir. Olumlu yeniden değerlendirmeyi, amaçların değiştirilmesini, plan yapmayı, bakış açısına oturtmayı, dikkat vermeyi ifade eder. Dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutu 5-6-7-8-9 numaralı maddeler ile ölçülmektedir. Zorbalık yapmak, sözlü-fiziksel saldırı, eşyalara vurmak-kırmak-dökmek, başkalarını kötü hissettirmeye çalışmak gibi süreçleri ifade eder. Dışsal işlevsel duygu düzenleme

boyutu ise 15-16-17-18 numaralı maddeler ile ölçülmektedir. Duyguları ifade etmek, fiziksel ilişki kurmak, konu hakkında tavsiye aramak ve egzersiz yapmak gibi süreçleri ifade eder.

Alt boyutlardan alınan puanlar yükseldikçe ergenin o alt boyuta göre duygu düzenleme yönteminin sıklığı da artmakta, puanı düştükçe o yöntemi kullanma oranı düşmekte şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçeğin her bir alt boyutunda yer alan maddelere verilen yanıtların toplanmasıyla dört ayrı puan elde edilmektedir.

Verilerin Analizi

Çalışmadan elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Version 20.0 paket programı kullanılmıştır. Araştırmada toplanan veriler kullanılırken ölçek puanlama anahtarlarında belirtilen düzenlemeler yapıldıktan sonra, normallik sınaması yapılmış olup veriler normal dağılmadığı için non-parametrik testler kullanılmıştır. Değişkenler arası farkların anlamlılığını sınamak amacıyla Kruskal Wallis Analizi, Mann Whitney U Testi kullanılmış, sosyodemografik bilgilerin dağılımını göstermek amacıyla frekans analizi ve ölçek ve alt boyut puanlarının dağılımlarını göstermek amacıyla betimleyici istatistikler yapılmıştır.

Tablo 3

Ölçek ve Alt Boyutlara Ait Kolmogorov-Smirnov Test İstatistiği, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	Kolmogorov Smirnov	p	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya	0,126	0,000*	1,11	0,98
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	0,121	0,000*	-0,73	0,34
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0,065	0,000*	0,20	-0,59
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	0,073	0,000*	0,09	-0,34
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0,164	0,000*	1,24	1,68

*p≤0.05

Ölçek ve alt boyutlara ilişkin verilen cevapların normal dağılım gösterip göstermediği; Kolmogorov-Smirnov testi ve çarpıklık basıklık değerleri ile değerlendirilmiş bu değerlendirme sonucunda verilerin normal dağılım göstermediği ($p \leq 0.05$) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple araştırmanın analizi için non-parametrik testlerden yararlanılmıştır.

Tablo 4

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutları Puan Ortalamalarının Betimleyici İstatistikleri

	n	En Küçük Değeri	En Büyük Değeri	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal Medya	520	9	45	17,42	7,34
İçsel İşlevsel					
Duygu	520	4	20	14,63	3,80
Düzenleme					
İçsel İşlevsel					
Olmayan Duygu	520	5	25	13,30	4,69
Düzenleme					
Dışsal İşlevsel					
Duygu	520	4	20	10,59	3,22
Düzenleme					
Dışsal İşlevsel					
Olmayan Duygu	520	5	25	8,79	3,43
Düzenleme					

Araştırmaya katılan bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı minimum puanı 9, maksimum puanı 45'tir (ortalama = $17,42 \pm 7,343$). Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu minimum puanı 9, maksimum puanı 20'dir (ortalama = $14,63 \pm 3,803$). İçsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu minimum puanı 5, maksimum puanı 25'tir (ortalama = $13,3 \pm 4,691$). Dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu minimum puanı 4, maksimum puanı 20'dir (ortalama = $10,59 \pm 3,217$). Dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu minimum puanı 5, maksimum puanı 25'tir (ortalama = $8,79 \pm 3,436$).

4. BULGULAR

Lise öğrencilerinin çeşitli değişkenlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, gelir durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, akıllı telefona sahip olma, yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma, kullanılan sosyal medya uygulaması sayısı, bir gün içindeki internet kullanım süresi, bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım sürelerine göre sosyal medya bağımlılıklarının farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 5

Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{X} Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
Sosyal Medya	Kadın	374	265,20	99183,0	25546,00	0,25
	Erkek	146	248,47	36277,0		

Tablo 5’de cinsiyet değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının cinsiyetlere göre puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 6

Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Sınıf Düzey	N	Sıra Ortalama	H	Sd	p
Sosyal Medya	9. Sınıf	20	255,18			
	10. Sınıf	13	254,61	3,51	3	0,32
	11. Sınıf	13	281,12			
	12. Sınıf	45	243,47			

Tablo 6’da sınıf düzeyi değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını sınıf düzeyi değişkenine göre karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanlarının sınıf düzeylerine göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 7

Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Gelir Durumu	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
Sosyal Medya	Kötü	30	237,48			
	Orta	378	267,13	2,75	2	0,25
	İyi	112	244,29			

Tablo 7’de gelir durumu değişkeni bakımından sosyal medya puanlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanlarının gelir durumu değişkenine göre puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 8

Anne Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Anne Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	P
Sosyal Medya	Okul Mezunu Değil	32	186,08			
	İlkokul	162	247,88			
	Ortaokul	86	266,41	13,11	5	0,02*
	Lise	158	276,48			
	Üniversite	72	283,97			
	Lisans Üstü	10	230,90			

* $p\leq 0.05$

Tablo 8’de anne eğitim durumu değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre;

araştırmaya katılan bireylerin anne eğitim durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Okul mezunu olmayan ve ilkokul mezunu olan anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; daha yüksek eğitim seviyesine sahip anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması daha düşüktür. Diğer yandan lisansüstü eğitim mezunu olan anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; üniversite, lise ve ortaokul eğitim seviyesine sahip anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha düşüktür.

Tablo 9

Baba Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Baba Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
Sosyal Medya	Okul Mezunu Değil	7	296,36			
	İlkokul	102	219,28			
	Ortaokul	90	244,53	14,36	5	0,01*
	Lise	150	271,68			
	Üniversite	142	286,88			
	Lisans Üstü	29	259,38			

* $p \leq 0.05$

Tablo 9’da baba eğitim durumu değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre araştırmaya katılan bireylerin baba eğitim durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Okul mezunu olmayan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; daha yüksek eğitim seviyesine sahip babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha yüksektir. Diğer yandan lisansüstü eğitim mezunu olan olan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; üniversite, lise mezunu ve okuryazar olmayan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha düşüktür.

Tablo 10

Akıllı Telefon Kullanma Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Akıllı Telefon	N	\bar{X} Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
Sosyal Medya	Var	364	277,09	100860,50	22353,50	0,00*
	Yok	156	221,79	34599,50		

* $p \leq 0.05$

Tablo 10’da akıllı telefon kullanma değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; akıllı telefon kullananların ve kullanmayanların sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Sonuçlara göre akıllı telefon kullanan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları akıllı telefon kullanmayan bireylere göre daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 11

Yaşanılan Yerde İnternet Varlığına Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	İnternet	N	\bar{X} Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
Sosyal Medya	Var	463	268,95	124524,50	9282,50	0,00*
	Yok	57	191,85	10935,50		

* $p \leq 0.05$

Tablo 11’de yaşanılan yerde internet varlığı değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; yaşanılan yerde interneti olan ve olmayan kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Sonuçlara göre yaşadığı yerde internet bulunan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları yaşadığı yerde internet bulunmayan bireylere göre, daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 12

Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Günlük İnternet Kullanım Süresi	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
Sosyal Medya	0-1 saat	47	100,24			
	1-2 saat	92	198,95			
	2-4 saat	141	257,11	104,84	4	0,00*
	4-6 saat	120	308,07			
	6 saatten fazla	120	326,87			

*p≤0.05

Tablo 12’de günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; araştırmaya katılan bireylerin günlük internet kullanım süresi değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir (p≤0.05). İnternet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması da artmaktadır.

Tablo 13

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine göre Sosyal Medya Bağımlılığının farklılaşmasına ilişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
Sosyal Medya	0-1 saat	188	172,99			
	1-2 saat	133	244,34			
	2-4 saat	115	319,81	157,19	4	0,00*
	4-6 saat	50	395,49			
	6 saatten fazla	34	408,46			

*p≤0.05

Tablo 13’de günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni bakımından sosyal medya bağımlılığı puanlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; araştırmaya katılan bireylerin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Sosyal Medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması da artmaktadır.

Lise öğrencilerinin çeşitli değişkenlerine göre duygu düzenleme alt boyut düzeylerine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, gelir durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, akıllı telefona sahip olma, yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma, kullanılan sosyal medya uygulaması sayısı, bir gün içindeki internet kullanım süresi, bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım sürelerine göre duygu düzenleme alt boyut düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 14

Cinsiyete Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{X}	Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Kadın	374	262,39	98134,00	26595,00	0,64	
	Erkek	146	255,66	37326,00			
İçsel İşlevsel Olmay Duygu Düzenleme	Kadın	374	273,39	102246,50	22482,50	0,002*	
	Erkek	146	227,49	33213,50			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Kadın	374	270,02	100989,00	23740,00	0,02*	
	Erkek	146	236,10	34471,00			
Dışsal İşlevsel Olma Duygu Düzenleme	Kadın	374	259,94	97217,50	27092,50	0,89	
	Erkek	146	261,93	38242,50			

* $p \leq 0.05$

Tablo 14’de cinsiyet değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel

duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Fakat kadınlar ve erkeklerin içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme puanları ile dışsal işlevsel duygu düzenleme puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p\leq 0.05$). Sonuçlara göre kadınların içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme puanları ile dışsal işlevsel duygu düzenleme puanları erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 15

Sınıf Düzeyine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Sınıf	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	9. Sınıf	207	258,14	5,62	3	0,13
	10. Sınıf	138	273,79			
	11. Sınıf	130	266,15			
	12. Sınıf	45	214,30			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	9. Sınıf	207	246,33	5,20	3	0,16
	10. Sınıf	138	266,43			
	11. Sınıf	130	282,02			
	12. Sınıf	45	245,36			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	9. Sınıf	207	264,28	6,80	3	0,08
	10. Sınıf	138	235,03			
	11. Sınıf	130	281,91			
	12. Sınıf	45	259,39			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	9. Sınıf	207	247,26	5,04	3	0,17
	10. Sınıf	138	275,04			
	11. Sınıf	130	274,00			
	12. Sınıf	45	237,83			

* $p\leq 0.05$

Tablo 15’de sınıf düzeyi değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 16

Gelir Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Gelir Durum	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Kötü	30	288,63	1,57	2	0,46
	Orta	378	256,34			
	İyi	112	267,01			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Kötü	30	285,18	6,56	2	0,04*
	Orta	378	267,79			
	İyi	112	229,27			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Kötü	30	262,53	0,63	2	0,73
	Orta	378	257,46			
	İyi	112	270,23			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Kötü	30	294,28	3,51	2	0,17
	Orta	378	263,47			
	İyi	112	241,44			

* $p\leq 0.05$

Tablo 16’da gelir durumu değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin

puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Fakat araştırmaya katılan bireylerin gelir durumlarına göre içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p\leq 0.05$). Gelir durumu iyi olan bireylerin içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme sıra ortalaması orta ve kötü olan bireylerin sıra ortalamasından daha düşüktür.

