



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÇOCUK SAHİBİ OLAN BİREYLERİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIKLARI İLE ÇOCUK YETİŞTİRME TUTUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Rüveyda Nur TÜMSEK

**Tez Danışmanı
Dr.Öğr. Üyesi Mert AKCANBAŞ**

İSTANBUL – 2021

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÇOCUK SAHİBİ OLAN BİREYLERİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIKLARI İLE ÇOCUK YETİŞTİRME TUTUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Rüveyda Nur TÜMSEK

**Tez Danışmanı
Dr.Öğr. Üyesi Mert AKCANBAŞ**

İSTANBUL – 2021

YEMİN METNİ

Bu çalışmanın kendi tez çalışmam olduğunu, planlanmasından yazımına kadar hiçbir aşamasında etik dışı davranışımın olmadığını, tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.



ÖNSÖZ

Tez danışmanlığımı üstlenen sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi Mert AKCANBAŞ ve kıymetli hocam Doç. Dr. Hüseyin ÜNÜBOL başta olmak üzere İngilizce Psikoloji lisans ve Klinik Psikoloji Yüksek Lisans mezunu olduğum Üsküdar Üniversitesi'nin üzerimde emeği bulunan tüm akademik ve idari birimlerinin yönetici ve personellerine en derin şükranlarımı sunuyorum.

Tüm hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, her zaman güvenen ebeveynlerim babam Prof. Dr. Abdullah TÜMSEK ve annem Ebru&Hat sanatkarı Şenay ŞENGÜLER'e sonsuz teşekkürler.

Bu çalışmamı henüz kendisi farkında olmasa da moral ve motivasyon kaynağım olan biricik oğlum Hamza'ya armağan ediyorum.

RÜVEYDA NUR TÜMSEK

Eylül, 2021

ÖZET

Bilgi ve iletişim sektöründe yaşanan gelişmeler insanların yaşamlarını önemli oranda etkilemektedir. İnternetin gelişimi ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte insanların özel ve sosyal yaşamlarında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle sosyal medya kullanımının bireyin kişiler arası ilişkilerini ve aile ilişkilerini etkilediği görülmektedir. Bu nedenle sosyal medyanın bireylerin ilişkilerindeki etkisinin araştırılması önemli bir araştırma konusu olarak ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda bu çalışmada çocuk sahibi olan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla İstanbul ili Anadolu yakasında bulunan 2-6 yaş arası çocuk sahibi 453 ebeveyne Bireysel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Ebeveyn Tutum Ölçeğinden meydana gelen anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir.

Araştırma sonucuna göre, ebeveynlerde sosyal medya bağımlılığı “orta” düzeydedir. Ebeveynler çocuklarına karşı büyük çoğunlukla demokratik tutumu benimsemektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile demokratik tutum arasında negatif, otoriter ve izin verici tutum arasında ise pozitif ilişki bulunmaktadır. Yaş, eğitim durumu, çocuk sayısı ve sosyal medyada geçirilen günlük süreye göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir. Ayrıca demokratik tutum ile ebeveyn cinsiyeti, yaşı, çalışma durumu ve aile tipi, koruyucu tutum ile ebeveyn cinsiyeti, izin verici tutum ile ebeveyn cinsiyeti, yaş, gelir durumu, çalışma durumu ve otoriter tutum ile ebeveyn yaşı ve eğitim durumu arasında anlamlı ilişkiler belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, bağımlılık, sosyal medya bağımlılığı, ebeveyn tutumu.

ABSTRACT

Developments in the information and communication sector significantly affect people's lives. With the development of the internet and the spread of social media, great changes have occurred in people's private and social lives. It is observed that especially the use of social media affects interpersonal and family relationships of the individual. For this reason, researching the effect of social media on individuals' relationships has come to the fore as an important research topic. In this context, this study aimed to examine the relationship between social media addiction and child rearing attitude of individuals who have children. For this purpose, a questionnaire consisting of Information Form, Social Media Addiction Scale and Parental Attitude Scale was applied to 453 parents with children between the ages of 2-6 in the Anatolian side of Istanbul. The obtained data were analyzed with the SPSS package program.

According to the results of the research, social media addiction in parents is at "moderate" level. Parents mostly adopt a democratic attitude towards their children. There is a negative relationship between social media addiction and democratic attitude, and a positive relationship between an authoritarian and permissive attitude. Social media addiction levels of parents differ significantly according to age, educational status, number of children and daily time spent on social media. In addition, significant relationships were determined between democratic attitude and parental gender, age, employment status and family type, protective attitude and parental gender, permissive attitude and parental gender, age, income status, employment status and authoritarian attitude, parental age and educational status.

Keywords: Social media, addiction, social media addiction, parental attitude.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

YEMİN METNİ	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	2
2. GENEL BİLGİLER.....	4
2.1. Sosyal Medya ve Sosyal Medya Bağımlılığı.....	4
2.1.1. Sosyal Medya Kavramı.....	4
2.1.2. Sosyal Medya Araçları.....	6
2.1.2.1. Facebook.....	6
2.1.2.2. Twitter	7
2.1.2.3. Instagram	7
2.1.2.4. Youtube	8
2.1.2.5. Pinterest.....	8
2.1.2.6. Linked In	9
2.1.2.7. Snapchat	9
2.1.3. Türkiye’de ve Dünya’da Sosyal Medya Kullanımı	10

2.1.3.1. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	10
2.1.3.2. Dünya’da Sosyal Medya Kullanımı	13
2.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	16
2.1.4.1. İnternet Bağımlılığı	19
2.1.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Sebepleri	22
2.1.4.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanı Kriterleri.....	29
2.2. Anne-Babaların Çocuk Yetiştirme Tutumları	30
2.2.1. Otoriter anne-baba tutumu	31
2.2.2. İlgisiz (İhmal Edici) anne-baba tutumu	32
2.2.3. İzin verici anne-baba tutumu	33
2.2.4. Demokratik anne-baba tutumu.....	34
2.2.5. Koruyucu anne-baba tutumu	35
2.2.6. Mükemmeliyetçi anne-baba tutumu.....	35
2.2.7. Tutarsız anne-baba tutumu.....	36
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	37
3.1 Araştırma Modeli.....	37
3.2 Evren ve Örneklem	37
3.3 Veri Toplama Araçları	37
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	37
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	38
3.3.3. Ebeveyn Tutum Ölçeği.....	38
3.4. Verilerin Toplanması.....	39
3.5. Verilerin Değerlendirilmesi.....	40
4. BULGULAR.....	41
4.1. Ebeveynlerin Tanıtıcı Özellikleri.....	41
4.2. Tanımlayıcı İstatistikler	43

4.3. Ebeveyn Tutumu ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi	47
4.4. Ebeveynlerin Tanıtıcı Özelliklerine Göre Ebeveyn Tutumları ile Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması	47
5. TARTIŞMA	59
5.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Bulguların Tartışılması.....	59
5.2. Ebeveyn Tutumlarına Yönelik Bulguların Tartışılması.....	61
5.3. Ebeveyn Tutumu İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisine Yönelik Bulguların Tartışılması	66
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	68
6.1. Sonuçlar	68
6.2. Öneriler	69
7. KAYNAKLAR	71
EKLER	91
EK-1: Anket Formu	91
ÖZGEÇMİŞ	95
ÇALIŞMA/STAJ TECRÜBELERİ.1	95
Çalışma/Staj Tecrübeleri .2.....	96
EĞİTİM ve SERTİFİKALAR :.....	96

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Türkiye’de internet kullanan bireylerin kullanım amaçları (2019)	11
Tablo 2.2. Dünya çapında ilk on sosyal medya istatistikleri	15
Tablo 4.1. Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri	41
Tablo 4.2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	43
Tablo 4.3. Ebeveyn Tutum Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	44
Tablo 4.4. Ebeveyn Tutum Ölçeği Frekans Analizi Dağılımı	46
Tablo 4.5. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişki.....	47
Tablo 4.6. Cinsiyete Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	48
Tablo 4.7. Yaşa Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	48
Tablo 4.8. Eğitim Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	49
Tablo 4.9. Gelir Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	50
Tablo 4.10. Çalışma Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları.....	51
Tablo 4.11. Aile Tipine Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	52
Tablo 4.12. Çocuk Sayısına Göre Ebeveyn Tutumlarına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	53
Tablo 4.13. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	53
Tablo 4.14. Yaşa Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	54
Tablo 4.15. Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları.....	54
Tablo 4.16. Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları.....	55
Tablo 4.17. Çalışma Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları.....	55

Tablo 4.18. Aile Tipine Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	56
Tablo 4.19. Çocuk Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları.....	56
Tablo 4.20. Sosyal Medyada Geçirilen Günlük Süreye Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	57
Tablo 4.21. Sosyal Medya Kullanım Zamanına Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	57



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Cinsiyete göre internet kullanım oranları	10
Şekil 2.2. Yaşa göre internet kullanım oranları	12
Şekil 2.3. 2019 yılı Türkiye’de sosyal medya kullanıcı istatistikleri.....	12
Şekil 2.4. 2019 yılı Türkiye’de sosyal medya ve internet kullanıcı istatistiklerindeki değişimler.....	13
Şekil 2.5. 2019 yılı dünyada sosyal medya kullanımına ilişkin istatistikler.....	14
Tablo 2.2. Dünya çapında ilk on sosyal medya istatistikleri	15
Şekil 2.6. 2019 yılı sosyal medya kullanıcı oranları.....	16



KISALTMALAR

ANOVA	: Analysis of Variance
APA	: American Psychological Association
DSM-5	: The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 5. Ed. (Zihinsel Bozuklukların Teşhis ve İstatistik El Kitabı 5. Baskısı)
ICD	: International statistical classification of diseases and related Health problems
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WHO	: World Health Organization

1. GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Sosyal medya, sosyalleşme yoluyla, toplumdan veya birbirleriyle etkileşime giren kişilerin meydana getirdiği dijital bir ortamdır. Sosyal medya, sosyal bir iletişim aracıdır. Normal medyada, malzemenin sadece bilgi sağladığı tek yönlü bir iletişim mevcuttur. Buna örnek televizyon ve radyo verilebilir. Bu medya görsel bilgi sağlayabilir, ancak biz bilgileri görüntüleyen ve alıcı mesaj gönderen kişiye geri bildirim veremediğimiz için bu araçlar tek yönlüdür. İletişim süreci farklı unsurlar içerir. Bu ögeler mesaj, gönderen, kanal ve alıcıdır. Sosyal medyada kullanılan kanal internettir. Tıpkı bir konuşmada olduğu gibi, alıcı da gönderene geri bildirimde bulunabilir. Bu avantajlıdır, çünkü gönderen mesajın uygun şekilde teslim edilip edilmediğini bilir ve ayrıca gönderen, alıcının aldığı fikre ilişkin görüşünü de bilir. Son yıllarda, sosyal medya bilgisayar ekranlarından elde taşınır cihazların ekranlarına kadar çok geniş bir yayılma imkanı bulmuştur. Bir parmak dokunuşuyla fotoğrafları doğrudan telefonlardan sosyal medya hesapları yükleyebilme, mesajlara anında yanıt verebilme veya aile ve arkadaşların neler yaptığını takip edilebilmektedir. Cep telefonları her zaman kolların erişebileceği yerlerde, sosyal medyaya biraz aşık olmak çok kolay olabilir ve başkalarıyla olan ilişkileri olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığının kontrol altına alınması önemlidir.

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medyayı aşırı kullanmak için bir zorunluluk hali davranışı gösterdiği İnternet bağımlılığının bir biçimi olarak tanımlanabilmektedir (Griffiths, 2000; Starcevic, 2013). Sosyal medya bağımlılığı olan bireyler genellikle sosyal medyadan kullanımı konusunda yüksek düzeyde endişe duyarlar ve sosyal medyada oturma açma ve kullanma konusunda kontrol edilemeyen bir dürtü tarafından yönlendirilirler (Andreassen ve Pallesen, 2014). Araştırmalar, sosyal medya bağımlılığı semptomlarının ruh hali, biliş, fiziksel ve duygusal tepkiler ile kişilerarası ve psikolojik problemlerde ortaya çıkabileceğini göstermiştir (Błachnio vd., 2017; Kuss ve Griffiths, 2011; Tang vd., 2016; Zaremozhzabieh vd., 2014). Sosyal medya bağımlılığının sosyal paylaşım siteleri kullanıcıların yaklaşık% 12'sini etkilediği bildirilmiştir (Alabi, 2012; Wolniczak vd., 2013; Wu vd., 2013).

Maraşlı ve diğerleri (2016) sosyal medya paylaşımının kullanım sıklığını ve bir grup ebeveynin çevrimiçi olarak paylaştıkları bilgileri içerik analizi yoluyla incelemiştir. Araştırmacılar, Facebook'ta hesabı olan ve bu hesabı kullanan 219 ebeveyn üzerinde Facebook kullanımı üzerine çevrimiçi bir anket uygulamıştır. Ebeveynlerden de Facebook profillerini görüntüleme izni istenmiş ve içerikleri analiz edilmiştir. Ebeveynler tarafından çevrimiçi olarak paylaşılan bilgilerin, çok çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Sosyal medyanın keskinleştirme üzerine bir yansıması da vardır. İçerik paylaşımı sonuçları açısından, ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili çevrimiçi paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; çocuk sahibi olan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada aşağıda belirtilen sorulara yanıt aranacaktır:

- i. Anne-babaların sosyal medya bağımlılık düzeyleri nasıldır?
- ii. Anne-babaların çocuk yetiştirme tutumları nasıldır?
- iii. Anne-babaların sosyal medya bağımlılık düzeyleri bireysel özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermek-te midir?
- iv. Anne-babaların çocuk yetiştirme tutumları bireysel özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- v. Anne-babaların sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasında nasıl bir ilişki vardır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Ebeveynlerde internet bağımlılığı arttığında ergenlerde sorunlu davranışlara neden olabilmektedir (Lam, 2016). Ebeveyn internet bağımlılığının ebeveynlerin çocuklara karşı tutumları üzerinde de etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada çocuk sahibi olan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasındaki ilişki incelenecektir. Özellikle sosyal medya bağımlılığının

özümüne yönelik getirilecek yeni yaklaşım ve önerilerin araştırmalara katkı sağlayacağı değeriendirilmektedir.



2. GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı ve sosyal medya araçları, Türkiye’de ve dünyada sosyal medya kullanımı ele alınacak müteakiben sosyal medya bağımlılığı konusu çeşitli yönleriyle incelenecektir.

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal ağların tarihi insanlığın tarihi kadar eski olduğu ifade edilebilir (Akyüz, 2009). Sosyal ağ kavramı ilk olarak 1930'larda sosyolojik araştırmalarda grup dinamiği çalışmalarında kullanılmıştır (Vural ve Bat, 2010). Sosyal ağ kuramı, ağ üyeleri arasında kurulan ilişki ile alakalıdır (Keenan ve Sihri, 2009). Günümüzde ise sosyal ağlar dijitalleşmenin de etkisiyle dijital dünyada ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda günümüzde sosyal ağ denince sosyal medya platformları akla gelmektedir.

Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi şekilde birbirleri ile bağlantılar kurmalarını, iletişim sağlamalarını ve sosyal açıdan etkileşimlerde bulunmalarına imkan tanıyan web tabanlı uygulamalar için kullanılmakta olan bir kavramdır (Jones ve Ryan, 2012). Diğer medya türlerinden farklı kılan, kullanıcıların her türlü içeriği oluşturma, paylaşma ve yayınlama konusunda serbest olmasıdır. Sosyal medya esas olarak sosyalleşmek için kullanılır. İnsanlar bloglarda, sohbet odalarında, forumlarda, sosyal ağlarda vb. kişisel profiller oluşturarak etkileşim kurarlar. Sosyal medyanın yüksek kullanım oranı kişiselleştirilmiş doğasının bir sonucudur (Hazar, 2011). Sosyal medya günlük rutini kolaylaştırır ve kendine, sevdiklerine ve boş zaman aktivitelerine zaman ayırmaya yardımcı olur.

Zarella'ya (2010) göre, sosyal ağ, insanların hem çevrimdışı tanıdıkları hem de sadece çevrimiçi arkadaşları olan arkadaşlarla bağlantı kurdukları bir web sitesidir. Daha geniş manada sosyal ağlar, aynı ilgiye sahip kişilerin farklı faaliyetleri paylaştıkları çevrimiçi topluluklardır (Red Bridge Marketing, 2009). Boyd ve Ellison (2008)'a göre, sosyal ağlar kullanıcıların aşağıda ifade edilen hususları yapmasına imkan tanıyan web tabanlı site uygulamalarıdır:

- i. Sınırlı bir sistem içerisinde açık ya da yarı açık bir profil geliştirmek,

- ii. Paylaşımları diğer kullanıcıların sayfasında göstermek,
- iii. Başkalarının kişi listesine bakma imkanı tanımak, başkaları tarafından görülebilir olmak, kendi kişi listeleri üzerinde değişiklikler yapmaktır.

Mayfield (2008) sosyal medyanın temel özelliklerini beş ana başlık altında incelemiştir. Buna göre:

- i. Katılım: Sosyal medya herkesi katkıda bulunmaya ve geri bildirimde bulunmaya teşvik eden bir platform olduğundan takipçi ile takip eden arasındaki çizgi azalmıştır.
- ii. Açıklık: Sosyal medya, yukarıda belirtildiği gibi katılımı ve ifade özgürlüğünü teşvik etmekle ayrılmaktadır. Her türlü oylama, değerlendirme, paylaşma, eleştirme faaliyeti desteklenmektedir. İçeriğe ulaşmada veya içeriği serbest bırakmada engeller olduğunda, kullanıcılar alternatif platformlar aramaya eğilimlidir.
- iii. Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medya daha çok yayıncılıkla, sosyal medya da daha çok paylaşım ile ilgilidir. İki yönlü iletişim ve etkileşim bu noktada öne çıkmaktadır.
- iv. Topluluk: Sosyal medya, toplulukların verimli iletişim ile hızlı bir şekilde oluşmasına ve büyümesine olanak tanır. İnsanlar genellikle paylaşılan bir ilgi etrafında birleşir.
- v. Bağlantı: Sosyal medya siteleri genellikle birbirine, web sayfalarına, kaynaklara ve kişilere bağlantılar yoluyla bağlanır.

Mazman (2009) ise sosyal medyanın genel özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamaktadır:

- i. Çoğu sosyal ağ, kullanıcılar arasında e-posta, sohbet, anlık mesajlaşma, fotoğraf ve video paylaşımı ve blog oluşturma imkanı sağlayarak etkileşimi ve iletişimi kolaylaştırır,

- ii. Sosyal ağlar, kullanıcılarının veri tabanının kaydını tutar ve kullanıcılar arkadaşlarını kolayca bulur, gruplar oluşturur ve benzer ilgi alanlarına sahip başkalarıyla paylaşır.
- iii. Sosyal ağların çoğu ücretsizdir.
- iv. Sosyal ağların çoğu, kullanıcıların geri bildirimleri temelinde yeni özellikler ekler ve geliştirir. Ağların bazı açık sürümleri, kullanıcıların uygulama geliştirmesine ve bunları siteye entegre etmesine izin verir.
- v. Sosyal ağların çoğu, ilgi, tema ya da içeriğe bağlı olanlardan daha çok kişisel tabanlı çevrimiçi topluluklara odaklanır.

2.1.2. Sosyal Medya Araçları

Günümüzde dünya çapında ve ulusal düzeyde bir çok sosyal medya platformunun kullanıldığı görülmektedir. Çalışmanın bu kısmında dünyada en çok rağbet gören Facebook, Instagram, YouTube ve Twitter gibi öne çıkan sosyal medya araçları kısaca açıklanacaktır.

2.1.2.1. Facebook

Facebook dünyanın en popüler sosyal medya platformu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu platform 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından üniversite kampüsü dahilinde arkadaşlık ağı kurulması amacıyla kurulmuş, daha sonra süratle tüm dünyaya yayılmıştır (Nieborg ve Helmond, 2019; Helmond, Nieborg ve Vlist, 2019). Günümüzde bu platform üzerinden arkadaşlık ilişkileri kurulmakta, anlık mesajlar paylaşılmakta, işletmeler tarafından kurumsal bilgiler paylaşılmakta ve ticari reklamlar verilebilmektedir (Akar, 2010).

Kullanıcıların ücretsiz olarak kaydolabildiği Facebook'ta arkadaş ekleme, sohbet etme, yorum yapma, konum bildirme, gruplara katılma, fotoğraf video ve belge paylaşma, kişileri etiketleme, hikaye paylaşma gibi birçok özellik bulunmaktadır. Bahse konu özellikleri günümüzde kullanıcıların sıklıkla kullandığı görülmektedir (Swartz, 2015).

2.1.2.2. Twitter

Twitter adlı mikroblog uygulaması özellikle Facebook'un kullanımının yaygınlaşmasından ortaya çıkmıştır. Facebook'a göre daha çok bilgi ve rapor paylaşımının bu platformda yapıldığı görülmektedir. Özellikle olay yerinden bilgi ve görüntü paylaşarak milyonlara ulaşma imkânı bu uygulamanın temel özelliğini ifade etmektedir. Geniş kitlelere ulaşarak görsel, yazılı, sesli içerikler bu platform ile kolay bir şekilde paylaşılabilir. Bu platform ayrıca haber paylaşımında öne çıkarak geleceğin gazeteciliğini şekillendirdiği görülmektedir. Günümüzde hemen hemen bütün basın organları ve bireysel olarak gazeteciler Twitter'ı aktif olarak kullanmaktadır. Özellikle diğer sosyal ağlara göre hızlı haber ve mesaj paylaşma özelliği ile ayrılmaktadır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012).

Twitter da daha önceleri atılan mesajlar için 140 karakter sınırı olduğu görülürken günümüzde 280 karaktere kadar Tweet adı verilen mesajlar paylaşılabilir. Karakter sayısına ek olarak gönderilen mesajlarda video, ses kaydı, link, resim vb. birçok materyal paylaşılabilir (Ersöz-Karakulakoğlu ve Uğurlu, 2015). Bu özelliği sayesinde günümüzde milyonlarca kullanıcı Twitter üzerinde bilgi paylaşmakta, tartışmalar yapmakta ve gazetecilik faaliyetlerine destek sağlamaktadır.

2.1.2.3. Instagram

Mobil bir sosyal paylaşım platformu konumunda olan Instagram, 2010'da kurulmuştur. Instagram, Türkçe'de "anlık" anlamına gelen İngilizce "instant" kelimesi ile "telgraf" anlamına gelen "telegram" kelimesinin birleşimi ile oluşturulmuştur. Bu platform kısa bir süre sonra çok popüler hale gelmiş ve Instagram'ı 2012 yılında Facebook satın almıştır. Fotoğraf ve videolar paylaşmak amacıyla kullanılmakta olan Instagram, akıllı telefon uygulaması ile fotoğraflara dijital filtreler uygulanmasını müteakip kullanıcıların fotoğraflarını paylaşması ya da almasına imkan tanıyan bir sosyal paylaşım ağıdır. Kullanıcılar tarafından çekilen ve Instagram'da yayınlana fotoğraflar diğer sosyal ağlarda da kolaylıkla paylaşılabilir. Kullanıcıların fotoğraflar aracılığı ile yaşamlarını daha eğlenceli hale getiren, bu fotoğrafları süratli bir şekilde paylaşmalarına imkan tanıyan Instagram bu özellikleri ile en popüler sosyal ağlardan biri haline gelmiştir. Ayrıca insanların sosyal ağ kurmaları ve mesajlaşmasına imkan tanıyan

bu platform, insanların birbirleri ile etkileşimlerde bulunmasına imkan tanımaktadır (Türkmenoğlu 2014).

2.1.2.4. Youtube

Dünyada en popüler ve yaygın bir şekilde kullanılan video paylaşım platformu konumuna sahip olan YouTube 2005’de kurulmuştur. Daha sonra Google çatısına dahil olan bu platform güçlü bir altyapısı ile Web 2.0 teknolojisinin kayda değer bir unsuru haline gelmiştir (Miller, 2012). YouTube, abonelerin video yükleyebileceği ve başkaları tarafından paylaşılan videolara yorum yapabileceği bir internet platformudur. Diğer video paylaşım uygulamalarının yanında, YouTube açık arayla en popüler olanıdır (Akar, 2010). 2005 yılında üç internet yatırımcısı tarafından kurulan YouTube, çok başarılı olmuş ve 1.65 milyar dolar ödeyen Google tarafından satın alınmıştır (Meriç, 2010). Bu platform aynı zamanda pazarlama, tanıtım ve reklamlar için önemli bir araçtır. Bu amaca yönelik videolar milyonlarca insana ulaşabilir ve şirketlere getirebileceği kazançlarda fark yaratabilir (Weinberg, 2009).

Google şirketler grubuna (Alphabet) dahil olması ile birlikte daha da büyüyen ve önemli bir platform haline gelen YouTube çeşitli içerikleri ile her gün milyonlarca kişiye ulaşılmasına imkân tanımaktadır. Bu özelliği sayesinde günümüzde pazarlama profesyonelleri, ajanslar, politikacılar, gazeteciler ve çok çeşitli bireysel kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir (Castells, 2009). Görsel içeriklerin sosyal medyada paylaşılmasının artmasıyla birlikte YouTube’un çok büyük bir avantaj kazanmasına neden olmuştur. Geleneksel medya uygulamalarının çok ötesinde önemli bir medya platformu olarak milyonlarca bireysel kullanıcıya ulaşım imkanı Youtube tarafından sağlanmaktadır. Bu da platformu çeşitli kişi ve kurumlar için cazip hale getirmektedir

2.1.2.5. Pinterest

Pinterest, resme dayalı çevrimiçi sosyal ağların bu popüler kategorisine en son eklenenlerden biridir. Pinterest, 2010 yılında ilk olarak kullanılmaya başlanan ve o zamandan beri çok fazla kullanıcı ve ilgi kazanan görüntü tabanlı bir çevrimiçi sosyal ağıdır. Pinterest, kurulduktan 3 yıl içinde 48,7 milyon gibi yüksek bir kullanıcı üye rakamına ulaşmıştır. Pinterest, lansmanından itibaren bir yıl içinde Time Magazine tarafından “2011’in En İyi 50 Web Sitesi” arasına girmiştir (Cracken, 2011). Ayrıca 10

milyon tekil ziyaretçi eşiğini geçen en hızlı site olmuştur (Constine, 2012). Bu muazzam büyüme Pinterest'i önemli bir sosyal medya platformu haline getirmiştir.

2.1.2.6. Linked In

LinkedIn, dünyanın en büyük iş ağlarından biri olarak öne çıkmaktadır. *“Bir kişinin mesleki hayatındaki (profesyonel) ilişkileri, başarısının anahtarıdır”* felsefesini benimseyen LinkedIn, çalışanların, girişimcilerin, işletmelerin iş bağlantısı kurması ve iş dünyasında sosyal ağlar kurulmasına imkan tanımaktadır (Kuduğ, 2011). LinkedIn, profesyonellerin iş ilişkileri için bilgi paylaşımlarını sağlayan profesyonel bir ağ geliştirme sitesidir (Akar, 2010). LinkedIn kendisini dünyanın dört bir yanından, birçok endüstriyi temsil eden milyonlarca deneyimli profesyonelden oluşan dijital bir ağ olarak tanımlamaktadır. LinkedIn, profesyonel ilişkileri sürdürmek ('sadece kartvizit değişimi' yerine), iş aramak ve adayları işe almak, sorunlara çözüm alışverişi yapmak ve yüksek kaliteli pasif (çalışan) adaylar bulmak için kullanılabilir (Safko, 2010).