Tablo 17

Anne Eğitim Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Anne Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Okul Mezunu Değil	32	226,92	9,40	5	0,09
	İlkokul	162	248,23			
	Ortaokul	86	248,26			
	Lise	158	271,50			
	Üniversite	72	280,38			
	Lisans Üstü	10	354,95			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Okul Mezunu Değil	32	285,88	2,72	5	0,74
	İlkokul	162	263,95			
	Ortaokul	86	254,64			
	Lise	158	263,09			
	Üniversite	72	249,92			
	Lisans Üstü	10	209,00			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Okul Mezunu Değil	32	208,17	7,17	5	0,20
	İlkokul	162	261,71			
	Ortaokul	86	244,37			
	Lise	158	267,50			
	Üniversite	72	279,15			
	Lisans Üstü	10	302,20			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Okul Mezunu Değil	32	245,16	2,48	5	0,78
	İlkokul	162	257,89			
	Ortaokul	86	275,30			
	Lise	158	265,78			
	Üniversite	72	249,11			
	Lisans Üstü	10	223,20			

* $p\leq 0.05$

Tablo 17’de anne eğitim durumu değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu

dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 18

Baba Eğitim Durumuna Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Baba Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Okul Mezunu Değil	7	268,64	8,53	5	0,13
	İlkokul	102	243,41			
	Ortaokul	90	239,74			
	Lise	150	259,81			
	Üniversite	142	274,70			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Lisans Üstü	29	317,10	3,92	5	0,06
	Okul Mezunu Değil	7	310,07			
	İlkokul	102	256,61			
	Ortaokul	90	241,77			
	Lise	150	275,92			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Üniversite	142	257,73	13,42	5	0,02*
	Lisans Üstü	29	254,16			
	Okul Mezunu Değil	7	176,93			
	İlkokul	102	274,16			
	Ortaokul	90	218,55			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Lise	150	256,87	8,00	5	0,16
	Üniversite	142	280,75			
	Lisans Üstü	29	282,40			
	Okul Mezunu Değil	7	271,86			
	İlkokul	102	228,05			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Ortaokul	90	250,94	8,00	5	0,16
	Lise	150	279,06			
	Üniversite	142	268,34			
	Lisans Üstü	29	267,14			

* $p\leq 0.05$

Tablo 18’de baba eğitim durumu değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Fakat araştırmaya katılan bireylerin baba eğitim durumlarına göre dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p\leq 0.05$). Sonuçlara göre okul mezunu olmayan babaya sahip bireylerin dışsal işlevsel duygu düzenleme sıra ortalamaları diğer okul mezunu babası olan bireylerin dışsal işlevsel duygu düzenleme sıra ortalamasından daha düşüktür.

Tablo 19

Akıllı Telefon Kullanma Değişkenine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Akıllı Telefon	N	\bar{X}	Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Var	364	264,12		96140,50	27073,50	0,40
	Yok	156	252,05		39319,50		
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Var	364	266,12		96868,00	26346,00	0,19
	Yok	156	247,38		38592,00		
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Var	364	262,99		95727,00	27487,00	0,56
	Yok	156	254,70		39733,00		
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Var	364	263,08		95761,00	27453,00	0,55
	Yok	156	254,48		39699,00		

* $p\leq 0.05$

Tablo 19’da akıllı telefon kullanma değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; içsel

işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Tablo 20

Yaşanılan Yerde İnternet Varlığına Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

	İnternet	N	\bar{X} Sırası	Sıralar Toplamı	U	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Var	463	265,96	123140,50	10666,50	0,02*
	Yok	57	216,13	12319,50		
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Var	463	265,28	122825,00	10982,00	0,04*
	Yok	57	221,67	12635,00		
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Var	463	264,23	122339,50	11467,50	0,10
	Yok	57	230,18	13120,50		
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Var	463	268,97	124534,50	9272,50	0,00*
	Yok	57	191,68	10925,50		

* $p\leq 0.05$

Tablo 20’de yaşanan yerde internet varlığı değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Fakat yaşanan yerde interneti olan ve olmayan kişilerin, içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p\leq 0.05$). Sonuçlara göre yaşadığı yerde internet bulunan bireylerin içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları yaşadığı yerde internet bulunmayan bireylere göre, daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 21

Günlük İnternet Kullanım Süresine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Günlük İnternet Kullanım Süresi	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	0-1 saat	47	233,36	4,22	4	0,38
	1-2 saat	92	254,06			
	2-4 saat	141	251,81			
	4-6 saat	120	278,17			
	6 saatten fazla	120	268,61			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0-1 saat	47	178,17	55,29	4	0,00*
	1-2 saat	92	187,15			
	2-4 saat	141	264,32			
	4-6 saat	120	298,37			
	6 saatten fazla	120	306,63			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	0-1 saat	47	208,05	10,99	4	0,03*
	1-2 saat	92	285,65			
	2-4 saat	141	270,65			
	4-6 saat	120	267,59			
	6 saatten fazla	120	242,74			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0-1 saat	47	149,15	51,04	4	0,00*
	1-2 saat	92	217,61			
	2-4 saat	141	257,70			
	4-6 saat	120	298,08			
	6 saatten fazla	120	302,70			

*p≤0.05

Tablo 21’de günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanının günlük internet kullanım süresi değişkenine göre puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür (p>0.05). Fakat araştırmaya katılan bireylerin günlük internet kullanım süresi değişkenine göre içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları, dışsal

işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p \leq 0.05$). Sonuçlara göre günlük internet süresi daha fazla olan bireylerin içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları yaşadığı yerde günlük internet süresi daha az olan bireylere göre, daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 22

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Duygu Düzenleme Ölçeği Alt Boyutlarının Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	Sıra Ortalaması	H	Sd	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	0-1 saat	188	262,48	4,57	4	0,33
	1-2 saat	133	256,48			
	2-4 saat	115	274,86			
	4-6 saat	50	222,86			
	6 saatten fazla	34	272,06			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0-1 saat	188	219,28	63,39	4	0,00*
	1-2 saat	133	231,66			
	2-4 saat	115	287,49			
	4-6 saat	50	340,32			
	6 saatten fazla	34	392,56			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	0-1 saat	188	237,24	11,28	4	0,02*
	1-2 saat	133	290,83			
	2-4 saat	115	263,77			
	4-6 saat	50	274,86			
	6 saatten fazla	34	238,26			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	0-1 saat	188	227,47	29,87	4	0,00*
	1-2 saat	133	241,38			
	2-4 saat	115	294,63			
	4-6 saat	50	317,24			
	6 saatten fazla	34	319,03			

* $p \leq 0.05$

Tablo 22’de günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni bakımından duygu düzenleme ölçeği; içsel işlevsel düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarını karşılaştırmak için yapılan Kruskal Wallis H Testi testi sonuçlarına göre; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanının günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Fakat araştırmaya katılan bireylerin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p\leq 0.05$). Sonuçlara göre günlük sosyal medya kullanım süresi daha fazla olan bireylerin içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları yaşadığı yerde günlük sosyal medya kullanım süresi daha az olan bireylere göre, daha yüksek bulunmuştur.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar hakkında yorumlar yer almaktadır. Ayrıca araştırma sonuçlarının daha önce alan yazından yapılmış diğer araştırmalarla olan karşılaştırmaları tartışılacaktır.

Demografik Özelliklere Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Farklılaşmasına İlişkin Bulguların Tartışma Ve Yorumu

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğindeki cinsiyet değişkeninin puanlarına bakıldığında kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Literatür incelendiğinde Çiftçi'nin (2018) üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada da kız ve erkek öğrenciler arasında sosyal medya bağımlılığı bu çalışmanın sonuçları ile paralel olarak istatistiksel olarak farklılık göstermemiştir. Deniz ve Gürültü (2018), lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını incelemek için yaptığı çalışmada ise çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında kız ve erkek öğrenciler açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bunun sebebi teknolojinin gelişmesi ile birlikte kız ve erkek tüm öğrenciler için sosyal medya platformlarına ulaşmanın kolaylaşması olabilir. Ho ve diğerleri (2015) Çin'de ergen bireylerle yaptıkları çalışmada cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığını saptamışlardır.

Diğer yandan Gökçearslan ve Günbatır'ın (2012) yaptıkları ortaöğrenim öğrencilerinde internet bağımlılığını araştırdıkları çalışmalarında cinsiyet değişkeninin bağımlılıkta fark yarattığı ortaya konmuştur. Güney ve Taştepe'nin (2020) ergen bireylerin sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığını etkileyip etkilemediğini saptamak için yaptıkları çalışmalarında kız ve erkek öğrenciler puanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Sonuçların benzerlik göstermemesinin sebebi örneklemelerin farklı olması, araştırmanın gerçekleştirildiği şehirlerin farklı coğrafi bölgelerde olması gibi değişkenler olabilir. Yılman (2020) da cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin farklılaştığını, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha az düzeyde sosyal medya bağımlısı oldukları sonucunu saptamıştır.