LinkedIn, özelleştirme ve entegrasyon açısından en kısıtlayıcı sosyal ağıdır. Herhangi bir fotoğraf paylaşım özelliği içermez ve kullanıcıların yalnızca profillerine kendi fotoğraflarını göndermelerine izin vermektedir. LinkedIn'in temel işlevi profesyonel ağ oluşturmaktır, bu nedenle iş arayanlar ve işe alımcılar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. LinkedIn, üyeler arasındaki iletişimi kısıtlar, böylece yalnızca doğrudan iletişim kurulan kişiler birbirleri ile mesajlaşabilir. LinkedIn pazarlamacılar için en faydalı sosyal ağlardan biri olarak ön plana çıkmaktadır (Zarella, 2010).

2.1.2.7. Snapchat

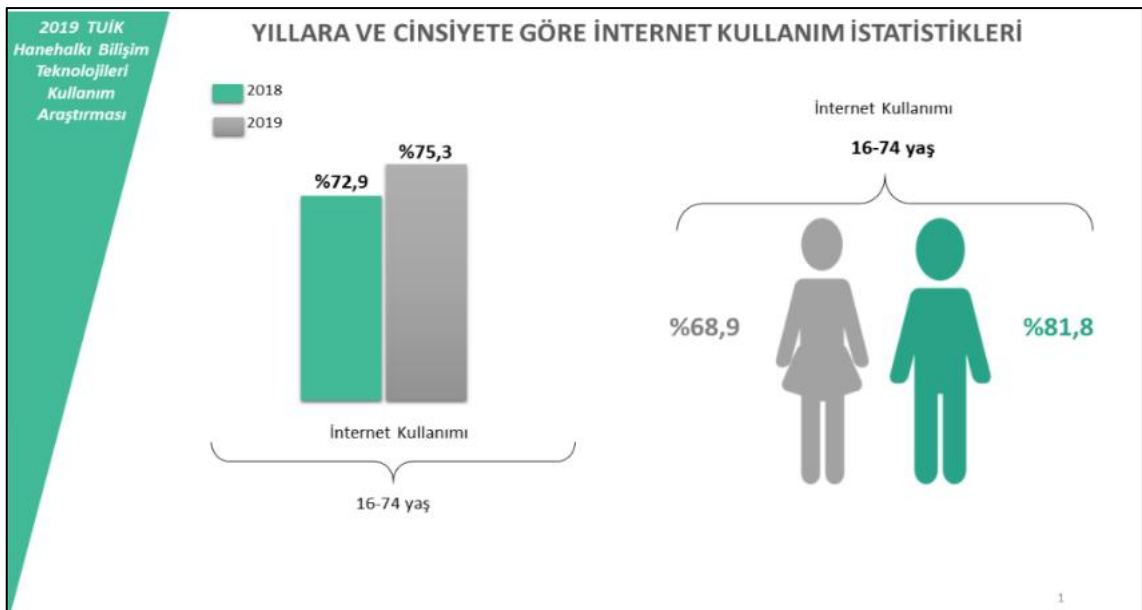
2011 yılında kullanılmaya başlanan Snapchat uygulaması Facebook ve Instagram platformlarından sonra gelen önemli bir sosyal paylaşım sitesi konumunu kazanmıştır. Bu uygulama insanların anlık olarak çektiği fotoğrafları arkadaşlarına göndermesine izin vermektedir. Paylaşımların fotoğraf ve video olarak yapılmasına imkân tanımaktadır. Ancak videolarda azami süre 10 saniye sınırlandırılmıştır. Mesajı alan kişiler dosya silinmeden önce yalnızca bir kere görüntüleme şansına sahiptir. Kullanıcılar bu paylaşımları ile 24 saatlik bir “hikayem (my story)” oluşturabilir. Bu paylaşımlar kitlesel olarak yapılmadığından Facebook ve benzeri sosyal ağlara göre daha özel iletişim seçeneği sunmaktadır (Utz vd., 2015).

2.1.3. Türkiye’de ve Dünya’da Sosyal Medya Kullanımı

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye’de ve Dünya’da internet ve sosyal medya kullanımına yönelik istatistiksel veriler paylaşılacaktır.

2.1.3.1. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

Türkiye’de internet ve bilgisayar teknolojilerinden istifade etme oranı sosyal medya kullanımı ile ilgili fikir sağlaması açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir. Bu bağlamda Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasının sonuçları önemli bilgileri içermektedir. Bahse konu araştırmada 2019 yılında ülkemizde hanelerin %88,3’ünün evden internete eriştiği ifade edilmektedir. Bahse konu oranın 2018 yılında %83, 8 olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan geniş bant internet erişim imkanı olan hanelerin oranının ise % 87,9'a ulaşmıştır. Bu kapsamda, hanelerin % 49,1'i sabit geniş bant bağlantısıyla (Kablolu internet, ADSL, fiber vb.) internet erişimini sağladığı görülürken, % 86,9'u mobil geniş bant ile internete erişim sağladığı görülmektedir. Bahse konu araştırmaya göre ülkemizde internet kullanımının istatistiklerinde oranların yükseldiği gözlenmektedir. Bu kapsamda 16-74 yaş arasında genel kullanımın toplamda %75,3 düzeyinde olduğu görülürken, erkeklerin (%81,8) internet kullanım oranı kadınlara (%68,9) göre daha yüksek olduğu gözlenmektedir (TÜİK, 2019).



Şekil 2.1. Cinsiyete göre internet kullanım oranları

Kaynak: Bayrak, 2019a.

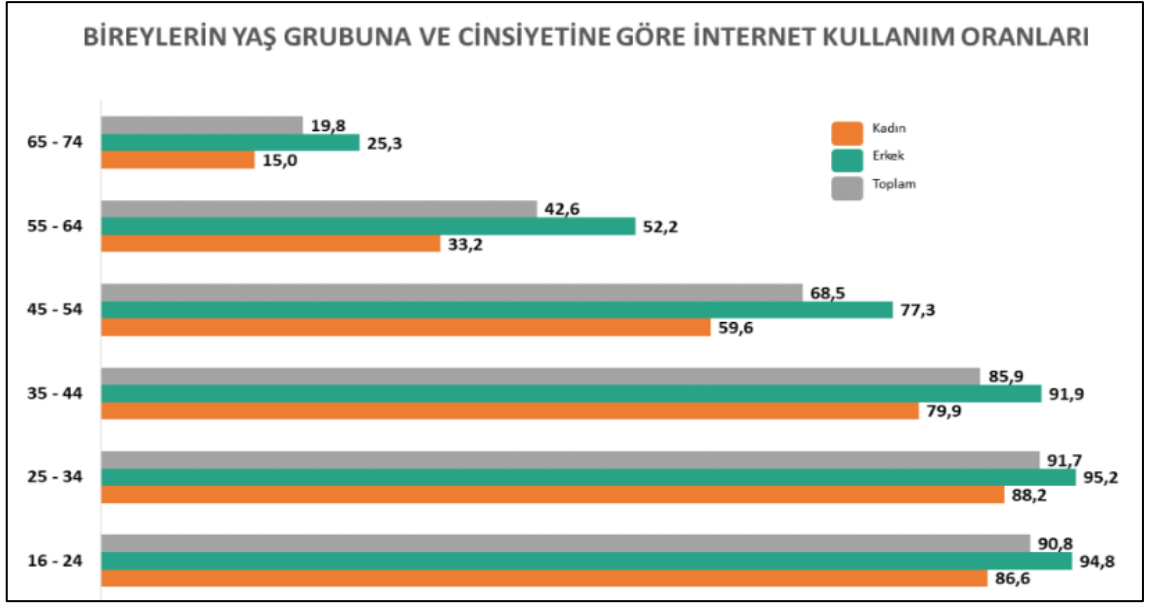
Ayrıca araştırmada yer alan ve aşağıdaki Tablo 2.1 incelendiğinde sosyal medya kullanımının internet kullanımı kapsamında kayda değer bir yere sahip olduğu görülmektedir (TÜİK, 2019).

Tablo 2.1. Türkiye’de internet kullanan bireylerin kullanım amaçları (2019)

Amaçlar	Toplam	Erkek	Kadın
E-Posta gönderme / alma	46,2	52,5	38,8
İnternet üzerinden telefonla görüşme/ video görüşmesi	82,7	80,7	85,0
Sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma	81,4	84,5	77,7
Mesajlaşma	93,9	93,3	94,6
Çevrimiçi haber okuma	69,8	74,5	64,3
Sağlıkla ilgili bilgi arama (yaralanma, hastalık, beslenme, vb.)	69,3	65,9	73,2
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	65,0	68,5	60,9
Web siteleri aracılığıyla görüş paylaşma	23,6	25,8	20,9
Toplumsal veya siyasi bir konuda online bir oylamaya katılma	9,1	11,0	6,8
İş arama ya da iş başvurusu yapma	10,6	11,2	9,9
Kendi oluşturduğunuz metin, fotoğraf, müzik, video, yazılım vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme	42,5	44,5	40,2
Müzik dinlemek (Web radyosu dahil)	71,5	72,6	70,2
İnternet bankacılığı	47,1	59,0	33,0

Kaynak: Bayrak, 2019a.

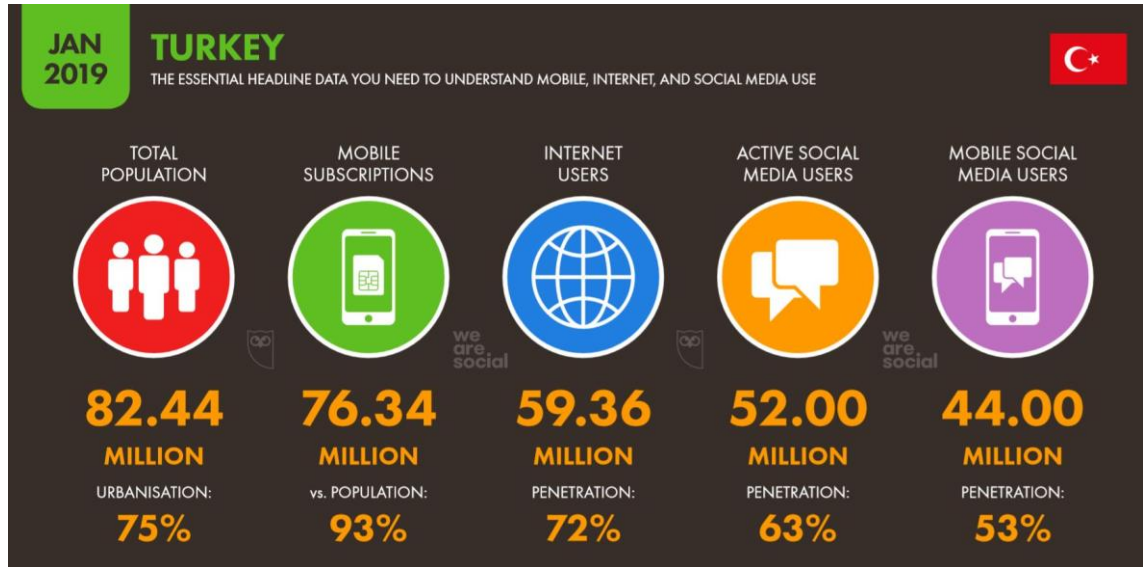
Ayrıca yaş gruplarına göre kullanım incelendiğinde interneti en çok kullanan yaş grubunun 25-34 yaş arası ve 16-24 yaş arası bireylerin olduğu gözlenmektedir. Ayrıca yaş düzeyi arttıkça kullanım oranlarının azaldığı da anlaşılmaktadır (TÜİK, 2019).



Şekil 2.2. Yaşa göre internet kullanım oranları

Kaynak: Bayrak, 2019a.

Türkiye’de sosyal medya kullanımı incelendiğinde 2019 yılında nüfusun %63’ünün (52 milyon aktif kullanıcı) sosyal medya kullanıcısı olduğu gözlenmektedir. Ayrıca nüfusun %53’ünün de aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir (Bayrak, 2019b).

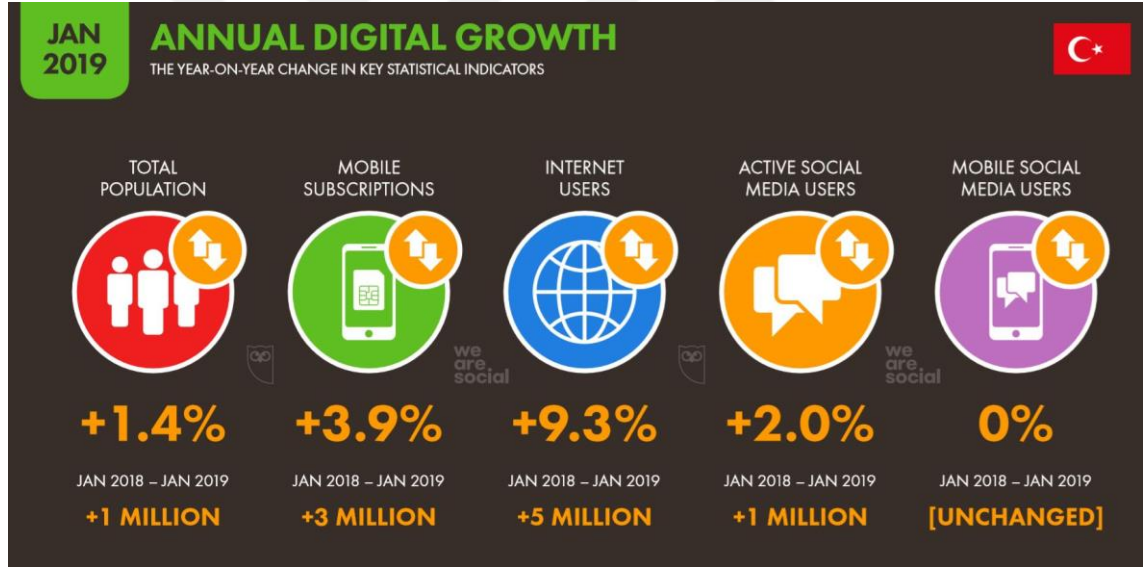


Şekil 2.3. 2019 yılı Türkiye’de sosyal medya kullanıcı istatistikleri

Kaynak: Bayrak, 2019b.