Diğer yandan Seferoğlu ve Yıldız (2013), Assunçao ve diğerleri (2017) ve Esen (2010)'in yaptığı çalışmalarda ise erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı

düzeylerinin kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Tanrıverdi ve Sağır (2014)'ın çalışması da bu çalışmalara benzer bir sonuç olarak, erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinden daha yüksek olduğunu göstermiştir. Çetinkaya (2013), Paul ve Lee (2012) hemen hemen aynı yıllarda ve farklı kültürlerde kız öğrencilerin internet bağımlılığı seviyelerinin erkek öğrencilerin internet bağımlılığı seviyelerinden daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğindeki sınıf değişkeninin puanlarına bakıldığında sınıf düzeyi değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bunun nedeni ailelerin artık küçük yaşlardan itibaren çocuklarına teknolojik aletler alıyor olması olabilir. Literatür incelendiğinde Güney ve Taştepe'nin (2020) 500 lise öğrencisi ile yaptıkları sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanımı ile ilişkisini araştırdıkları çalışmalarında sınıf değişkeni düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlı bir fark oluşturmadığı saptamışlardır.

Deniz ve Gürültü (2018)'nün çalışmalarında sosyal medya bağımlılık düzeyinin sınıf düzeyine göre farklılaşmadığı sonucu ile bu çalışmadaki sınıf düzeyine göre farklılaşma olmaması birbiri ile örtüşmektedir. Bu sonuca ek olarak, Akdemir (2013) de yapmış olduğu çalışmada bu sonuca benzer bir sonuç elde etmiştir. Diğer yandan Arın (2013) ve Atalay (2014) öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sınıf düzeyine göre farklılık gösterdiğini belirlemişlerdir.

Gelir durumu değişkeninin puanlarına baktığımızda sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlı bir fark yoktur. Bunun nedeni ailelerin gelir durumlarını gözetmeksizin öncelikli amaçlarının çocuklarının istek ve ihtiyaçlarını sağlamak isteği olabilir. Literatür incelendiğinde Çolak'ın (2020) lise öğrencileriyle yaptığı çalışmada algılanan ekonomik durumun sosyal medya bağımlılığına göre bir fark oluşturmadığı görülmüştür. Erdem'in (2019) çalışmasında da gelir durumu değişkeninin sosyal medya bağımlılığında anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Yine buna paralel olarak Çetinkaya (2013) de çalışmasında öğrencilerin ailelerinin gelir durumları ile çocukların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığını tespit etmiştir. Bu sonuçlara karşılık Jackson ve diğerleri (2003) kendi çalışmalarında bireylerin sosyoekonomik düzeyleri ile teknolojiye ilişkin bağımlılıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuca ek olarak sosyoekonomik düzeyin bireylerin toplumsal statüsünün göstergesi olarak internet bağımlılığını tetikleyen nedenlerden biri olduğunu belirtmişlerdir. Akbaş Coşar (2021) da öğretmen adayları ile gerçekleştirdiği çalışmasında

sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile gelir düzeyleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğunu saptamıştır.

Anne-baba eğitim durumu değişken puanlarına baktığımızda okul mezunu olmayan ve ilkokul mezunu olan annelere sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; daha yüksek eğitim seviyesine sahip anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması daha düşüktür. Diğer yandan lisansüstü eğitim mezunu olan anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; üniversite, lise ve ortaokul eğitim seviyesine sahip anneye sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha düşüktür. Okul mezunu olmayan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; daha yüksek eğitim seviyesine sahip babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha yüksektir. Diğer yandan lisansüstü eğitim mezunu olan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalaması; üniversite, lise mezunu ve okuryazar olmayan babaya sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamasından daha düşüktür. Araştırmanın sonucuna göre anne ve baba eğitim düzeyi düşük olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanları sıra ortalaması anne ve baba eğitim düzeyi yüksek olan öğrencilere göre daha düşüktür. Bu sonuca göre babalar hem kariyer yapıp hem de çocuğu denetleyebiliyor olabilirler. Lisansüstü eğitime sahip annelerin çocuklarının sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olmasının sebepleri, annelerin daha yoğun bir çalışma temposuna sahip olması, ev içinde daha fazla sorumluluğunun olması, kariyer yapıyor olmalarından dolayı çocuklarının sosyal medya kullanımlarına ilişkin kontrollerinin daha az olması olabilir.

Literatürde daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde Akbaş Coşar (2021), öğretmen adayları ile gerçekleştirdiği çalışmasında sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile baba öğrenim durumu arasında anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Fakat Erdem'in (2019) lise öğrencileriyle yaptığı sosyal medya ile duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında anne-baba eğitim durumunun sosyal medya bağımlılığında anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılığının Farklaşmasına İlişkin Bulguların Tartışılması

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinde akıllı telefon kullanıp kullanmama değişkeninin puanlarına bakıldığında akıllı telefon kullananların ve kullanmayanların puanları arasında istatistiksel bir fark olduğu görülmüştür. Buradan yola çıkarak akıllı

telefon kullanan kişilerin kullanmayan kişilere göre sosyal medya bağımlılığı geliştirme puanları daha yüksek bulunmuştur.

Literatür incelendiğinde kişilerin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına erişimi daha çok akıllı telefonla sağladıkları ve dolayısıyla da erişim kolay olduğundan daha çok sosyal medya bağımlılığı geliştirdiği bulunmuştur (Aktan,2018; Çiftçi, 2018; Durak ve Seferoğlu, 2018). Bu çalışmalara benzer olarak başka çalışmalarda da yine akıllı telefon kullanım süresinin uzamasının telefon bağımlılığı düzeyinin yükselmesiyle pozitif yönde korelasyon gösterdiği tespit edilmiştir (Van Deursen ve diğerleri, 2015). Akıllı telefon kullanımının artmasına sebep olan nedenler arasında, sosyal medya platformlarından gelen mesaj veya bildirimlerin artması, sosyal medya platformlarının çok çeşitli olması sayılabilmektedir (Oulasvirta, ve diğerleri, 2012; Salehan ve Negahban, 2013).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinde kişinin yaşadığı yerde internet bulunup bulunmaması değişkeninin puanlarına bakıldığında kişinin yaşadığı yerde internet bulunması ve bulunmaması arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buradan yola çıkarak yaşadığı yerde internet olan kişilerin olmayan kişilere göre sosyal medya bağımlılığı geliştirme puanları daha yüksek bulunmuştur.

Literatür incelendiğinde Aktan (2018)'in çalışmasında da benzer sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Bir başka literatür çalışmasına bakıldığında, Çakır ve Öner (2019)'in yaptıkları çalışmada evinde internet bulduran kişilerin buldurmayanlara göre daha çok sosyal medya bağımlılığı geliştirdiğini bulmuşlardır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinde bulunan günlük internet kullanım süresi değişkeni bakımından puanlar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Buradan yola çıkarak günlük olarak daha uzun süre internet kullanan kişilerde sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkması daha olasıdır.

Literatür incelendiğinde kişilerin internette harcadığı süreye göre sosyal medya bağımlılığı geliştirme düzeylerinin anlamlı derecede farklı olduğu ve bu kişilerin sosyal medya kullanımını düzenli bir rutin haline getirip benimsedikleri ve sanal ortamlarda daha çok duygusal olarak destek aldıkları ve sosyal medya bağımlılığını azaltmaya çalışsalar bile yine bağımlılıklarının devam ettiği, bu durumdan dolayı kendi içlerinde bağımlılığı azaltma ve devam ettirme konusunda çatışma halinde oldukları belirtilmiştir (Deniz ve Gürültü, 2018). Vural ve Bat (2010), Koçak (2012) ve Hazar (2011), Yılman (2020) da yaptıkları çalışmalarda günlük internet kullanarak harcanan süre ile sosyal

medya platformlarında harcanan sürenin birbiriyle paralel olduğuna ilişkin sonuçlara varmışlardır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinde bulunan günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni bakımından puanlar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı puanları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buradan yola çıkarak günlük olarak daha uzun süre sosyal medya kullanan kişilerin sosyal medya bağımlılığı geliştirmesi daha olasıdır.

Literatür incelendiğinde de buna benzer sonuçlar elde edilmiştir. Aktan (2018) ve Deniz ve Gürültü(2018) çalışmalarında kişilerin internette harcadığı süreye göre sosyal medya bağımlılığı geliştirme düzeylerinin anlamlı derecede farklılık olduğunu saptamışlardır. Bayrakçı (2021), ergenlerde sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılıklarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılık gösterdiği sonucunu saptamıştır.

Bilgin (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmasının sonuçlarına göre ergenlerde sosyal medya bağımlılığı gün içerisindeki sosyal medya kullanım süresiyle doğru orantılıdır. Folaranmi (2013) Nijerya’da üniversitede öğrenim görmekte olan öğrencilerle yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya platformlarda harcanan süre arasında istatistiksel olarak olumlu yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır. Aynı şekilde Özdemir (2019)’in, üniversitede okuyan öğrencilerle gerçekleştirdiği araştırmasında da benzer sonuçlar bulunmuştur. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu yönde düşük seviyede anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır. Akbaş Coşar (2021), öğretmen adayları ile gerçekleştirdiği çalışmada sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile sosyal medyada harcadıkları günlük süre ve internette harcadıkları günlük süre arasında anlamlı ilişki olduğunu, harcanılan günlük süre arttıkça sosyal medya bağımlılığı seviyesinin de artabileceği sonucunu saptamıştır

Doğrusever (2021), ergenlerin gün içerisinde sosyal medya kullanma süresi ile sosyal medya bağımlılık düzeylerini çalıştığı araştırmasında benzer sonuçlarla karşılaşmıştır. Ergenlerin sosyal medya kullanımı süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının artabileceği sonucunu saptamıştır.

Buna benzer bir başka araştırma ise McIntyre ve diğerleri (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Günlük sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık bulmuşlardır. Aynı şekilde Pantic ve diğerlerinin (2012) yaptıkları çalışmada benzer sonuçlar dikkat çekmektedir.

Demografik Özelliklere Göre Duygu Düzenleme Becerileri Düzeylerinin Farklaşmasına İlişkin Bulguların Tartışma Ve Yorumu

Cinsiyet değişkeni için duygu düzenleme alt boyutlarından olan içsel işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutlarında kadın ve erkeklerin pek fark göstermediği fakat içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel duygu düzenleme arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ve kadınların erkeklere göre puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Literatür incelendiğinde Erdem'in (2019) yaptığı çalışmada katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Duygu Düzenleme Ölçeğinde içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğu görülmüştür. Garnefski ve diğerlerinin (2004) gerçekleştirdiği çalışmada cinsiyete göre duygu düzenleme becerileri anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Benzer şekilde Sille (2016) çocukların duygu düzenleme becerisinin cinsiyete göre anlamlı olarak farklılaştığını saptamıştır. Kız çocukların duygu düzenleme alt boyutunu erkek çocuklara kıyasla daha fazla kullandığı sonucuna ulaşmıştır. Else-Quest ve diğerleri (2006), duygu düzenleme becerilerindeki olumsuzlukların kız ergenlerin amaçlarına ulaşmasını erkek ergenlere kıyasla daha çok engellediği sonucunu saptamışlardır.

Fakat Kayhan (2017) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise demografik değişkenlerden cinsiyet boyutu ile duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişki incelenmiş fakat anlamlı farklılık bulunamamıştır. Carlson ve diğerlerinin (2007) yaptığı çalışmada da benzer sonuçlar görülmektedir. Çalışmada cinsiyete göre duygu düzenleme becerilerinin anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada okul öncesi öğrencilerle çalışılmıştır.

Sınıf düzeyi değişkeni için duygu düzenleme alt boyutlarından; içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür. Literatür incelendiğinde Demircioğlu (2017)'nin araştırmasına göre araştırmaya katılım sağlayan çocukların yaşa göre duygu düzenleme becerilerinde anlamlı olarak farklılık saptanamamıştır. Fakat Saarni (1984) tarafından gerçekleştirilen araştırmada çocukların ifade etme davranışları incelenmiştir. Sonuç olarak, yaş olarak küçük çocukların istemediği hediye aldığı olumsuz davranışlar

sergilemeleri, yaş olarak büyük çocukların istemediği hediyeyi aldığında daha olumlu davranış sergilemeleri ihtimallerinin olduğunu saptamıştır.

Fakat Demircioğlu (2017) 'nun çalışması Saarni(1984)'nin çalışmasıyla paralellik göstermemektedir. Bu durum Demircioğlu (2017)'nin araştırmasının daha güncel olmasıyla ilgili olabilir.

Gelir durumu değişkeni için duygu düzenleme alt boyutlarından içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanlarının ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları değişkenlerinin puan ortalamaları farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür. Fakat araştırmaya katılan bireylerin gelir durumlarına göre içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme puanları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Cybele (2004) sosyoekonomik durumun duygu düzenleme üzerinde olumsuz olarak etkisinin olabileceğini, gelir durumu yüksek ailelerin çocuklarının gelir durumu yüksek olmayan ailelerinin çocuklarına göre duygu düzenleme becerilerinin daha gelişmiş olduğunu saptamışlardır. Benzer olarak Altan (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da yüksek gelir düzeyi olan ailelerin çocuklarının düşük gelir düzeyine sahip ailelerin çocuklarına göre duygu düzenleme becerilerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Fakat Çöllü (2018) çalışmasında duygu düzenleme becerisinin sosyoekonomik duruma göre anlamlı olarak farklılaşmadığını saptamıştır. Araştırmalarda farklı sonuçların olması örneklem gruplarının farklı coğrafi bölgelerde farklı yaşlarda ya da farklı okul düzeylerinde gerçekleşmiş olması ile ilgili olabilir.

Anne eğitim durumu değişkeni için baktığımızda duygu düzenleme alt boyutlarından alınan puan ortalamalarının herhangi birinde anlamlı bir fark göstermediği görülmüştür. Bunun yanı sıra baba eğitim durumu değişkeni için baktığımızda ise duygu düzenleme alt boyutlarından içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme puanlarında anlamlı bir farkın görülmediği yalnızca dışsal işlevsel duygu düzenleme puanında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür.

Fakat Sille (2016) tarafından yapılan araştırmada anne eğitim durumu arttıkça çocukların duygu düzenleme becerisi alt boyutunda da (olumsuzluk, değişkenlik) artış olduğu saptanmıştır.

Duygu Düzenleme Becerileri Düzeylerinin Farklılaşmasına İlişkin Bulguların Tartışılması

Akıllı telefon kullanma değişkeni bakımından duygu düzenleme  lçeği; işsel işlevsel düzenleme alt boyutu, işsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları puanları incelendiğinde aralarında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur. Literatür incelendiğinde  olak'ın (2020) yaptığı çalışmasında da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Yaşanılan yerde internet varlığı değişkeni bakımından duygu düzenleme  lçeği puan ortalamaları incelendiğinde dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları değişkenlerinin puan farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı g r lm ştir. İşsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları, işsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir

Literatür incelendiğinde iki değişken arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalara çok fazla yer verilmediği gözlemlenmiştir. Elhai ve diğerleri (2018) ve Van Deursen ve diğerleri (2015)'nin yetişkinlerle yaptıkları çalışmaları incelendiğinde duygu düzenleme becerileri ile teknoloji kullanımı arasında negatif yönlü bir korelasyon buldukları gözlemlenmiştir. Fakat bu çalışmalar yetişkinlerle yapılmıştır ve  ğrenci veya ergen grubunda internet veya sosyal medya bağımlılığı ile duygu düzenleme becerileri alanlarında çalışmalar oldukça yetersizdir. Bu çalışmanın yapılmasındaki amaç literatürde yer alan eksikliği doldurmaya çalışmaktır.

Günlük internet ve sosyal medya kullanım süresi değişkeni bakımından duygu düzenleme  lçeği incelendiğinde işsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puan farklılığının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı fakat işsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu puanları, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu g r lm ştir. Literatür incelendiğinde Erdem (2019)'in yaptığı çalışmada da kişilerin günlük internet ve sosyal medya kullanım süreleri ile duygu düzenleme  lçeği alt boyutu olan dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu puanları ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur.  zdemir (2019)'in, üniversitede okuyan öğrencilerle yaptığı araştırmasında da benzer sonuçlar bulunmuştur. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile duygu düzenleme alt boyutu arasında olumlu yönde d şuk seviyede anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır.

Sonuçlar

Bu araştırmada lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerilerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar şunlardır:

1. Lise öğrencilerinin cinsiyet, sınıf düzeyi, gelir durumuna göre sosyal medya bağımlılıkları değişmemektedir.
2. Anne ve baba eğitim düzeyi düşük olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanları sıra ortalaması anne ve baba eğitim düzeyi yüksek olan öğrencilere göre daha düşüktür.
3. Akıllı telefon kullanan ve yaşadığı yerde internet olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri daha yüksektir.
4. Günlük internet kullanım süresi ve internette harcanan süresi yüksek olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri daha yüksektir.
5. Kadın lise öğrencilerinin duygu düzenleme becerileri alt boyutlarından olan içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel duygu düzenleme becerileri erkeklerden daha yüksektir.
6. Öğrencilerin duygu düzenleme becerileri düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre farklılaşmamaktadır.
7. Öğrencilerin gelir durumları ile içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu arasında fark varken diğer boyutlar farklılaşmamaktadır.
8. Öğrencilerin annelerinin eğitim durumu, duygu düzenleme alt boyutlarını değiştirmezken; babalarının eğitim durumuna göre duygu düzenleme alt boyutlarından dışsal işlevsel duygu düzenlemeleri farklılaşmaktadır.
9. Öğrencilerin duygu düzenleme düzeyleri akıllı telefon kullanma değişkenine göre farklılaşmamaktadır.
10. Öğrencilerin yaşadıkları yerde internetin varlığı ile içsel işlevsel duygu düzenleme alt boyutu, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
11. Öğrencilerin günlük internet ve sosyal medya kullanım sürelerine göre içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutu, dışsal işlevsel duygu düzenleme alt boyutu ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme alt boyutları farklılaşmaktadır.

Öneriler

Çalışmanın sonuçlarına göre verilebilecek öneriler şunlardır:

1. Okullarda öğrencilere okul psikolojik danışmanı tarafından bilinçli sosyal medya kullanımı becerileri eğitimi verilebilir.
2. Okul psikolojik danışmanları tarafından ailelere de öğrencilerin bilinçli ve faydalı sosyal medya kullanımını sağlamak için seminerler düzenlenebilir.
3. Öğrencilere internet ve akıllı telefonu verimli, etkili ve az düzeyde kullanabilmeleri hususunda eğitimler verilebilir.
4. Öğrencilere özellikle de kız öğrencilere duygu düzenleme becerilerini olumlu yönde kullanabilmeleri üzerine eğitimler verilebilir.
5. Öğrencilere olumsuz duygu ve davranışları olumlu duygu ve davranış şekillerine dönüştürebilmeleri hususunda aile ve okul tarafından çalışmalar yapılabilir.
6. Anne babalara, özellikle çalışan anne babalara okul psikolojik danışmanı tarafından çocuklarıyla daha kaliteli zaman geçirebilmeleri üzerine eğitimler verilebilir.

KAYNAKÇA

Altan, Ö. (2006), The effects of maternal socialization and temperament on children's emotion regulation [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Koç University].

Akbaş Coşar, H. & Gedik, H. (2021). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 32-65. DOI: 10.48174/buaad.932899

Akçay, C. & Çoruk, A. (2012). Çalışma yaşamında duygular ve yönetimi: Kavramsal bir inceleme. *Eğitimde politika analizi dergisi*, 1(1), 3-25.