Ülkemizde yıllık olarak internet ve sosyal medya kullanımındaki değişimlerin istatistiklerine bakıldığında aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir (Bayrak, 2019b):

- i. İnternet kullanan bireylerin oranında %9,3'lük bir artış meydana gelmiştir. Kişi olarak ise ilave 5 milyon kullanıcının eski rakamlara eklendiği gözlenmiştir
- ii. Aktif sosyal medya kullanıcıların sayısında da 1 milyonluk bir artış gerçekleşmiş, oran olarak bu artış ise %2 seviyesinde olmuştur.
- iii. Mobil sosyal medya kullanıcı sayısında ise 2018 yılına göre bir değişim olmadığı tespit edilmiştir.
- iv. Sosyal medya ve anlık mesajlaşma programlarının kullanımı incelendiğinde en çok YouTube (%92) kullanılmış, bu platformu sırasıyla Instagram (%84), WhatsApp (%83) ve Facebook (%82) takip etmiştir.



Şekil 2.4. 2019 yılı Türkiye’de sosyal medya ve internet kullanıcı istatistiklerindeki değişimler

Kaynak: Bayrak, 2019b.

2.1.3.2. Dünya’da Sosyal Medya Kullanımı

Dijital 2019 raporları, İnternet kullanıcılarının her gün ortalama bir milyondan fazla yeni kullanıcı tarafından büyüdüğünü ve bu kullanıcıların eskilerine ilave olarak artık çevrimiçi olduğunu ortaya koymaktadır. İnterneti kullananların sayısı 2018 yılında artmış ve Ocak 2018’den bu yana her gün ilk kez bir milyondan fazla insanın çevrimiçi

olduğu bilinmektedir. “Hootsuite and We Are Social” Digital-2019 raporu bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Geçtiğimiz yıl, Ocak 2019 itibariyle dünya genelinde 5.11 milyar ayrı ayrı mobil kullanıcı olduğu Şekil 2.1’de görülmektedir. 2019’da Ocak 2018’e göre 366 milyon (yüzde 9) artışla 4.39 milyar internet kullanıcısı olduğu gözlenmektedir. 2019’da 3.48 milyar sosyal medya kullanıcısı vardır ve dünya genelinde toplam geçen yıla göre 288 milyon (yüzde 9) artmıştır. 3.26 milyar Kişi mobil cihazlarda sosyal medyayı Ocak 2019’da kullanmakta ve 297 milyon yeni kullanıcı yıllık bazda yüzde 10’dan fazla artış göstermektedir (Kemp, 2019).



Şekil 2.5. 2019 yılı dünyada sosyal medya kullanımına ilişkin istatistikler

Kaynak: Kemp, 2019.

Ortalama olarak, dünyanın internet kullanıcıları her gün çevrimiçi olarak 6 saat 42 dakika geçirmektedir. Bu, geçen yılın rakamı olan 6 saat 49 dakikasından biraz düştüğünü göstermektedir, ancak bu düşüşün sebebinin kısmen interneti kullanmayı yeni öğrenen ve interneti daha az kullanan çok sayıda yeni kullanıcı nedeniyle olabileceği yönündedir. İnsanların sosyal medyada geçirdiği zamanın 2019 yılında biraz da olsa arttığı görülmektedir. GlobalWebIndex, ortalama bir sosyal medya kullanıcısının şu anda sosyal platformlarda her gün 2 saat 16 dakika harcadığını bildirmektedir. 2018 yılında bu sürenin 2 saat 15 dakika olduğu ve 2019 yılında küçük bir artış olduğu gözlenmiştir. Bu rakam toplam internet kullanım süresinin üçte birine denk geldiği, uyanık kalınan sürenin de yedide birine denk geldiği ileri sürülmektedir (Kemp, 2019).

Aşağıdaki tablo dünya çapında sosyal medya kullanımını göstermektedir. Mayıs 2019 itibariyle, sosyal medya kullanıcılarının% 69.52'si Facebook kullanmış, % 13.61'i Pinterest kullanmış, % 6.11'i ise Twitter kullanmıştır. Tabloda da verilen ve sık kullanılan diğer sosyal medya platformları ise YouTube, Instagram, Reddit, Tumblr, Google+, VKontakte ve LinkedIn'dir. 2020 yılı Haziran ayı itibariyle en çok kullanılan platform %74 ile Facebook olmuş, bu platformu sırasıyla Pinterest, Twitter, YouTube, Instagram ve Tumblr takip etmiştir (Global Stats, 2020).

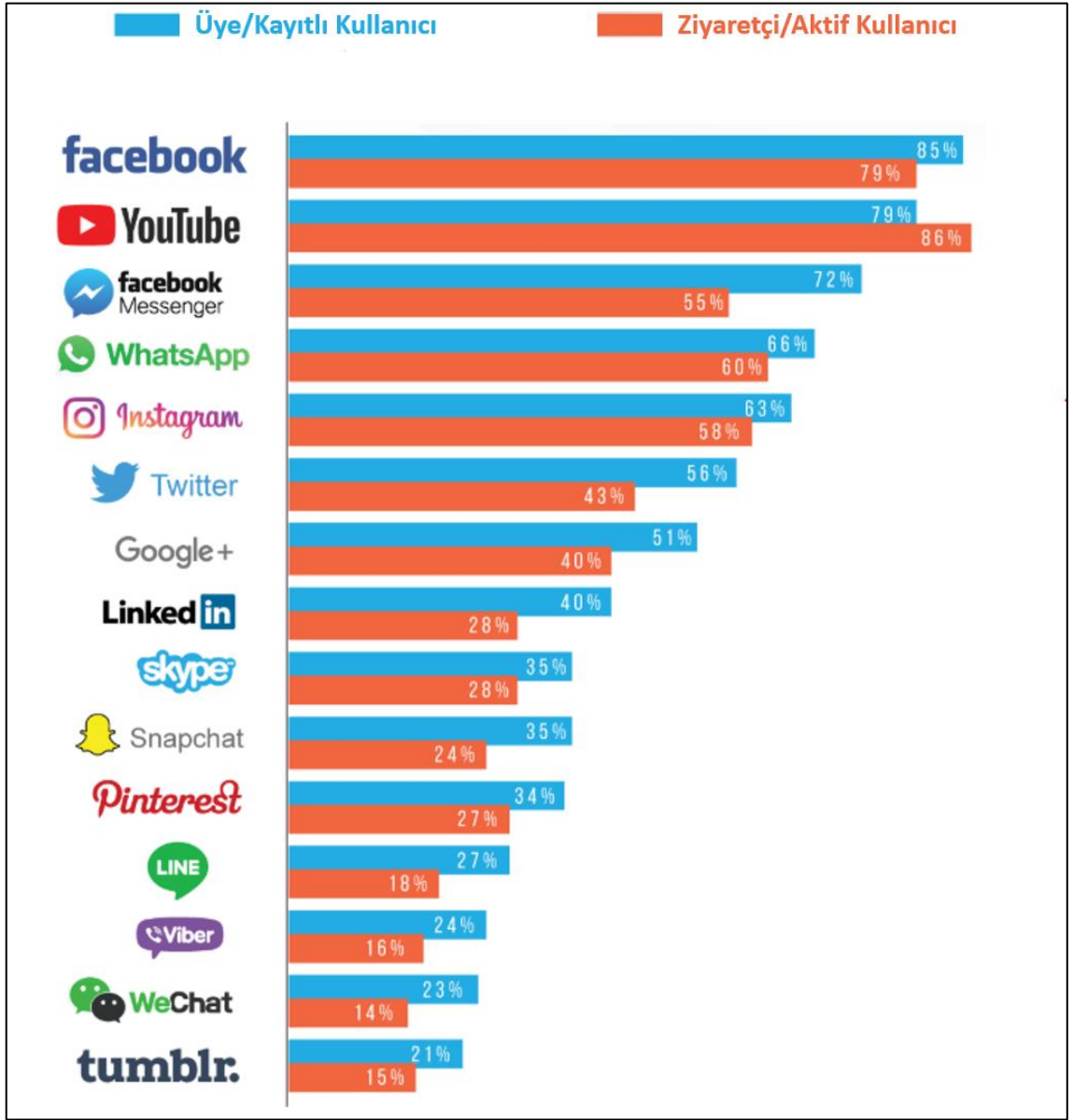
Tablo 2.2. Dünya çapında ilk on sosyal medya istatistikleri

Date	Facebook	Pinterest	Twitter	YouTube	Instagram	reddit	Tumblr	Google+	VKontakte	LinkedIn
2018-04	65.73	15.06	6.81	7.9	1.64	0.67	0.93	0.36	0.3	0.25
2018-05	66.92	13.97	6.78	7.89	1.8	0.47	0.85	0.33	0.43	0.24
2018-06	63.03	14.23	8.29	9.66	2.16	0.46	0.91	0.33	0.29	0.27
2018-07	63.71	14.88	8.07	8.62	2.41	0.36	0.83	0.26	0.32	0.3
2018-08	65.15	13.49	8.49	8.58	2.37	0.38	0.79	0.25	0.18	0.27
2018-09	66.25	12.84	8.8	7.97	1.94	0.36	0.95	0.4	0.21	0.25
2018-10	66.81	12.99	8.57	7.45	1.88	0.36	1.07	0.35	0.27	0.19
2018-11	69.33	13.05	7.08	6.14	1.94	0.52	1.07	0.41	0.2	0.2
2018-12	66.33	16.25	8.24	4.77	1.77	0.77	0.96	0.38	0.22	0.24
2019-01	65.88	16.36	9.1	3.97	1.69	1.42	0.72	0.31	0.28	0.23
2019-02	68.95	15.15	7.41	3.76	1.56	1.71	0.66	0.26	0.22	0.25
2019-03	67.46	16.96	7.26	3.92	2.21	0.83	0.61	0.24	0.3	0.16
2019-04	68.36	16.26	6.72	4.59	2.21	0.62	0.62	0.02	0.34	0.18
2019-05	69.52	13.61	6.11	4.38	2.02	3.23	0.58	0	0.32	0.18

Kaynak: Global Stats, 2020.

Günümüzün sosyal ağ çağında, Facebook dünya çapında (Çin hariç-Çünkü Çin'de yerel sosyal medya platformları kullanılmaktadır) internet kullanıcısının% 85'ini hesaba katarak sektöre hâkimdir. YouTube ikinci sırada, Facebook Messenger üçüncü sıradadır. WhatsApp, Instagram ve Twitter da kayda değer payları ile bu platformları takip etmektedir. Mesajlaşma servisleri söz konusu olduğunda, Facebook Messenger ve WhatsApp ön planadır. Facebook Messenger daha fazla kullanıcısı olsa da WhatsApp 1 aylık olarak daha fazla kullanıcı tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Snapchat bu uygulamaları takip eden önemli bir sosyal medya platformudur. YouTube'daki kullanıcıların çoğunluğu, hesaplarına giriş yapmayan telefon uygulamasından takip eden ziyaretçilerdir. Çoğu YouTube kullanıcısı 16 ila 24 yaşları arasındadır. 16 ila 24 yaş

arasındaki yaş grubunun da Instagram'ı daha aktif kullandığı da ileri sürülmektedir (Ahmad, 2019).



Şekil 2.6. 2019 yılı sosyal medya kullanıcı oranları

Kaynak: Ahmad, 2019.

2.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı

Davranışsal bağımlılığın birçok alanında, bazı aşırı davranışların gerçekten bağımlılık olarak kabul edilip edilemeyeceği tartışılmaktadır. Özel bir internet bağımlılığı türü olan sosyal medya bağımlılığı bu bağlamda tartışılmaktadır. Griffiths (2013) bir davranış bağımlılığı olarak tanımlamak için altı temel bileşen önererek bu tartışmaya

önemli bir katkıda bulunmuştur. Bu altı bileşen, göze çarpma, hoşgörü, ruh hali değişikliği, tekrarlama, geri çekilme ve çatışmadır (Griffiths, 2013). Bu altı bileşene sahip bir davranışın bağımlılık olarak tanımlanabileceğini belirtir. Konuyu daha anlaşılır hale getirmek için Griffiths (2013) bu altı bileşeni şu şekilde açıklamaktadır:

- i. Dikkat Çekme: Bu, sosyal ağ bir kişinin hayatındaki en önemli etkinlik haline geldiğinde ve onun düşünmesine, duygularına ve davranışına egemen olduğunda ortaya çıkar. Örneğin, insanlar aslında sosyal ağlarla meşgul olmasalar bile, bir dahaki sefere olacaklarını sürekli düşüneceklerdir.
- ii. Duygu durum değişikliği: Bu, insanların sosyal ağların bir sonucu olarak rapor ettikleri öznel deneyimleri ifade eder ve bir başa çıkma stratejisi olarak görülebilir.
- iii. Tolerans: Bu, eski ruh hali değiştirici etkilere ulaşmak için artan miktarlarda sosyal ağ faaliyetinin gerekli olduğu süreçtir. Bu, temel olarak sosyal ağlarla uğraşan insanlar için, her gün sosyal ağları harcadıkları zamanı yavaş yavaş artırdıkları anlamına gelir.
- iv. Yoksunluk belirtileri: Bunlar, insanlar hasta oldukları, tatildayken, yasaklandığı vb. nedeniyle sosyal ağa giremedikleri zaman ortaya çıkan hoş olmayan duygu durumları ve / veya fiziksel etkilerdir (örneğin, sallanma, huysuzluk, sinirlilik).
- v. Çatışma: Bu, bir kişi ile o kişinin etrafındaki çatışmalar (kişilerarası), diğer faaliyetlerle (sosyal yaşam, hobiler ve ilgi alanları) çatışmalar veya kişinin kendi içinden (intrapsişik çatışma ve / veya öznel kontrol kaybı hissi) çatışmalar olabilir. Bu çatışmalar sosyal ağlarda çok fazla zaman geçirmeyle ilgilidir.
- vi. Tekrarlama: Bu, sosyal ağlara aşırı şekilde tekrar tekrar geri dönme ve hatta kişisel kontrol dönemlerinden sonra hızla geri yüklenme eğilimidir.