Akdemir, T. N. (2013). İlköğretim öğrencilerinin facebook tutumları ile akademik erteleme davranışları ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].

Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.

Altundağ, Y. & Bulut, S. (2017). Aday sınıf öğretmenlerinde problemlili akıllı telefon kullanımının incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(4), 1670-1682.

Amendola, S., Spensieri, V., Guidetti, V. & Cerutti, R. (2019). The relationship between difficulties in emotion regulation and dysfunctional technology use among adolescents. *Journal of Psychopathology*, 25(1), 10-17.

Andreassen, C. S., Pallesen, S. & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.

Andreassen, C.S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports*, 110(2), 501-517.

Argın, S. F. (2013). Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi].

Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1, 55-67.

Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1995). İşyerinde duygu: Bir yeniden değerlendirme. *İnsan İlişkileri*, 48 (2), 97-125. <https://doi.org/10.1177/001872679504800201>.

Aslan, T. (2020). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi].

Assunção, R. S., Costa, P., Tagliabue, S. & Matos, P. M. (2017). Problematic Facebook use in adolescents: associations with parental attachment and alienation to peers. *Journal of Child and Family Studies*, 26(11), 2990-2998.

Atalay, D. & Özyürek, A. (2021). Ergenlerde duygu düzenleme stratejileri ve ebeveyn tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 50 (230), 815-834. DOI: 10.37669/milliegitim.707741

Atalay, R. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği). [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].

Ateş, B. & Sağar, M. E. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Bilişsel Esneklik ve Duygu Düzenleme Becerilerinin İnternet Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 87-102. DOI: 10.29065/usakead.887799

Ateş, B. & Sağar, M. E. (2021). Üniversite öğrencilerinde öz-yeterliğin yordayıcısı olarak bilişsel esneklik, duygu düzenleme becerileri ve psikolojik sağlık. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (3), 679-695.

Bandari, R., Asur, S. & Huberman, B. (2021). The Pulse of News in Social Media: Forecasting Popularity. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 6(1), 26-33. Retrieved from <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14261>. Erişim Tarihi: 8.10.2021

Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D. et al. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS one*, 12(1), 1-13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>

Barefoot, D. & Szabo, J. (2009). *Friends with benefits: A social media marketing handbook*. No Starch Press, Incorporated.

Barnes, S. J. & Böhringer, M. (2011). Modeling use continuance behavior in microblogging services: The case of Twitter. *Journal of Computer Information Systems*, 51(4), 1-10. doi: 10.1080/08874417.2011.11645496.

Batıgün A. & Derya H. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.

Bayrakcı, Ç. (2021). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının affetme ve mükemmeliyetçilik ile ilişkisinin incelenmesi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi].

Bazarova, N. N. & Choi, Y. H. (2014). Self-disclosure in social media: Extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social network sites. *Journal Of Communication*, 64(4), 635-657. doi: 10.1111/jcom.12106.

Belanger, C. & English, M. (2018). YouTube (Web site). <https://www.youtube.com/watch?v=eJFC6avSNws> Erişim Tarihi: 8.10.2021

Bercovici, J. (2010). Who coined social media? Web pioneers compete for credit. <https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/12/09/who-coined-social-media-web-pioneers-compete-for-credit/>. Erişim Tarihi: 8.10.2021

Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.

Bilgin, O. & Taş, İ. (2018). Ergenlerde Okula Bağlılığın Yordayıcıları Olarak Okul İklimi ve Sosyal Medya Bağımlılığı. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 12(26), 15-33.

Bilgiz, Ş. & Peker, A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Duygu Düzenleme Becerileri ile Psikolojik Yardım İhtiyaçları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (4), 1978-1990. DOI: 10.17240/aibuefd.2018.18.41844-504897

Billieux, J., Schimmenti, A., Khazaal, Y., Maurage, P. & Heeren, A. (2015). Are we overpathologizing everyday life? A tenable blueprint for behavioral addiction research. *Journal of behavioral addictions*, 4(3), 119-123.

Blachino, A., Przepiórka, A. & Pantic, I. (2015). Internet Use, Facebook Intrusion, and Depression: Results of a Cross-Sectional Study. *European Psychiatry*, 30, 681-684.

Boniel-Nissim, M., Lenzi, M., Zsiros, E., de Matos, M. G., Gommans, R., Harel-Fisch, Y. et al. (2015). International trends in electronic media communication among 11-to 15-year-olds in 30 countries from 2002 to 2010: association with ease of communication with friends of the opposite sex. *The European Journal of Public Health*, 25(2), 41-45.

Borak, N. & Beki, A. (2021). Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2 (1), 61-76.

Boyd, D. (2015). Social media: A phenomenon to be analyzed. *Social Media+ Society*, 1(1), <https://doi.org/10.1177/2056305115580148> .

Bozkurt Yükçü, Ş. & Demircioğlu, H. (2017). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Duygu Düzenleme Becerilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 0 (44), 442-466. DOI: 10.21764/maeuefd.336085

Brumariu, L. E. (2015). Parent–child attachment and emotion regulation. In Bosmans G. & K. A. Kerns (Ed.), *New Directions For Child And Adolescent Development*, Vol. (148), 31– 45. Hoboken, NJ: Wiley.

Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv sektöründe sosyal medyanın kullanımı ve Fiat örneği. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2(3), 19-50.

Carlson, S. M. & Wang, T. S. (2007). Inhibitory control and emotion regulation in preschool children. *Cognitive Development*, 22(4), 489-510.

Carter, R. (2018) Lights, camera, Instagram TV: Everything you need to know about IGTV. <https://sproutsocial.com/insights/instagram-tv/> Erişim Tarihi: 8.10.2021

Chang, L., Dodge, A. K., Schwartz, D. & McBride-Chang, C. (2003). Harsh Parenting in Relation to Child Emotional Regulation and Aggression, *Journal of Family Psychology*, 17(4), 598-606.

Civelek, M. E. (2009). İnternet çağı dinamikleri. Beta Yayınları.

Constantinides, E. & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of direct, data and digital marketing practice*, 9(3), 231-244. doi: 10.1057/palgrave.ddmp.4350098.

Cybele R. (2004). Placing emotional self-regulation in sociocultural and socioeconomic contexts. *Child development*, 75(2), 346-353.

Çelebi, E. (2020). Sosyal Medya İletişiminin Kurumsal İtibar Algısı Üzerindeki Rolü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41), 108-118.

Çetinkaya, M. (2013). İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].

Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı . *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4), 0-0. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/43010/520789>

Çolak, Ç. H. (2020). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Kişilik Özelliklerine ve Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].

Çöllü, B. (2018), Ergenlerde Duygu Durum Düzenleme Becerileri, Benlik Saygısı, Depresyon, Anksiyete ve Çocukluk Çağı Travmaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi].

Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Alaedini, Z., Barati Ahmadabadi, H., Kuss, D. J. & Ramayah, T. (2021). Social media addiction and empathy: Moderating impact of personality traits among high school students. *Telematics and Informatics*, 57, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101516>

Daşcı, E. (2015). Bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin ebeveyn kontrolü ile akran ilişkileri ve akran baskısı arasındaki ilişkide aracılık rolünün incelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi].

Demireğen, Z. (2019). Ergenlik dönemindeki öğrencilerin duygu düzenleme becerileri ile akademik güdülenmeleri arasındaki ilişki [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi].

Deniz, L. & Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.

Dindia, K. (2003). Definitions and perspectives on relational maintenance communication. In *Maintaining relationships through communication*, 1-28. Routledge

Doğrusever, C. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Bazı Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (1), 23-42. DOI: 10.18037/ausbd.902542

Duman, N., Yılmaz, S. A., Umunç, Ş. & Yıldız, İ. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Duygudurum Düzenleme ve Öfke. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(1), 1-9.

Duy, B. & Yıldız, M. A. (2014). Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(41), 23-35.

Ebersbach, A., Glaser, M. & Heigl, R. (2006). *Wiki: Web collaboration*. Almanya: Springer-Verlag.

Echeburúa E de Corral P. (2010). Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Adicciones*, 22(2) 91-95.PMID: 20549142.

Elhai J D, Hall B and Erwin M (2018) Emotion regulation's relationships with depression, anxiety and stress due to imagined smartphone and social media loss. *Psychiatry Research*(261), 28-34.

Elphinston, R. A. & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631-635.

Else-Quest, N. M., Hyde, J. S., Goldsmith, H. H. & Van Hulle, C. A. (2006). Gender differences in temperament: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 132, 33-72.

Erdem, G. (2019). Lise Düzeyindeki Öğrencilerde, Sosyal Medya Kullanımı, Akran İlişkileri Ve Duygu Düzenleme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. [Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi].

Esen, E. (2010). Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].

Estevez A, Jáuregui P, Sánchez-Marcos I, et al., 2017. Attachment and emotion regulation in substance addictions and behavioral addictions. *J Behav Addict*; 6: 534–544

Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlı İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (49), 75-97.

Evans, D. (2012). *Social media marketing: An hour a day*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Incorporated.

Floros, G. & Siomos, K. (2013). The relationship between optimal parenting, Internet addiction and motives for social networking in adolescence. *Psychiatry Research*, 209(3), 529-534.

Folaranmi, A. O. (2013). A survey of facebook addiction level among selected Nigerian university undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70-80.

Gardner, S. & Birley, S. (2008). *Blogging for dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Incorporated.

Garnefski, N., Teerds, J., Kraaij, V., Legerstee, J. & Kommer, T. (2004). Cognitive emotion regulation strategies and depressive symptoms: differences between males and females. *Personality and Individual Differences*, 36, 267–276.

Gensler, S., Völckner, F., Liu-Thompkins, Y. & Wiertz, C. (2013). Managing brands in the social media environment. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 242-256. doi: 10.1016/j.intmar.2013.09.004.

Gioia, F. & Boursier, V. (2019). Emotion dysregulation and adolescents' preference for online social interactions: The moderating role of gender. *Proceedings PsychoBit. First Symposium on Psychology-Based Technologies.*

Goh, K. Y., Heng, C. S. & Lin, Z. (2013). Social media brand community and consumer behavior: Quantifying the relative impact of user -and marketer- generated content. *Information Systems Research*, 24(1), 88-107. doi: 10.1287/isre.1120.0469.

Goleman D. (1996) *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*, London: Cox & Wyman Ltd. v24 n6 s.49-50.

Goodall, K., Trejnowska, A. & Darling, S. (2012). The relationship between dispositional mindfulness, attachment security and emotion regulation. *Personality and Individual Differences*, 52(5), 622-626.

Gökçearslan, Ş, Günbatar, M. (2012). Ortaöğrenim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2 (2), 10-24.

Gratz, K. L., Roemer, L. (2004). Multidimensional assesment of emotion regulation and dysregulation: development, factor structure and initial validation of the difficulties in emotion regulation scale. *Journal Of Psychopathology And Behavioral Assessment*, 26(1), 41-54.

Grecucci, A. & Sanfey, A. G. (2014). Emotion regulation and decision making. In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*, 140-153. The Guilford.

Grewal, D., Brackett, M. & Salovey, P. (2006). Emotional intelligence and the self-regulation of affect.

Griffiths, M. D. & Demetrovics, Z. (2012). Behavioral addictions: Past, present and future. *Journal of Behavioral Addictions*, 1-2.

Gross, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: An integrative review. *Review of General Psychology*, 2(3), 217-299. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.3.271>

Gross, J. J. (2014). Emotion regulation: Conceptual and empirical foundations. In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*, 3-20. The Guilford.

Gross, J. J. ve Thompson, R. A. (2006). *Emotion regulation: conceptual foundations*. J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*. New York: The Guilford Press.

Gross, J. J., Munoz ve R. F. (1995). Emotion regulation and mental health. *American Psychological Association*, 12, 151-164.

Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing*. New York: McGraw-Hill.

Güney, M. & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190.

Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması iletişim. *İletişim: Kuram ve Araştırma Dergisi*, Bahar, 32, 151-177.

Hawi, N. & Rupert, S. M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.

Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *8th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2014):595-598*.

Jackson, L. A., Alexander, E., Biocca, F. A., Barbatsis, G., Fitzgerald, H. E. ve Zhao, Y. (2003). Personality, cognitive style, demographic characteristics and internet use. Findings from the HomeNetToo project. *Swiss Journal of Psychology*, 62, 79-90.

Jarboe, G. (2011). *YouTube and video marketing: An hour a day*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Incorporated.

Junco, R. (2012). The relationship between frequency of facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers ve Education*, 58,162-171.

Kahraman, M. (2013). *Dijital Medya 101- Pazarlamacılar İçin Dijital Medyaya Giriş*. İstanbul: MediaCat.

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. Beta Yayıncılık, 11.

Karadağ, A. & Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.

Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G. & Paparrigopoulos, T. (2010). Social network addiction: A clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.

Karaman K. & Kurtoğlu M. (2009). Öğretmen Adaylarının İnternet Bağımlılığı Hakkındaki Görüşleri. *Akademik Bilişim'09- XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Şanlıurfa*, 641-650.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi (31. Basım)* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kayhan, H. (2017). Ergenlikte Saldırganlık ve Duygu Düzenleme Güçlükleri Arasındaki İlişki [Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi].

Khattak, F. A., Ahmad, S. & Mohammad, H. (2017). Facebook Addiction and Depression: A Comparative Study of Gender Differences. *PUTAJ- Humanities and Social Sciences*, 25 (1-2), 55-62.

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. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005.

Kim, W., Jeong, O. R. & Lee, S. W. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236. doi: 10.1016/j.is.2009.08.003.

King, D. L. (2012). *Face2face: Using Facebook, Twitter, and other social media tools to create great customer connections*. Medford: Information Today, Incorporated.

Koca, D. & Ekşi, H. (2021). Fen Lisesi Öğrencilerinde Öz Yeterlik ve İyi Oluş: Duygu Düzenlemenin Aracı Rolü. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 10 (3), 1047-1065. DOI: 10.30703/cije.803179

Koçak, M. & Traş, Z. (2021). Üniversite Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Yaşamın Anlamı Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (3), 1618-1631. DOI: 10.33206/mjss.893201

Koçak, N. G. (2012). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir’de bir uygulama [Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi].

Koole, S. L. (2009). The psychology of emotion regulation: An integrative review. *Cognition and Emotion*, 23(1), 4-41.

Koole, S. L. & Rothermund, K. (2011). “I feel better but I don't know why”: The psychology of implicit emotion regulation. *Cognition and Emotion*, 25(3), 389-399.

Kuhikar, P. (2013). Social media as a future marketing tool in India: An overview. *Practices and Research in Marketing*, 3(2), 15-21.

Kullik, A. & Petermann, F. (2013). Attachment to parents and peers as a risk factor for adolescent depressive disorders: the mediating role of emotion regulation. *Child Psychiatry & Human Development*, 44(4), 537-548.

Law, D. M., Shapka, J. D. & Olson, B. F. (2010). To control or not to control? Parenting behaviours and adolescent online aggression. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1651-1656

Lee, C. S. & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331-339. doi: 10.1016/j.chb.2011.10.002.

Leonardi, P. M., Huysman, M. & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19.

Leuf, B. & Cunningham, W. (2001). *The wiki way: Quick collaboration on the web*. Boston: Addison-Wesley Longman Publishing.

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampere University Press.

Luberto, C. M., Cotton, S., Mcleish, A. C., Mingione, C. J. & O'Bryan, E. M. (2013). Mindfulness Skills and Emotion Regulation: The Mediating Role of Coping Self-Efficacy. *Mindfulness*, 5(4), 373-380. Doi:10.1007/S12671-012-0190-6.

Marino C., Gini G., Angelini F., Vieno A., et al., Social norms and e-motions in problematic social media use among adolescents. *Add Behav Rep.* (2020) 11:100250.

Marwick, A. E. (2013). Online identity. *A companion to new media dynamics*, 355-364.

McDowell, D. J., Kim, M., O'neil, R., ve Parke, R. D. (2002). Children's Emotion Regulation and Social Competence in Middle Childhood. *Marriage and Family Review*, 34, 345-364.

McIntire, E., Wiener, K. & Saliba, A.J. (2015). Compulsive internet use and relations between social connectedness, and introversion. *Computer in Human Behavior*, 48 (c), 569-574.

Mejias, U. A. (2013). *Off the network: Disrupting the digital world* (41). U of Minnesota Press.

Meyer, S.C. (2008). *The socialization of young children's emotion regulation strategies: parental emotion representations, expressivity and communication style* [Unpublished doctoral thesis, University of California Davis].

Mingle, J. ve Adams, M. (2015). Social media network participation and academic performance in senior high schools in Ghana. *Library Philosophy and Practice* (e-journal). Paper 1286. Summer 7-21.

Musayeva, G. (2015). Gelişen teknoloji sayesinde cep telefon operatörlerinin değişimindeki beklentiler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 28(2015), 53-63. doi: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2015.7/28.53-63.

Neher, K. (2014). *Visual social marketing for dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Incorporated.

Neti, S. (2011). Social media and its role in marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1(2), 1-15.

Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L. & Raita, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*, 16(1), 105-114.

Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7 (2), 91-105. DOI: 10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105

Özgenel, M., Canpolat, Ö. & Ekşi, H. (2019). Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *The Turkish Journal on Addictions*, 6: 629-662.

Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., et al. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: Behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 24 (1), 90-93.

Paul, L. L. & Lee, S. N. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review* 30(4), 403-418.

Peck, R. (1956). Psychological developments in the second half of life. In *Conference on Planning Research*, Apr, 1955, Bethesda, MD, US. American Psychological Association.

Pfeffer, J., Zorbach, T. & Carley, K. M. (2014). Understanding online firestorms: Negative word-of-mouth dynamics in social media networks. *Journal of Marketing Communications*, 20(1-2), 117-128.

Phillips, K. F. V. ve Power, M. J. (2007). A new selfreport measure of emotion regulation in adolescents: The regulation of emotions questionnaire. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 14, 145–156.

Rimé, B. (2007). Interpersonal emotion regulation. *Handbook of emotion regulation*, 1, 466-468.

Roohi S., Noroozi H. & Yousefi Afrashteh M. (2019). İranlı öğrencilerin bilişsel duygu düzenleme stratejileri ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkide dayanıklılık ve öz yeterliliğin aracı rolü. *Sağlık Öğr. Sağlık Teşvik*. 7 , 183–190.

Ryan, D. (2016). *Dijital pazarlama* (Çev. Kemalöglü, M. M.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Saarni, C. (1984). An observational study of children's attempts to monitor their expressive behavior. *Child development*, 1504-1513.

Saarni, C. (1999). *The development of emotional competence*. The Guilford.

Safko, L. (2012). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken: John Wiley & Sons, Incorporated.

Sak, J., LW, R. (2013) Active use of the natural environment for emotion regulation. *Eur J Psikol.*; 9: 798-819. doi:10.5964/ejop.v9i4.633

Salehan, M. & Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2632-2639.

Salek Ebrahimi, L., Ahmadi, Gh., Masjedi Arani, A. & Mousavi, S. E. (2019). Predicting Internet Addiction in Medical Students by General Self-efficacy, Difficulty in Emotion Regulation, and Resilience. *Journal of Practice in Clinical Psychology*, 7(3), 167-174. <http://dx.doi.org/10.32598/jpcp.7.3.167>

Saraiya, T. & Walsh, K. (2015). A review of laboratory-based emotion regulation tasks. In M. L. Bryant (Ed.), *Handbook on emotion regulation* (1-35). Nova.

Seargeant, P. & Tagg, C. (2014). *The language of social media: Identity and community on the internet*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Seferoğlu, S. S. & Yıldız, H. (2013). Dijital çağın çocukları: İlköğretim öğrencilerinin Facebook kullanımları ve internet bağımlılıkları üzerine bir araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, 2, 31-48.