Günümüzde, sıradan kullanıcılar tarafından sosyal medya uygulamalarının yoğun kullanımı artmıştır; ve bu bağımlılık endişelerini artırmıştır. Anketler sürekli olarak gençlerin ve öğrencilerin genel popülasyondaki sosyal ağlardan en fazla faydalandıklarını göstermektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Çevrimiçi ağların kullanımındaki hızlı artış -özellikle harcanan zamana bağlı olarak - bazı araştırmacıların

aşırı sosyal ağ oluşturma'nın bireylerde bağımlılığa yol açabileceğini iddia etmesine yol açmıştır (Griffiths ve Pontes, 2014; Sussman vd., 2011). Zaman zaman, bireyler sosyal ağları yaygın olarak kullanmak gibi potansiyel olarak bağımlılık yaratan çeşitli eylemlere sahip olabilirler. Bu davranışların her zaman bağımlılık yapması gerekmez, bazen sadece bağımlılığa yol açan davranışlardır.

Sosyal medya bağımlılığı kavramı duysal, davranışsal ve bilişsel süreçler içerisinde gelişen ve insanları günlük yaşamını, aile hayatını, kariyerini etki altına alan, bireylerin duygu durum düzenleme, yinleme, çatışma vb. problemlere neden olan psikolojik bir sorun olarak tanımlanabilmektedir (Tutgun-Ünal, 2015). Bu sorun sosyal medya platformlarında aşırı düzeyde zaman geçirme ile ortaya çıkabilmektedir. Giderek önemli bir psikolojik sorun haline alan bu bağımlılık, sosyal medyaya girilmediğinde bireyde rahatsızlık ve eksik hissetme gibi bir takım duygulara neden olduğu ifade edilmektedir. Aşırı şekilde sosyal medyaya bağımlılık olması ise bireyin yaşamının diğer alanlarında yabancılaşmaya ve uzaklaşmaya neden olabileceği ileri sürülmektedir (Otrar ve Arın, 2014).

Sosyal medya bağımlılık düzeyleri üzerine yapılan çalışmalar değişen sonuçlar vermiştir, çünkü bazıları yoğun kullanımın olumsuz sonuçlarıyla ilgilenirken, diğerleri sosyal medya kullanımı yoluyla kazanımlara odaklanmıştır. Bununla birlikte, son araştırmalar sosyal medyaya daha fazla erişimin daha büyük endişeler getirdiğini göstermiştir. Ancak sosyal medya bağımlılığı, sosyal ağların başlangıç yıllarından bu yana önemli bir sorun haline gelmiştir. Örneğin, Davies ve Cranston (2008), katılımcıların (gençlik üzerinde çalışan 120 yönetici ve uygulayıcı) çevrimiçi sosyal ağın diğer faaliyetlerin ve insanlar arasındaki yüz yüze sosyal etkileşimin yerini alacağından korktuğunu bulmuşlardır. Katılımcılardan çevrimiçi sosyal ağlarla ilişkili riskleri belirlemeleri istendiğinde, % 23'ü bağımlılığı endişe kaynağı olarak bildirirken, diğerleri zorbalığa maruz kalma (% 53), kişisel bilgilerin açıklanması (% 35) ve cinsel saldırı (% 22) risklerinin olduğunu bildirmiştir.

Koç ve Gülyagcı (2013) Facebook bağımlılığının kullanım süresi, sosyal motivasyonlar, depresyon, kaygı ve uykusuzluk gibi faktörlerle ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Ancak demografik faktörlerle ilgili anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Çeşitli çalışmalarda, araştırmacılar Facebook'a sık erişimin psikiyatrik bozuklukların klinik belirtileri ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır (Rosen vd., 2013). Sosyal medyanın

aşırı kullanımı insanların başkalarıyla geliştirdiği ilişkilerin kalitesini tehlikeye atarak kişiler arası ilişkileri bozabildiği ve özsaygıyı azaltabildiği rapor edilmiştir (Tokunaga, 2011; Peter ve Valkenburg, 2006).

2.1.4.1. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, 1996 yılında Young tarafından “İnternet Bağımlılığı: Yeni bir klinik bozukluğun ortaya çıkışı” başlığı ile çıkan ve bu alanda çığır açan makalesinde bir bozukluk olarak tanımlanmıştır (Young, 1996). Madde bağımlılığı için mevcut Mental Bozuklukların Teşhis ve İstatistik El Kitabı 4. baskı (DSM-4) kriterlerine dayalı olarak İnternet bağımlılığı için tanı kriterleri önermiştir. 1999'da, David Greenfield de İnternet bağımlılığının bir bağımlılık bozukluğu biçimi olmasını önermiştir (Greenfield, 1999). Bu araştırmacılar, internet kullanımı ile madde kullanımının tolerans ve geri çekilme semptomlarının benzer özelliklere sahip olduğunu vurgulamıştır. İnternet bağımlılığının bir dürtü kontrol bozukluğu veya hatta obsesif-kompulsif bir bozukluk olduğunu öne süren başkaları da mevcuttur. Ancak belirti, madde ve bilinen davranışsal bağımlılıklar ile örtüşmekte, İnternet bağımlılığının bu konuda davranışsal bir bağımlılık olduğu fikrini desteklemektedir (Ginige, 2017).

Diğer yerleşik psikiyatrik bozukluklarla birlikte yüksek oranda birlikte görülmesi ile beraber İnternet bağımlılığının artan insidansı daha sonra dikkat çekmiştir (Block, 2008). Zihinsel Bozuklukların Teşhis ve İstatistik El Kitabının (DSM-5) 5. baskısına “İnternet bağımlılığı bozukluğunun” dahil edilmesi önerisi öne sürülmüştür. DSM-5, İnternet kullanımı ve ilgili problemlerle ilgili artan endişeyi kabul etmiş, ancak davranışı bir zihinsel bozukluk olarak tanımlamak için tanı kriterlerini ve ders açıklamalarını oluşturmak için hakemli kanıtların yetersiz olduğunu iddia etmiştir (Ginige, 2017).

Bununla birlikte, DSM-5, gelecekteki çalışmalar için “Ortaya Çıkan Önlemler ve Modeller” başlığı altında önerilen bazı kriterler ile İnternette oyun oynama bozukluğunu getirmiştir. DSM-5 çalışma grubu, çevrimiçi oyunlar hakkında birçok makaleyi gözden geçirmiş ve İnternet oyunlarının, kumar bozukluğu ve madde kullanım bozuklukları gibi bozukluklar olarak belirlenen diğer bağımlılık davranışlarıyla bazı davranışsal benzerliklerini bulmuştur. İnternette oyun oynama bozukluğu için önerilen kriterler, esas olarak yaşamın çoğu yönünü tüketen, geri çekilme, hoşgörü, kullanımın

kontROLSÜZLÜĞÜ ve işlevde belirgin bir bozulma olan meşgul olma ve davranışlara odaklanmaktadır. Kriterler çoğunlukla İnternet bağımlılığı bozukluğuna ilişkin erken araştırmalarda önerildiği gibidir (Young, 2009).

İnternet kullanımının bulanık bir alt kategorisi olan (yani oyun, sosyal medya, sibereks vb.) İnternet bağımlılığı tanımı üzerinde fikir birliği eksikliği, prevelans verilerinin türetilmesini zorlaştırmaktadır. Ayrıca, vakaların doğal geçmişleri hakkında çok az bilgi vardır veya hiç yoktur. Bu nedenle, dünyanın dört bir yanından sınırlı bilimsel araştırma, İnternet bağımlılığının DSM-5'te bir bozukluk olarak yer kazanmasını engellemiştir (APA, 2013).

Bununla birlikte, İnternet oyunlarının açık bir şekilde yüksek bir yaygınlığa sahip olduğu dünyanın bazı bölgelerinde, Çin gibi ilgili hükümetler İnternet oyunlarını yerleşik bir "bağımlılık" olarak kabul etmiş ve Güney Kore, internet bağımlılığını hükümet düzeyinde bir sorun olarak tanımlamış ve bunun ciddi seviyede tehlikeli bir halk sağlığı olduğunu ilan etmiştir [8]. Bu bağımlılık türünden oldukça etkilenen Asya ülkeleri, hastanelerde (örneğin Çin, Kore) İnternet oyun bağımlılığı için ayrı tedavi birimleri geliştirmiştir. İnternet bağımlılığı teşhisi ile ilgilenen araştırmacıların sayısı gitgide artmakta ve birçok araştırmacı, internet bağımlılığını belirleme kriterlerinin kullanma zorunluluğu hissedilen herhangi bir bağımlılıktaki gibi, zararın bilgisine rağmen kullanma isteği taşıdıkları ve başlama, devam ettirme, sonlandırma gibi kullanım konularında kontrol kaybı yaşadıkları, stres ve duygu durum semptomları gibi geri çekilme özellikleri gösterdikleri konusunda hemfikir olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, çocuklar söz konusu olduğunda, zararın bilinmesi bilişsel gelişim düzeyine bağlı olmayabilmektedir. Örneğin, Tayvanlı bir çalışma İnternet bağımlılığı için tanı kriterleri önermiştir ve bir grup ergen üzerinde test edildiğinde, bunların yüksek özgüllük ve duyarlılığa sahip olduğu bulunmuştur (Kov d., 2005). Ko ve diğerleri (2005) 1998'de Young tarafından tanımlanan daha organize olup, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Uluslararası Hastalıkların Sınıflandırılması 10. versiyonu (ICD 10) modelini takip etmiştir (WHO, 1992). Bununla birlikte, yerel çalışmalara dayalı olarak önerilen kriterleri benimsemeden önce, tanı kriterlerinin geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanması gerektiğinden, İnternet bağımlılığının yaygınlığını, etiyolojisini ve seyrini anlamak için daha büyük çok merkezli uluslararası ortak çalışmalara ihtiyaç vardır. Başta Amerika, Asya ve Avrupa'da olmak üzere birçok ülkedeki ruh sağlığı uzmanları, Dünya Sağlık

Örgütü gibi yetkilileri İnternet bağımlılığını bağımsız bir hastalık olarak tanımlamaya giderek daha fazla teşvik etmektedir (Flisher, 2010).

İnternet bağımlılığının çeşitleri incelendiğinde birçok farklı çevrimiçi aktivitenin yapıldığı görülmektedir. Bunlardan biri çevrimiçi oyunlardır. Ergenler arasında çok yaygın bir çevrimiçi etkinlik, çevrimiçi oyun olarak kabul edilmektedir. Pek çok çekici tek ve çok oyunculu oyun dünya çapında gençler arasında pazarlanmaktadır (örneğin: Clash of Clans, World of Warcraft, Clash Royale, Slither.io, Pokemon Go). Bazı oyunların oluşturduğu sanal topluluklar, bir ergen için gerçek topluluklardan daha çekici olabilir; oyuncu, istediği herhangi birinin avatarı olabilir; bazı oyunlar, oyuncuların araba ve konak satın alabileceği ve sanal bir ikinci hayata sahip olabileceği şekilde tasarlanmıştır. İnsanlar, kötüleşen bir gerçek hayat pahasına ikinci sanal hayata çok şey harcamakta / yatırım yapmaktadır. ABD'de yapılan bir araştırma, internette oyun oynamanın alkol ve eğlence amaçlı uyuşturucu kullanımı ve cinsiyet farkı olmaksızın zayıf kişilerarası ilişkilerle ilişkili olduğunu tespit etmiştir (Padilla-Walker vd., 2010).. Araştırmalar, çevrimiçi oyun bağımlılığının saldırganlık, düşük sosyallik ve öz-yeterlik ve daha düşük yaşam doyumu ile ilişkili olduğunu bulmuştur. Bu risk faktörlerine sahip oyuncular yoğun kullanım içindedir ve her yaş grubundandır (Tsitsika vd., 2012).

Ergenler arasında popüler olan bir diğer internet kullanım türü de viber, whatsapp, instagram, facebook, twitter, my space vb. uygulamaları kullanan sosyal ağlar ve sohbet odaları / e-mail'dir. Bir çocuk veya ergen, bu bağlantı uygulamaları aracılığıyla sahip olabileceği çevrimiçi bağlantıların miktarından çok etkilenecektir. Açılan bildirimler her zaman gençleri ev ödevlerinden veya diğer akademik faaliyetlerden uzaklaştıracaktır. Dünyanın dört bir yanındaki arkadaşlarla 7 gün 24 saat bağlantıda olmak günün her saati dikkat dağıtıcı ve rahatsız edici olabilir. Yapılan bir araştırmada, Viber aracılığıyla günde 14.000'den fazla kısa mesaj alan 16 yaşındaki bir kız öğrenci olan hastalardan biri araştırmacı tarafından incelenmiştir. Hayatı, erkek arkadaşı ve arkadaşlarına metinler alıp göndermek etrafında dönen bu kişi ve ebeveynler İnternet zamanını sınırlamaya çalıştığında, aileye ve mülke karşı saldırgan hale geldiği görülmüştür. Sosyal medya sitelerinde yer alan bir diğer büyük risk, “çevrimiçi arkadaşlığı” kötüye kullanabilecek ve gençlere zarar verebilecek bilinmeyen yetişkinlerle karşılaşan çocukların ve ergenlerin olmasıdır (Ginige, 2017).