Sin, S. S., Nor, K. M. & Al-Agaga, A. M. (2012). Factors affecting Malaysian young consumers' online purchase intention in social media websites. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 326-333. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.195.

Söner, O. & Yılmaz, O. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 59-73. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ufuksbedergi/issue/57468/815047>

Spada, M. M. & Marino, C. (2017). Metacognitions and emotion regulation as predictors of problematic internet use in adolescents. *Clinical Neuropsychiatry*, 14(1), 59-63.

Statista (2018). Cumulative total of Tumblr blogs from May 2011 to July 2018 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/256235/total-cumulative-number-of-tumblr-blogs/>. Erişim Tarihi: 8.10.2021

Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17-21. doi: 10.1016/j.copsyc.2015.10.016.

Suler, J. (2004). Computer and cyberspace addiction. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1(4), 359-362.

Şahin, G. & Ramazan, A. (2015). Okul Öncesi Çocukların Duygu Düzenleme Becerilerinin Bağlanma Örüntüleri Açısından İncelenmesi 3. Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi / *The Journal of International Education Science*, 2(5), 1-12.

Şentürk E. (2017), Sosyal Medya Bağımlılığının, Depresyon, Anksiyete Bozukluğu, Karışık Anksiyete ve Depresif Bozukluk Hastaları ile Kontrol Grubu Arasında Karşılaştırılması ve Kullanıcıların Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin Araştırılması [Uzmanlık Tezi, Gazi Üniversitesi].

Şenyurt, A., Temel, A. B. & Özkahraman, S. (2011). Üniversite öğrencilerinin çevresel konulara duyarlılıklarının incelenmesi. *SDÜ Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8-15.

Taçyılmaz, Ö. (2010). Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre Yordanması [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi].

Tanrıverdi, H. & Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(18), 776-821.

Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 4 (1), 27-40. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ojtac/issue/30133/300029>

Tatlı, O. (2016). Zehirli sarmaşık Facebook. İstanbul: Maşuk Kitap.

Taylan H, Işık M. Internet addiction among secondary school and high school students in Sakarya. *Turkish Studies* 2015; 10(6): 855-874.

Thomases, H. (2010). *Twitter marketing: An hour a day*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Incorporated.

Thompson, R. A. (1994). Emotion regulation: A theme in search of definition. *Monographs of The Society for Research in Child Development*, 59(2/3), 25-52.

Thompson, R. A. & Goodvin, R. (2007). Taming the tempest in the teapot emotion regulation in toddlers. In C. A. Brownell & C. B. Kopp (Eds.), *Socioemotional*

Development in the Toddler Years: Transitions and transformations, 320-341. The Guilford.

Thompson, R. A. & Meyer, S. (2007). The socialization of emotion regulation in the family. In J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*, 249-268. The Guilford.

Timisi, N. (2016). *Teknoloji ve Toplum, Ağlar ve Aktörler*. N. Timisi (Ed.). *Dijital İçinde*. İstanbul: Kalkedon, 2016, 17-40.

Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S. et al. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature*.

Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma (Doktora Tezi)*. YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişim sağlandı (Tez Nu: 396821).

Van Deursen, A. J., Bolle, C. L., Hegner, S. M. & Kommers, P. A. (2015). Modeling habitual and addictive smartphone behavior: the role of smartphone usage types, emotional intelligence, social stress, self-regulation, age, and gender. *Computers in Human Behavior*, 45, 411-420.

Vural, Z. B. A. & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.

Wang, C. A., Zhang, X. M. & Hann, I. (2010). Social bias in online product ratings: A quasi-experimental analysis. *WISE 2010*, St. Louis, 1-35.

Wartberg L, Thomasius R, Paschke K. (2021). The relevance of emotion regulation, procrastination, and perceived stress for problematic social media use in a representative sample of children and adolescents. *Comput Hum Behav.*, 106788.

Wei, M., Vogel, D. L., Ku, T.-Y., ve Zakalik, R. A. (2005). Adult attachment, affect regulation, negative mood, and interpersonal problems: The mediating roles of emotional reactivity and emotional cutoff. *Journal of Counseling Psychology*, 52(1), 14–24.

Wilson, K., Fornasier, S. & White, K. M. (2010). Psychological Predictors Of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173-177.

Wolfe, L. (2018). Twitter user statistics 2008 through 2017. <https://www.thebalancecareers.com/twitter-statistics-2008-2009-2010-2011-3515899> adresinden elde edildi. Erişim Tarihi: 20.12.2018.

Yang, S. C. & Tung, C. J. (2007). Comparison of internet addicts and non-addicts in taiwanese high school. *Computers in Human Behavior*, 23, 79-96.

Yıldız Durak, H. & Seferoğlu, S. (2018). Ortaokul Öğrencilerinin Akıllı Telefon Kullanımları Ve Bağımlılık Düzeyleriyle İlgili Unsurlar. 8(1).

Yıldız, M.A. (2017). Emotion regulation strategies as predictors of internet addiction and smartphone addiction in adolescents. *Journal of Educational Sciences and Psychology*, 7(1), 66-78

Yılman, M. A. (2020). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi].

Yılmazsoy, B. & Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.

Young K. (2000). Cyber-Disorders: The Mental Health Concern for The New Millennium. *Cyber Psychology & Behavior*, 3(5), 475-479.

Yousaf, A., Adil, A., Hamza, A., Ghayas, S., Niazi, S. & Khan, A. (2021). Relationship between attachment styles and social media addiction among young adults: Mediating role of self-esteem. *Isra Med J.*, 13(1), 48-51

Yönet Demirhan, C. (2021). Ortaokuldan yararlanılması, duygu bütünlüğü ve narsisizmle ilgili düşüncenin incelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi].

Yüksel-sahin, F. & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, October 2019 Special Issue, 363-377. DOI: 10.21733/ibad.613902

Zarrella, D. (2010): *The social media marketing book*. Sebastopol: O'Reilly Media Incorporated.

Zimmerman, J. & Ng, D. (2017). *Social media marketing all-in-one for dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Incorporated.

EKLER

EK A. Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ/ ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU	
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
T.C. NOSU	
ADI VE SOYADI	ZİŞAN ESMA YILDIZ
ÖĞRENCİ NO	201810028
TEL. NO.	
E - MAİL ADRESLERİ	
ANA BİLİM DALI	Psikoloji
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLIK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2020 / 2021 - BAHAR DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM.
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DUYGU DÜZENLEME BECERİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ
TEZİN AMACI	Osmaniye ilinde lise öğrencisi olarak öğrenimine devam eden öğrencilerin sınıf düzeyi, cinsiyet, anne ve baba öğrenim durumları, ekonomik durumları gibi değişkenler açısından karşılaştırılması ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile duygu düzenleme becerilerinin ilişkisinin saptanması bu çalışmanın amacını ortaya koymaktadır. Bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerileri etkileşim halinde ise buna yönelik eğitimler ve seminerler bu çalışmanın sonucunda düzenlenebilir ve ergen gruptaki lise öğrencileri için uygun çalışmalar yapılabilir.
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Bu çalışmada, Osmaniye ilinde eğitim görmekte olan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin ve duygu düzenleme becerilerinin çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma Osmaniye ilinde belirlenen okullarda eğitim görmekte olan ve çalışmaya onaylayan öğrencilerle yürütülecektir. Çalışmaya katılan öğrencilere "Araştırmaya Gönüllü Katılım Formu" ve içeriğinde Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği ve kişisel bilgi formu bulunan anket formu doldurtulacaktır. Çalışmadan elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Version 20.0 paket programı kullanılacaktır. Araştırmada ANOVA, t-Testi, Corelation, frekans analizleri kullanılması öngörülmektedir. Çalışma sonucunda ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerileri arasında negatif yönlü korelasyon olması beklenmektedir. Diğer bir deyişle, ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça, duygu düzenleme becerilerinin azalması beklenmektedir. Anahtar Kelimeler: Ergenler, sosyal medya bağımlılığı, duygu düzenleme.
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	OSMANIYE MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ-Adnan Oğuz Anadolu Lisesi- Merkez Anadolu Lisesi- Şehit Hayrettin Mennan Proje Kız İmam Hatip Lisesi
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI-ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	OSMANIYE MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ (Osmaniye-Merkez)
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	Osmaniye ilinde Milli Eğitim Müdürlüğüne Bağlı Adnan Oğuz Anadolu Lisesi,Merkez Anadolu Lisesi ve Şehit Hayrettin Mennan Proje Kız İmam Hatip Lisesinde eğitim görmekte olan 9. sınıf,10.sınıf, 11.sınıf ve 12. sınıflarda eğitim görmekte olan lise öğrencilerine uygulanacaktır. Uygulamada kişisel bilgi formunun, ergenler için sosyal medya bağımlılığı Ölçeğinin ve ergenler için duygu düzenleme ölçeğinin ve araştırmaya gönüllü katılım metninin bulunduğu anket formunu doldurmaları istenecektir.
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇELERİN UYGULANACAĞI	Kişisel Bilgi Formu, Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği

EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)	1).....(1)Sayfa Kişisel Bilgi Formu. Bağımlılığı Ölçeği.	2) (1) Sayfa Ergenler İçin Sosyal Medya 3) (1)Sayfa Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği				
ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: ZİŞAN ESMA YILDIZ		ÖĞRENCİNİN İMZASI: (Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.) TARİH: 05/04/ 2021				
TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU						
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.						
2. Anılan konu psikoloji faaliyet alanı içerisine girmektedir.						
1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	ANA BİLİM DALI BAŞKANININ ONAYI				
Adı - Soyadı: Binnaz Kiran	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı: Şükrü UĞUZ				
Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı:	Unvanı: Prof. Dr.				
İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası:	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)				
22.04.2021	... / ... / 20....	22.04.2021				
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER						
Adı - Soyadı: Şahnaz ŞAHİNKARAKAŞ	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Mustafa Tevfik ODMAN	Adı - Soyadı: Hüseyin Mahir FİSUNOĞLU	Adı - Soyadı: Jülide İNÖZÜ
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.
İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)	İmzası: (Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.)
22.04.2021	22.04.2021	22.04.2021	22.04.2021	22.04.2021	22.04.2021	22.04.2021
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	<input checked="" type="radio"/>	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince incelenmiş olup, tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli izin verilmesi tarafımızca uygundur.				
OY ÇOKLUĞU İLE	<input type="radio"/>					
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ SEKRETERLİĞİNE ONAYLAR ALINMAK ÜZERE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA FORMDAKİ YAZI ON İKİ PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILACAKTIR.						