Ciber cinsellik (Cybersex) ayrıca ergenler arasında çekici bir İnternet aktivitesi türüdür. Cinselliğin çeşitli yönlerine erken maruz kalma ve olumsuz cinsel aktiviteye maruz kalma, çocuklarda ve ergenlerde sağlıklı psikoseksüel gelişimi engelleyebilir. Ergenler tarafından internet pornografisinin problemli kullanımı alkol, yasadışı uyuşturucular, daha fazla sayıda cinsel partner, partnerlerle zayıf kişiler arası gerçek hayat ilişkileri ve zayıf kendine değer ile ilişkilendirilmiştir (Padilla-Walker vd., 2010).

Çevrimiçi kumar, üzerinde en çok çalışılan internet bağımlılığı türüdür. Yetişkinler arasında son derece bağımlılık yapıcı olduğu bulunmuştur, ancak ergenler arasındaki durumu bilmek için yeterli çalışma yoktur. Ancak, klinik deneyimlere göre, sosyal ağ kurma ve oyun oynamanın İnternetin sorunlu kullanımıyla güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu belirtilmektedir (Ginige, 2017).

2.1.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Sebepleri

Sosyal medya bağımlılığını etkileyen bir dizi sosyal ve psikolojik faktör vardır. Sosyal medya bağımlılığı çok çeşitli etkenlerden ve internetteki günlük bekleme süresinden ileri gelebilir ve insanların sosyal medya hesaplarına kaç defa girdikleri, bağımlılık düzeyleri ile alakalı bazı hususları tanımlar. Örneğin internette veya sosyal medya platformlarında çok zaman geçirenler, bağımlılık düzeyleri yüksek ihtimalle fazladır (Kırık vd., 2015).

Ebeveynlerin rolü özellikle araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır. Aile sevgisi eksikliği (Huang ve Leung, 2009) ve ebeveynler ile çocuklar arasındaki çatışma (Yen, Ko ve Yen, 2007) bağımlı davranışlara yol açabileceği bildirilmiştir Diğer taraftan destekleyici ebeveyn denetimi bağımlı davranışlar üzerindeki etkisini azalttığı rapor edilmektedir (Lin, Ko ve Wu, 2009). Yakın bir ilişki kurma ihtiyacı, narsisistik davranış, boş zamanların fazlalığı ve sosyal çevrenin sınırlamaları gibi birçok diğer değişken sosyal medya bağımlılığının belirleyicileri olabilir. Aynı zamanda, pratik olarak öğrenci olan ergenler üzerindeki olumsuz etkiler bazen akademik performansa ve sosyal sermayeye yansıtılabilir.

Hazar'a (2011) göre sosyal medya bağımlılığında üç temel faktör vardır. Bunlar bilişsel içerik bağımlılığı, duygusal bağımlılık ve davranışsal bağımlılıktır. Davranışsal, psikolojik ve demografik faktörlerin İnternet veya sosyal medya hoşgörüsü üzerindeki etkilerini inceleyen birkaç çalışma vardır. Örneğin, Young ve Rodgers (1998), uyanık,

kırılgan ve özellikle soyut düşüncede iyi olan kişilerin İnternete daha bağımlı olduklarını bulmuşlardır. Sadece insanların özellikleri değil, çevresel faktörler de sosyal medya bağımlılığını tetikleyebilir. Örneğin, mali zorluklardan veya iş sorunlarından muzdarip insanlar İnternet bağımlılığına daha fazla eğilim gösterebilirler (Johansson ve Gotestam, 2004). Ayrıca demografik faktörler hem sosyal medya bağımlılık düzeyini hem de davranışsal faktörlerin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerini değiştirmektedir. Örneğin, yalnızlık kadınların sosyal medya kullanımında önemli bir rol oynamaktadır, ne yalnızlık, dışa dönüklük ne de nevrozizm erkekler için sosyal ağ kullanımıyla bir korelasyona sahip değildir (Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi, 2003).

Özetlemek gerekirse, insanların sosyal medyaya bağımlı olma nedenlerini, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir düzeyi gibi demografik faktörleri ve dışa dönüklük, açıklık, uyumluluk, bilinç, yalnızlık, benlik, güven vb. gibi davranışsal faktörlerinin etkili olduğu ifade edilebilir. Demografik faktörler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

- i. **Yaş:** Genç olmak sosyal medya bağımlılığı riskini artırma eğiliminde etkili olan önemli bir faktördür. İnternet erişimi bulunan her kimse yaşı, cinsiyeti ya da sosyal durumuna bakılmaksızın bir bağımlılık geliştirme potansiyeline sahip olmasına rağmen, Z kuşağının üyelerinin teknoloji ile yakından ilgilendikleri ve sosyalleşmelerinin belirli bir bölümünü meydana getiren etkileşim için sosyal medyayı kullandıkları gözlemlenebilir bir gerçektir (Andreassen vd., 2016). 1990'ların ortası ile 2000'lerin sonu arasında doğan insanlar sosyal medya bağımlılığı açısından en yüksek risk altındadır (Pugh, 2017). Gençler sosyal medyayı arkadaşları ile ilişkilerini devam ettirmek ya da geliştirmek amacıyla kullanmayı tercih ederler (Valenzuela vd., 2009).
- ii. **Cinsiyet:** Cinsiyet temel bir demografik faktördür. Kadınların teknolojiyi yakın ilişkileri sürdürmek gibi sosyal nedenlerle kullandıkları tespit edilirken, erkekler çevrimiçi oyun ve eğlence nedenlerine odaklanma eğilimindedir. Kuss ve Griffith (2011), kadınların sosyal medyayı akranlarıyla iletişim, eğlence ve boş zaman için kullanırken erkekler için sosyalleşme, öğrenme ve sosyal kimlik oluşturma için araçsal bir yol olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla hem kadınlar

hem de erkekler teknolojiye bağımlı hale gelebilse de temel nedenleri birbirinden farklılaşmaktadır. Andreassen ve diğerleri. (2016), erkeklerin çevrimiçi video oyunlarına, siber pornografiye ve çevrimiçi kumar oynamaya bağımlı olma eğilimindeyken, kadınların bağımlılık yaratan sosyal medya, mesajlaşma ve çevrimiçi alışveriş kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Diğer taraftan, Valenzuela ve diğerleri (2009), Facebook kullanımı bağlamında cinsiyetin etkili bir faktör özelliğini taşımadığını ileri sürmektedir. Jaradat ve Atyeh (2017) de cinsiyet, yaş ve harcamaların sosyal medya bağımlılığını önemli ölçüde etkilemediğini bulmuşlardır. Hardie ve Tee'ye (2007) göre yaş ve cinsiyet gibi bazı demografik faktörler aşırı internet kullanımı üzerinde etkili olmazken, Cao ve Su (2007) tarafından Çinli ergenler için yapılan araştırmaya göre erkeklerde kadınlardan daha fazla internet bağımlılığı olduğu görülmüştür.

- iii. **Medeni Durum:** Sosyal medyaya karşı eğilim, bekar olmaktan olumlu etkilenir (Andreassen vd., 2016). Yapılan bir çalışmada katılımcıların % 63'ü, son zamanlarda uğraştıkları boşanmaların ana nedenlerinden birinin İnternet olduğunu vurgulamıştır (Young, 2004). Ayrıca, evli olmayan insanlar için sosyal ağ, halihazırda bir ilişki içinde olan insanlardan daha önemli bir sosyal işlev ve potansiyel eşlerle tanışmak için bir platform gerektirebilir (Andreassen vd., 2016).

Kimlik farklılığının bağımlılık seviyesinde çevrimiçi uygulama kullanımı üzerindeki önemli etkileri hakkında pek çok ilke ve model vardır. Bunun anlamı, farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin, sosyal medya kullanımı ile alakalı alışkanlık çeşitliliğinden ya da sosyal medyayı yüksek düzeyde kullanmayı tercih etmelerinin farklı sebeplerinden ileri gelen farklı bağımlılık türlerine sahip olmalarıdır (Kircaburun ve Griffiths, 2018). Sosyal medya siteleri, sosyal etkileşim, sosyal ilişkilerin oluşturulması ve sürdürülmesi gibi ortak özelliklere sahip olmanın yanı sıra kimliğin kendini sunması ve yansıtması için bir sahne sağlar (Hawi ve Samaha, 2017). Literatürde birçok araştırmacının, benlik saygısı ile sosyal medyanın kullanımı arasındaki bağlantıyı incelediği görülmektedir (Bozoglan vd., 2013; Hawi ve Samaha, 2017). Sosyal medya bağımlılığına neden olan davranışsal faktörler ise aşağıda açıklanmıştır:

Benlik saygısı: Bu kavram, bir bireyin kendini değer verdiği, onayladığı ve sevdiği kapsamla alakalıdır. Dahası, kendine değer verme, kendine saygı ve kendini kabul etme ile bağlantılıdır (Pugh, 2017). Benlik saygısı, insanların kendileri hakkında daha iyi ya da daha kötü düşüncelerini temsil eder (Hawi ve Samaha, 2017), bundan dolayı açıklık, benlik saygısını pozitif anlamda etkiler. Bu, yeni deneyimlere ve düşüncelere yakınlık duyan bireylerin yüksek özgüvene sahip oldukları manasına gelir. Nevrotiklik, benlik saygısında kayda değer bir rolü bulunan bir başka etmendir. Nevrotik bireyler duygusal açıdan dengesiz bir eğilime sahip olduklarından dolayı, nevroitiklik benlik saygısını düşürür (Amirazodi ve Amirazodi, 2011). Benlik saygısı, “zaman yönetimi sorunları ve kişilerarası ve sağlık sorunları” ile de kayda değer düzeyde ilişkilidir (Bozoğlan vd., 2013).

Kim ve Davis’e (2009), göre benlik saygısı yüksek olan kişiler internette düşük benlik saygısı olanlara göre daha az zaman geçirirler. Hawi ve Samaha (2017) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, benlik saygısı düşük olan kişilerin öz imajlarını ve itibarlarını geliştirmek için daha fazla sosyal medya aracı kullanma eğiliminde olduklarını göstermiştir. Niemz ve diğerlerinin (2005) çalışmasına göre, İngiltere'deki bir öğrenci örneğinde, yüksek İnternet kullanımı ile düşük benlik saygısı arasında bir ilişki bulunmuştur. Saygı eksikliğinin ve dolayısıyla utangaçlığın, onları İnternet'i alternatif bir iletişim platformu olarak kullanmaya motive ettiği sonucuna vardılar. Benzer şekilde, Vogel ve diğerleri (2014) de, Facebook, Twitter veya Instagram gibi sosyal medya platformlarını çok sık kullananların benlik saygısının daha düşük düzeyde olduğunu ifade etmiştir. Esasında, çevrimiçi arkadaşlardan gelen geri bildirimler, benlik saygısını ve iyiliği daha iyi veya kötüleştirebilir (Hawi ve Samaha, 2017).

Yalnızlık: Yalnızlık, sosyal medya bağımlılığı için de etkili bir faktördür. Diğer insanlarla yetersiz iletişimle ilgili duyguları içerir. Diğer bir deyişle, özel ve sosyal ilişkilerinden memnun olmayan kişiler yalnızdır (Satici, 2019). Spitzberg ve Canary'ye (1985) göre yalnız insanlar, sosyal etkinliklere katılmak yerine zamanı çoğunlukla yalnız geçirmeyi tercih etmektedir. İnternette diğerlerinden daha fazla mantıksız zaman geçirme eğilimindedirler (Bozoğlan vd., 2013; Engelberg ve Sjoberg, 2004; Liu ve Baumeister, 2016; Hardie ve Tee, 2007). Diğer taraftan yalnızlığın akıllı telefon bağımlılığında kayda değer bir role sahip olduğu görülmektedir, zira yalnızlık yaşayan bireyler yüz yüze iletişim kurmaktan ziyade yaşadıkları sosyal kaygıyı azaltabilmek amacıyla diğerleriyle

iletişim kurma esnasında birtakım araçları kullanmayı isterler (Bian ve Leung, 2015). Bu nedenle yaşam doyumunu, benlik saygısı ve yalnızlık gibi faktörler arasında aşırı internet kullanımı üzerinde en etkili faktör yalnızlıktır (Bozoğlan vd., 2013). Satıcı'nın (2019) araştırmasına göre yalnızlık, Facebook bağımlılığıyla olumlu anlamda ilişkilidir ve yalnızlık Facebook kullanımını artırmakla kalmaz, Facebook'u daha sık kullanmak da yalnızlığı beraberinde getirebilir. Yalnızlık, bağımlılık yapan video oyunu kullanımı ile de ilişkilidir (Andreassen vd., 2016). Casey (2012), akıllı telefon bağımlılığını ve üniversite öğrencilerindeki psikolojik özellikleri araştırmış ve yalnızlıkla utangaçlık ve bağımlılık arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. İnternetin yüzşüz topluluğu, tüm dünyada küçük bir çabayla yeni “arkadaşlar” arasında popüler olmaya imkan tanımaktadır (Young, 2004).

Yaşam Doyumu: Sosyal medyada çevrimiçi olmanın, kullanım amacına bağlı olarak yaşam doyumunu üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabilir. Örnek vermek gerekirse, bireyler bire bir iletişim yerine İnternet kullanırsa, yaşam doyumunu azaltabilir. Öte yandan internet kullanımı kötü huylu faaliyetler ile değiştirilirse yaşam doyumunu yükseltir (Valenzuela vd., 2009). Bu nedenle sosyal sermayenin bir parçası olarak yaşam doyumuna odaklanılması gerekmektedir. Yaşam doyumunu, insanların yaşamları hakkında ne düşündüklerini ve bundan ne kadar memnun olduklarını ifade eder. Bu nedenle, benlik saygısı ve yaşam doyumunu birbiriyle güçlü bir şekilde ilişkilidir. Bir kişi yüksek benlik saygısına sahipse, aynı zamanda yüksek düzeyde yaşam doyumuna da sahiptir (Hawi ve Samaha, 2017). Ancak Longstreet ve Brooks (2017), insanların yaşam doyum düzeyinin stresten olumsuz etkilendiğini vurgulamaktadır. Ellison ve diğerlerine (2007) göre Facebook kullanmak özgüveninin düşük ve yaşam doyumunun düşük olduğu kullanıcılar için faydalı olabilir. Düşük yaşam memnuniyeti, kabul yoluyla daha fazla arkadaş ve popülerlik kazanmak için Facebook gibi siteleri kullanmak için bir motivasyon haline gelir (Hawi ve Samaha, 2017). Ayrıca Stepanikova ve diğerleri (2010) internet bağımlılığı ile yaşam doyumunun negatif yönde ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Diğer bir çalışmaya göre ise uzun süredir Facebook kullanan ve Facebook'u daha sık kontrol eden kişiler, diğer insanların kendilerinden daha mutlu olduğunu, daha iyi bir hayat sürdüklerini ve dolayısıyla hayatın haksızlıklarla dolu olduğunu düşünmektedir (Hawi ve Samaha, 2017). Ayrıca Longstreet ve Brooks (2017) da sosyal medya bağımlılığıyla yaşam doyumunu arasında olumsuz yönde bir ilişkinin varlığını belirtmektedir. Bununla birlikte, Valenzuela ve diğerlerine (2009) göre, artan yaşam

memnuniyeti Facebook kullanımını artırmaktadır. Başka bir araştırmada ise yaşam doyumu ile problemlili internet kullanımı arasında dolaysız bir ilişki tespit edilememiştir. Yaşam doyumunun problemlili internet kullanımı üzerinde dolaylı olarak yalnızlık ve benlik saygısı yoluyla etkisi olduğu ileri sürülmektedir (Bozoğlu vd., 2013).

Dışadönüklük: Sosyal medya bağımlılığıyla beş büyük modelin bireysel özellikleri, dışa dönüklük, anlaşılabilirlik, nevroitiklik, vicdanlılık ve açıklık arasında var olan ilişkiyi ölçmek amacıyla çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Jaradat ve Atyeh, 2017). Bu bağlamda Priyadarshana ve diğerleri (2017) sosyalleşme, diyalog kurma, rekreasyon ve eğlencenin bilhassa Facebook bağımlılığının sosyal ağ eğilimi bakımından pozitif unsurlar olduğunu ileri sürmektedir. Diğer taraftan Griffiths (2012) ise, sosyal ağ bağımlılığını, bireylerin ağlar içindeki insanlar ile etkileşimden elde edilen ödüllere bağımlı hale geldiği bir çeşit siber ilişki bağımlılığı şeklinde tanımlamıştır. Dışadönüklük, sosyalliğin bir düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Hardie ve Tee, 2007). Dışadönük insanlar genellikle konuşkan, kararlı, olgun, huzursuz ve girişimcidir (Jaradat ve Atyeh, 2017). Bazı faktörlerin etkilerinin araştırmadan araştırmaya farklı olabileceği görülmektedir. Bu hem yaşam doyumu hem de dışa dönüklük için geçerlidir. Hardie ve Tee (2007), dışa dönük insanların çevrimiçi platformlarda daha az zaman harcadığını tespit etmiştir. Öte yandan, dışadönüklük sosyal ağ siteleri bağımlılığı ile pozitif yönde ilişkilidir (Hamid vd., 2015; Jaradat ve Atyeh, 2017). Esasında gerek dışa dönük olmak ve gerekse de içe dönük olmak, muhtelif kullanım amaçları ve nedenlerden ötürü sosyal medya bağımlılığına yol açabilmektedir. Dışadönük bireyler ilişkilerini güçlendirmek amacıyla sosyal medyadan istifade ederken, içe dönük bireyler ise arkadaş edinmek amacıyla sosyal medyadan istifade etmektedir (Kircaburun ve Griffiths, 2018).

Utangaçlık: Bu kavram, yetersiz bir güvenin varlığını ifade eder. Bu durum, utangaçların diğerleri ile tanıştıklarında rahat olamadıkları manasına gelir. Utangaçlığın temelinde ise sosyal kaygı vardır (Pilkonis, 1977). Bu bağlamda utangaçlık, Facebook bağımlılığında olumlu etkiye sahip olan bir diğer davranışsal unsurdur (Satıcı, 2019). Utangaçlık yalnızca sosyal medya bağımlılığına değil bununla akıllı telefon bağımlılığına sebep olabilir. Zira bahse konu bağımlılıklar utangaç insanların rahatsız edici kamusal ortamdaki uzaklaşmasını ve kendilerinin rahatlıkla saklanabileceği bir ortamı sağlar (Bian ve Leung, 2015).

Açıklık ve yaratıcılık: Açıklık, yargılamamak ya da alışılmadık garip şeyler ve görüşler bulmamak, değişikliklere açık olmak ve yaratıcı olmak olarak tanımlanmaktadır (Jaradat ve Atyeh, 2017). King ve diğerleri (1996), açık olan insanların diğerlerinden daha yaratıcı olduğunu, çünkü deneyimlere açıklık yaratıcılığı ortaya çıkarmıştır. Bu tür bireyler yeni deneyimlerde bulunmaktan hoşlanırlar. Bundan dolayı sosyal medya, birçok farklı gelenekten ve organizasyondan gelen alışılmadık düşünce ve nesneleri içerdiğinden açık fitratlı insanlar için uygun bir alandır (Jaradat ve Atyeh, 2017). Diğer taraftan Kircaburun ve diğerleri (2018), öz güven ve öz / günlük yaratıcılığın sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bunun yanında, kaçırmaktan korkmak ve yeterli olmayan sunum becerilerine sahip olmak, yüksek düzeyde sosyal medya kullanımını ve pozitif üst bilişleri artırarak aşırı sosyal medya kullanımını da artırmaktadır (Casale vd., 2018).

Nevrotiklik: Nevrotiklik, duygusal orantısızlık (Hardie ve Tee, 2007) ya da diğer bir ifadeyle duygusal anlamda tutarsız olma (Jaradat ve Atyeh, 2017) anlamına gelir. Nevrotikliğin yalnızlık ile olumlu yönde anlamlı bir ilişkisi mevcuttur. Yalnızlık yaşayan insanlar daha fazla nevrotiklik eğilimi gösterirler (Mund ve Neyer, 2019). Çok yüksek düzeyde sosyal medya kullanımı bakımından nevrotiklerin diğer bireylere göre daha savunmasız ya da daha az savunmasız olma durumu tartışmalı bir husustur. Yapılan çalışmalardan biri de nevrotikliğin sosyal medya bağımlılığı arasında olumsuz yönde bir ilişki bulunduğunu ortaya koyarken (Jaradat ve Atyeh, 2017), diğer çalışmalarda ise nevrotiklikle çevrimiçi platform bağımlılığının olumlu bir ilişkiye sahip olduğunu gösterilmektedir (Cao ve Su, 2007; Hardie ve Tee , 2007).

Stres: Stres, insanların yaşamlarının merkezinde yer alan temel bir olgudur. Çoklu görevi gerekli hale getiren sosyal medyanın doğası, bireylerin dikkatlerini bir ekrandan diğer birine çok süratli bir şekilde kaydırmalarına sebep olur. Böylelikle insanların strese tampon olarak sosyal medya sitelerine erişme eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Örneğin, George ve diğerlerinin (2013) çalışması, stres seviyelerini yönetmek için Facebook'u kullanan tıp öğrencilerinin bir vakasını göstermiştir. Longstreet ve Brooks'a (2017) göre azalmış stres ve artan mutluluk, yaşam doyumunu artırarak İnternet ve sosyal medya bağımlılığını olumsuz etkileyebilir.

2.1.4.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanı Kriterleri

Şu anda, sosyal medya bağımlılığı araştırma alanı büyük ölçüde oyun bağımlılığı araştırmalarının gerisinde kalmaktadır. Oyun bağımlılığı üzerine yapılan araştırmaların çevrimiçi oyunların kullanıma sunulmasından öncesine uzanan uzun bir geçmişi varken (Shotton, 1989; Soper ve Miller, 1983), sosyal medya bağımlılığı alanı nispeten gençtir ve ilk çalışmalar 2010'dan sonra ortaya çıkmıştır (Ryan vd., 2014). Ayrıca, oyun bağımlılığını ölçmek için onaylanmış birkaç araç varken (Griffiths, 2005, Lemmens vd., 2009; Lemmens vd., 2015, Van Rooij vd., 2010), sosyal medya bağımlılığını ölçen hiçbir doğrulanmış araç bulunmamaktadır. Bunun yerine, sosyal medya bağımlılığı alanı, Facebook bağımlılığı (Ryan vd., 2014), sosyal ağ sitelerine bağımlılık (Griffiths, Kuss ve Demetrovics, 2014), Twitter bağımlılığı (Saaïd vd., 2014) ve mikroblog bağımlılığı (Wang vd., 2015). gibi zorlayıcı sosyal medya kullanımının belirli biçimlerine değinen çok sayıda ölçüm aracıyla karakterize edilir.

Çok disiplinli bir uzman grubunun kapsamlı değerlendirmesine dayanarak (Petry vd., 2014), APA, DSM-5 İnternet Oyun Oynama Bozukluğu teşhisi için kriterleri tanımlarken üç ek kriter, yani aldatma (Demetrovics vd., 2012, Gentile vd., 2011), yer değiştirme (Huang vd., 2007, Rehbein vd., 2010) ve çatışma (Lemmens vd., 2009; Young, 1996) kriterlerini eklemeye karar vermiştir. Dahası, İnternet Oyun Oynama Bozukluğu alanındaki birçok yazar relapsı kalıcılık, duygu durum modifikasyonunu kaçış ve dış sonuçları problemler olarak adlandırmaktadır (Lemmens vd., 2015, Petry vd., 2014). DSM-5 tanımına göre, 12 aylık bir süre boyunca İnternet Oyun Oynama Bozukluğu için dokuz kriterden beşini (veya daha fazlasını) karşılayan kişiye İnternet Oyun Oynama Bozukluğu teşhisi konur. Sosyal medya bağımlılığı ve İnternet Oyun Oynama Bozukluğu, kapsayıcı internet bağımlılığının iki spesifik formu olarak kabul edildiğinden, DSM'ye dahil edilen ilk internetle ilgili bozukluk olan İnternet Oyun Oynama Bozukluğu için dokuz kriterin sosyal medya bağımlılığını tanımlamak için de kullanılabileceği düşünülmektedir. Bir sosyal medya bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi bu nedenle İnternet Oyun Oynama Bozukluğu için DSM-5 tanı kriterlerine dayalı olacak ve aynı dokuz tanı kriterini içerecektir. Buna uygun olarak ölçekte uyarlanan sorular aşağıdaki gibidir (Van Den Eijnden vd., 2016).

- i. Meşguliyet: Aklınıza gelen tek şeyin sosyal medyaya girdiğiniz anlar olduğu dönemler oldu mu?

- ii. Hata payı: Daha uzun süre sosyal medyaya devam etme ihtiyacı hissettiniz mi?
- iii. Çekilme: Sosyal medyaya girdiğinizde kızgın mı yoksa sinirli mi hissediyorsunuz?
- iv. Sebat: Başkaları size defalarca daha az sosyal medyaya girmemenizi söyledikten sonra sosyal medya zamanınızı azaltamaz mıydınız?
- v. Kaçış: Sizi hayal kırıklığına uğratan şeyleri düşünmek zorunda kalmamak için sosyal medyaya girdiniz mi?
- vi. Sorunlar: Sosyal medya davranışınızın sonuçları hakkında başkalarıyla tartıştınız mı?
- vii. Aldatma: Sosyal medyaya geçirdiğiniz zaman hakkında ailenize veya partnerinize yalan söylediniz mi?
- viii. Yer değiştirme: Sosyal Medyaya girmek için arkadaşlarınızla, partnerinizle veya ailenizle daha az mı vakit geçiriyorsunuz?
- ix. Fikir ayrılığı: Sosyal medya nedeniyle işte veya okulda ciddi sorunlar yaşadınız mı?

2.2. Anne-Babaların Çocuk Yetiştirme Tutumları

40 yılı aşkın bir süre önce, Diana Baumrind (1966), ebeveyn davranışlarının ve çocuk yetiştirmenin geniş kapsamlı bir tanımlama yapmak için bir kısa yol olarak kullanılabilecek üç ana ebeveynlik stilini sunarak ebeveynlik alanındaki araştırma ve uygulamada büyük değişikliklere zemin hazırlamıştır. Birkaç on yıl sonra Maccoby ve Martin (1983), Lamborn ve diğerlerinin (1991) ampirik destek sağladığı, ihmal edici ebeveyn stil eklenmiştir. Bu ebeveynlik stilleri ise otoriter, izin verici/hoşgörülü, ihmal edici ve demokratik ebeveyn stilleri olarak öne çıkmıştır. Bu ebeveynlik tarzı etiketleri, ebeveynlik davranışları ve çocuk yetiştirme hedeflerinin bir kümesi için önemli bir çerçeve sağlamış ve temel olarak çeşitli sıcaklık, talep kârlık ve özerklik verme kombinasyonlarından karakterize edilmiştir. Bununla birlikte, stiller kavramsal olarak bu üç boyut üzerine inşa edilmiş olsa da, tipik olarak yalnızca iki boyut ölçülür: Sıcaklık ve

talep kârlık. Otoriter bir ebeveynlik tarzı, düşük duyarlılık, yüksek talep kârlık ve düşük düzeyde özerklik verme ile karakterizedir. Yetkili bir ebeveynlik tarzı, yüksek duyarlılık, yüksek talep kârlık ve özerklik verme ile karakterize edilir. Müsamahakâr bir ebeveyn, yüksek düzeyde duyarlılık ve özerklik verme ve düşük düzeyde talep kârlık gösterir. İhmal eden bir ebeveyn hem duyarlılık hem de talep kârlık ve özerklik verme konusunda düşük seviyeler göstererek ilgisizdir (Karavasilis vd., 2003). Çalışmanın bu kısmında ilave olarak tutarsız stil, mükemmeliyetçi stil gibi farklı ebeveyn tutumları da ve bunların çocuklar üzerindeki etkileri ele alınacaktır. Bu kapsamda müteakip başlıklarda aşağıdaki anne-baba tutumları incelenecektir.