EK B. Etik Kurul Onayı Üst Yazısı

T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-050.01.04-2100002587
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu Kararı Alınması Hakkında

07.04.2021

REKTÖRLÜK MAKAMINA

İlgi: 09.03.2021 tarih ve E-81570533-050.01.01-2100001828 sayılı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu konulu yazınız.
İlgi tarihli yazınız kapsamında Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesindeki Lisansüstü Programlarda halen tez aşamasında kayıtlı olan **Ayşe Duman, Başak Aygün, Deniz Gizer, Selin Kaşıkçıoğlu, Zişan Esmâ Yıldız** isimli öğrencilerimize ait tez evraklarının "Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Onayları" alınmak üzere Ek'lerde sunulmuş olduğunu arz ederim.

Doç. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Ek : 5 Adet öğrenciye ait tez evrakları listesi.

EK C. Etik Kurul İzin Belgesi

T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

Sayı : E-81570533-044-2100003012
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurul İzni Hk.

22.04.2021

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : a) 07.04.2021 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2100002587 sayılı yazınız.
b) 14.04.2021 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2100002761 sayılı yazınız.

İlgi yazılarda söz konusu edilen Ayşe DUMAN, Başak AYGÜN, Deniz GİZER, Selin KAŞIKCIOĞLU, Zişan Esmâ YILDIZ, Betül KOCAMAN, Burcu GÜLEN KAYMAK TIRAŞ, Büşra DURMUŞ, Büşra MİSTİK isimli öğrencilerin tez evrakları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda incelenerek uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ünal AY
Rektör

EK D. Tez Anket İznı İstek Üst Yazısı

T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-044-2100003143
Konu : Zışan Esmalı YILDIZ'ın Tez Anket
İznı

27.04.2021

OSMANİYE İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı Zışan Esmalı YILDIZ isimli öğrencimiz, "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Çeşitli Değişkenlere göre İncelenmesi" konulu tez çalışmasını Mersin Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Binnaz KIRAN danışmanlığında halen yürütmektedir. Adı geçen öğrenci tez çalışmasında Osmaniye İl Millı Eğitim Müdürlüğüne Bağlı Adnan Oğuz Anadolu Lisesi, Merkez Anadolu Lisesi ve Şehit Hayrettin Mennan Proje Kız İmam Hatip Lisesinde öğrenim gören 9. sınıf, 10. sınıf, 11. sınıf ve 12. sınıflardaki lise öğrencilerini kapsamak üzere kopyası Ek'lerde sunulan anket uygulamasını yapmayı planlamaktadır. Üniversitemiz Etik Kurulunda yer alan üyelerin onayları alınmış olup, gerekli iznin verilmesi hususunu bilgilerinize sunarım.

Prof. Dr. Ünal AY
Rektör

Ek : Tez Etik Kurul Onay Dosyası

EK E. Lise İzin Belgesi

T.C.
OSMANİYE VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-33217192-605.01-25591541
Konu :: Araştırma İzni

26/05/2021

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 27/04/2021 tarih ve 2100003143 sayılı yazısı.

İlgi yazı ve ekleri İlimiz Eğitimi Araştırma ve Değerlendirme Komisyonu tarafından incelenmiş olup, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı, Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden Zişan Esmâ YILDIZ'ın İlimiz geneli Lise öğrencilerine gönüllülük esasına dayalı olarak ders saatlerini aksatmamak kaydı ile Okul Müdürlüğü'nün sorumluluğunda "*Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi*" konulu Yüksek Lisans çalışmasını yapması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Aydın ALBAK
İl Millî Eğitim Müdürü

OLUR
Adem YILMAZ
Vali a.
Vali Yardımcısı

EK F. Kişisel Bilgi Formu

Sayın Katılımcı, bu ankette yer alan bilgiler **Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Psikoloji Yüksek Lisans Programı** kapsamında bilimsel bir araştırma için kullanılmak üzere toplanmaktadır. Kimliğiniz ile alakalı hiçbir bilgi talep edilmemekle beraber vereceğiniz cevaplar araştırmacı tarafından gizli tutulacaktır. Cevaplarınızın gerçek ve samimi olması araştırma açısından çok önemlidir. Bilimsel bir araştırmaya katkı sağladığınız için teşekkür ederim.

Zişan Esmâ YILDIZ

1) Cinsiyetiniz: a) Kadın	b) Erkek
2) Sınıfınız: a) 9. Sınıf b) 10. Sınıf c) 11. Sınıf d) 12. Sınıf	
3) Ailenizin gelir durumunu nasıl nitelersiniz?	
a) Kötü	b) Orta c) İyi
4) Annenizin eğitim düzeyi nedir?	
a) Okul mezunu değil	
b) İlkokul	
c) Ortaokul	
d) Lise	
e) Üniversite	
f) Lisansüstü	
5) Babanızın eğitim düzeyi nedir?	
a) Okul mezunu değil	
b) İlkokul	
c) Ortaokul	
d) Lise	
e) Üniversite	
f) Lisansüstü	
6) Akıllı telefonunuz var mı?	
a) Evet	b) Hayır
7) Yaşadığınız yerde (ev-yurt vb.) internet bağlantısı var mı?	
a) Evet	b) Hayır
8) Kullandığınız sosyal medya uygulamalarını işaretleyiniz.	

(Birden fazla işaretlenebilir.

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Snapchat
- e) TikTok
- f) Diğer

9) Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?

- a) 0-1 saat
- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat
- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla

10) Günde kaç saat sosyal medya kullanıyorsunuz?

- a) 0-1 saat
- b) 1-2 saat
- c) 2-4 saat
- d) 4-6 saat
- e) 6 saatten fazla

EK G. Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Lütfen aşağıdaki ankette yer alan her bir maddeyi dikkatlice okuyarak, size en uygun gelen seçeneği 5 aralıklı ölçek üzerinden işaretleyiniz.

		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen/Ara Sıra	Çoğunlukla	Her zaman
	<i>Açıklama;</i> Saygıdeğer katılımcı, aşağıda verilen ifadeleri son 1 yıldaki sosyal medya (MySpace, Facebook, Bebo, LinkedIn, Tumblr, Bloglar, Instagram, WhatsApp, Viber, Line, Tango, Snapchat, Wikipedia, Podcast Apple iTunes, Forumlar, YouTube, Twitter, vb.) kullanımınızı düşünerek işaretleyiniz.					
1	Sosyal medyayı kullanmadığımda sinirli, endişeli veya üzgün olurum.	1	2	3	4	5
2	Aklımda sürekli sosyal medyada yaptığım veya yapacağım etkinlikler vardır.	1	2	3	4	5
3	Sosyal medyayı çok kullandığım için sinema, tiyatro, müzik, spor gibi diğer etkinliklere veya hobilerime zamanım kalmıyor.	1	2	3	4	5
4	Sosyal medyada gezinirken “biraz daha” diyerek süreyi uzatırım.	1	2	3	4	5
5	Sosyal medya iş, okul veya aile hayatımı olumsuz etkilemesine rağmen sosyal medyayı kullanmaya devam ediyorum.	1	2	3	4	5
6	Sosyal medya kullanımımı kontrol etmeye, azaltmaya veya durdurmaya çalışırken zorlanıyorum.	1	2	3	4	5
7	Kendimi mutlu hissetmek için sosyal medyayı daha fazla kullanırım.	1	2	3	4	5
8	Sosyal medyada harcadığım zaman miktarını ailemden veya çevremdeki insanlardan gizlerim.	1	2	3	4	5
9	Sosyal medyada harcadığım süre yüzünden insanlarla (aile, arkadaş ve sosyal çevre) ilişkilerimde ciddi çatışmalar yaşarım.	1	2	3	4	5

EK H. Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeği

Yaşamda zaman zaman insanların başlarına olumsuz, hoş olmayan olaylar gelir ve bu olaylara bazı tepkiler verilir. Bu tepkilerin bazıları düşüncelerle ilgili iken bazıları ise davranışlarla ilgilidir. Lütfen aşağıdaki her bir ifadeyi dikkatlice okuyarak, sıkıntı verici, olumsuz bir olay yaşadığınızda cümlede verilen durum veya davranışı ne sıklıkla yaptığınızı size en uygun olan seçeneğe çarpı işareti (X) koyunuz. Lütfen her ifade için sadece bir seçeneği işaretleyiniz ve hiçbir ifadeyi boş bırakmayınız.		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğu zaman	Her zaman
“Başıma olumsuz bir olay geldiğinde;						
1	Duruma ilişkin düşüncelerimi yeniden gözden geçiririm.	()	()	()	()	()
3	Durum üzerinde düşünüp anlamaya çalışırım.	()	()	()	()	()
5	Öfkemi/üzüntümü sözel olarak (örn. bağırarak, tartışarak gibi) başkalarından çıkarırım.	()	()	()	()	()
7	Başkalarını kötü hissettirmeye çalışırım (örn. kaba davranarak, onları görmezden gelerek).	()	()	()	()	()
9	Öfkemi/üzüntümü etrafımdaki eşyalardan çıkarırım.	()	()	()	()	()
11	Bazı düşünceler ve duygular sürekli kafamı meşgul eder (örn. aynı şeyi düşünür dururum).	()	()	()	()	()
13	Duygularımı içime atarım, saklarım.	()	()	()	()	()
15	Bu olaya ilişkin neler hissettiğimi birisiyle konuşurum.	()	()	()	()	()
17	Hareketli bir şeyler yaparım.	()	()	()	()	()
18	Başkalarından tavsiye isterim.	()	()	()	()	()

*Not: Bazı ölçek maddeleri ölçeği geliştiren araştırmacının isteği üzerine eklenmemiştir.