- i. Otoriter anne-baba tutumu,
- ii. İlgisiz (İhmal Edici) anne-baba tutumu,
- iii. İzin verici anne-baba tutumu,
- iv. Demokratik anne-baba tutumu,
- v. Koruyucu anne-baba tutumu,
- vi. Mükemmeliyetçi anne-baba tutumu,
- vii. Tutarsız anne-baba tutumu.

2.2.1. Otoriter anne-baba tutumu

Bu bölüm otoriter ebeveynliği ve bunun çocukların duyguları ve davranışları üzerindeki etkilerini açıklayacaktır. Hoeve vd. (2009), otoriter ebeveynlerin düşük duyarlılık ve sıcaklık gösterdiklerini, ancak çocuklarına karşı yüksek kontrol sergilediklerini öne sürmüştür. Baumrind'e (1966, 1971) göre, otoriter ebeveynler, sağladıkları bir dizi ilkeye göre çocuklarının davranış ve tutumlarını şekillendirmeye, kontrol etmeye ve değerlendirmeye çalışır. Ebeveynler muhafazakâr ve katı olma eğilimindedir. Çocuklara çok az seçenek sunulur ve ebeveynin emirlerine uymak zorundadır (Gfroerer vd., 2004). Ebeveynlerin beklentileri vardır ve çocukların ebeveynlerine itaatsizlik etmelerine izin verilmez (Kim ve Rohner, 2002; Takeuchi ve Takeuchi, 2008).

Steinberg ve diğerleri (1991) otoriter ebeveynleri çocuklarının davranışlarını izleyenler olarak tanımlamıştır. Barber (1996) bu tür bir izlemeyi ebeveynlerin çocukların davranışlarını yönetmeye veya kontrol etmeye çalışmak olarak tanımlamıştır. Barber (1996) ve Fletcher ve diğerleri (2004), ebeveynlerin çocuklarının ev dışındaki davranışlarını ve faaliyetlerini izlemesi olarak davranışsal kontrolü belirlemiştir. Örneğin, ebeveynler çocuklarının nerede olduğunu ve ne yaptıklarını bilmek ister. Ebeveyn kontrolünün bir parçası olarak, ebeveynler de çocukları için karar alma sürecine dahil olurlar (Fletcher vd., 2004; Steinberg vd., 1989). Çocukların ne istediklerine karar verme fırsatları yoktur ve sonuç olarak kendilerine daha az güvenirlir (Suldo ve Huebner, 2004).

Otoriter ebeveynliğin bir diğer özelliği de otoriter ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte değil de çocuklarına karşı konuşmaları ve karar verirken çocuklarına danışmamalarıdır (Alegre, 2011; Baumrind, 1971; Grolnick ve Pomerantz, 2009; Leman, 2005). Bu tek yönlü iletişim, çocuklara ihtiyaçlarını ifade etmeleri için alan sağlamaz ve çocuklara beklentileri için nedenler vermez. Otoriter ebeveynler talep kâr olarak kategorize edilebilir, çocuklarından çoğu şeyi bekler ancak çocukların ihtiyaçlarına yanıt vermezler (Leman, 2005). Dahası, otoriter ebeveynlik kısıtlayıcı, katı ve cezalandırıcıdır; burada ebeveynler çocuklara kendi talimatlarını takip etmeleri ve sözlerine ve çabalarına saygı duymaları için baskı yapar (Timpano vd., 2010). Marsiglia ve diğerleri (2007) ayrıca otoriter ebeveynlerin çocuklarını fiziksel ve duygusal cezalarla disipline ettiğini bulmuştur.

Birlikte ele alındığında, otoriter ebeveynler sözlü alışverişi yani iletişimi teşvik etmez (Leman, 2005) ve çocuklardan ebeveynlerinin doğru olarak belirlediklerini kabul etmeleri beklenir (Baumrind, 1966). Çoğu araştırmacı, otoriter ebeveynlik tarzının çocuklarda ve ergenlerde olumsuz sonuçlara yol açtığını ve düşük benlik saygısı, azalmış mutluluk, düşük başarı ve artan sinirlilik gibi sağlıklı sonuçlardan daha azıyla ilişkili olduğunu bulmuştur (Baumrind, 1966; Furnham ve Cheng, 2000; Kaufmann vd., 2000; Wolfradt vd., 2003).

2.2.2. İlgisiz (İhmal Edici) anne-baba tutumu

Hoeve vd. (2009), ilgisiz ebeveynlik tarzını, ebeveynlerin çocuklarına düşük destek ve düşük kontrol göstermesi olarak tanımlamıştır. Ebeveynler çocuklarının

hayatına karışmama eğilimindedir (Steinberg vd., 1991). İhmal eden ebeveynler, çocuklarına karşı düşük kontrol, sıcaklık ve düşük tepki gösterirler (Suldo ve Huebner, 2004). Çocuklarına çok az ilgi gösterirler (Kim ve Rohner, 2002). Alegre (2011), ebeveynlerin bağlantısız, iddiasız, düşük hassasiyette olabileceğini ve sınır koymadıklarını vurgulamıştır. Ebeveynlerin ilgisiz ebeveynlik tarzı, ilgisiz ve dışlayıcı tutumları çocuklarda güçlü bir onay ve kabul ihtiyacına neden olabilir (Erkan vd., 2002). İhmalci ebeveynler çocukların duygularına ve fikirlerine dikkat etmezler. Ebeveynler duygusal olarak çocuklarını desteklemiyor olabilirler, ancak yine de yiyecek ve barınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılarlar. Ebeveynleri ihmal eden çocuklar, ebeveynlerinin hayatlarının diğer yönlerinin onlardan daha önemli olduğunu hissedebilirler. Lee ve diğerleri (2006), ilgisiz ebeveynlik tarzına sahip ebeveynlerin çocuklarına karşı bağımsız davranışlar sergilediklerini ileri sürer. Buna ek olarak, Brenner ve Fox (1999), çocukların ebeveynlerinin ilgisi olmadığında kendilerini ilgisiz hissettiklerini ve onlarla daha az zaman geçirdiklerini öne sürmüşlerdir.

İhmalci ebeveynlik tarzına odaklanan daha az çalışma mevcuttur. Bu, ihmalci ebeveynlik tarzının Baumrind'in (1967) tipolojisinin bir parçası olmadığı için olmuş olabilir. İhmalci ebeveynlik stili, Maccoby ve Martin (1983) tarafından Baumrind'in ebeveynlik stilini üçten dört ebeveynlik stiline genişlettiklerinde tanımlanmıştır (Hoeve vd., 2009). Ancak Baumrind bu stili kabul etmiş, 1991 tarihli makalesinde bahsetmiş ve ebeveynlik tarzını ergen yetkinliği ve madde kullanımı ile ilişkilendiren araştırmasında bu stili kullanmıştır (Baumrind, 1991). Çoğu akademisyene göre, ihmalci ebeveynlik tarzı çocuklar arasında olumsuz sonuçlar doğurmuştur (Ehnvall vd., 2008; Knutson vd., 2005; Stack vd., 2010).

2.2.3. İzin verici anne-baba tutumu

Baumrind'e (1966, 1971) göre müsamahakâr ebeveynler, çocuklarının ihtiyaçlarına, arzularına ve eylemlerine karşı cezalandırıcı olmayan, kabul gören ve olumlu davranışlar sergiler. İzin verici ebeveynliğin olumlu ve olumsuz unsurları vardır. Hoeve ve diğerleri (2009), müsamahakâr ebeveynlerin çocuklarına yüksek tepki ve destek gösterdiklerini, aynı zamanda da çocukları az veya çok kontrol ettiklerini bulmuştur. Gfroerer ve diğerleri (2004) izin veren ebeveynlerin daha liberal olduğunu ve çocuklara tam özerklik tanıdığını ve çocukların yapmaktan hoşlandıkları şeyleri desteklediklerini vurgulamıştır.

Marsiglia ve diğeri (2007), müsamahakâr ebeveynler çocuklarına izleme ve sınır koymadan hareket etme özgürlüğü verir. İzin veren ebeveynler, çocuklarına özgürlük tanıdıklarında çocuklarıyla ilişkilerinin yakınlaşacağını umarlar (Marsiglia vd., 2007). Bu nedenle, müsamahakâr ebeveynlerin çocukları genellikle ebeveynlerin ilgisi olmadan genç yaşta kendi faaliyetlerini planlar ve düzenler. Baumrind (1991) izin veren ebeveynlerin çocuklarının faaliyetlerini her zaman bağımsız olarak yaptıkları için bu çocukların daha olgun ve daha sorumluluk sahibi olduklarını belirtmiştir. Lee ve diğeri (2006), müsamahakâr bir ebeveynlik tarzına sahip ebeveynlerin çocuklara duyarlı olduklarını, ancak çocukları için beklenti veya sınırlar koymadıklarını bulmuştur. İzin verici ebeveynlik tarzı çocuklar için potansiyel olarak güvensizdir çünkü çocuklar arasında iyi bir muhakeme geliştirmede başarısızdır (Milevsky vd., 2007).

Özetle, müsamahakâr ebeveynlerin çocuklarına daha az özen ve ilgi gösterdiği söylenebilir. Çocuklar ebeveynlerinden tam ilgi görmeden yalnız büyürler. Bu, yaşitlarına kıyasla düşük özgüvene ve güven eksikliğine sahip olabilecekleri yaşamlarının sonraki gelişimlerini etkiler. Ebeveynler onları yapmayı sevdikleri her şeyi yapmaya teşvik etse de, küçük bir çocuğun yine de ebeveynlerin rehberliğine ihtiyacı vardır. Çocuklar ayrıca neyin doğru neyin yanlış olduğunu seçmekte zorlanırlar.

2.2.4. Demokratik anne-baba tutumu

Demokratik ebeveynlik tarzında, ebeveynler çocuklarını destekler ancak kendi sınırlarını belirler. Ebeveyn ve çocuk arasındaki Sözlü İletişim güçlüdür. Ayrıca bu tutum, çocuğun kendini özgür ve güvende hissettiği ve özdenetim geliştirme fırsatı bulunduğu bir aile ortamı yaratır. Ebeveynin demokratik ve eşitlikçi davranması, çocukların olumlu sosyal davranışlar sergilemelerine yol açar (Yavuzer, 2015).

Demokratik anne-baba tutumu ile yetişen çocukların benlik saygısı yüksek olur, sorumluluk duygusu da gelişmiş haldedir. Ahlaki açıdan değerleri kazanan çocuğun iç kontrol düzeyi yüksektir. Zorluklarla baş etme konusunda kendine güveni olan bu çocuklar denemek ve başarısız olmaktan korkmazlar. İletişim becerileri yüksek olan bu çocukların, kişilerarası ilişkileri gelişmiştir ve bu çocuklar iş birliğine açıktır, sosyal olarak uyum sağlamakta zorluk çekmezler (Yavuzer, 1999; Gander ve Gardiner, 2001).

2.2.5. Koruyucu anne-baba tutumu

Koruyucu anne-baba tutumu çocuğun anne-baba tarafından gereğinden fazla kontrol edilmesi ve ona karşı aşırı özen gösterilmesidir. Buna bağlı olarak çocuk diğer bireylere aşırı şekilde bağımlı olarak yaşar ve kendine güveni çok düzeyde kalır. Bahse konu bağımlılık ve özgüven düşüklüğü insanın hayatı boyunca devam edebilir ve benzer koruyucu davranışları diğer bireylerden de bekleyebilir (Yavuzer, 1999).

Aşırı koruyucu ebeveynlik tarzında ebeveynler, çocuklarının ekstra koruma ve kontrole ihtiyaç duyduklarını ve kendilerinden farklı bireyler olduklarını ve kendi bağımsızlıklarını kazanmaları gerektiğini anlayamadıklarını düşünmektedirler. Bu tutum, psiko-sosyal olgunluğu olumsuz yönde etkiler ve kendi kendine yeterli hale gelmelerine izin vermez. Ebeveynin aşırı koruması, çocukların okuldaki başarısını ve okula uyumunu etkilemektedir (Güenalp, 2007).

Levy (1943) tarafından yapılan çalışmaya göre koruyucu anne-baba tutumu altında yetişen çocukların diğer çocuklar ile zayıf ilişkiler kurdukları tespit edilmiştir. Bahse konu çocukların annelerinden ayrılmak konusunda korku taşıdıkları, yeni durum ve ortamlara uyum sağlamakta zorluk yaşadıkları gözlenmiştir (Akt. Ekşi, 1990).

2.2.6. Mükemmeliyetçi anne-baba tutumu

Araştırmacılar arasında mükemmeliyetçiliğin tek bir tanımına ilişkin bir fikir birliği olmamasına rağmen (Hewitt ve Flett, 2002), çağdaş teorisyenler arasındaki baskın görüş, mükemmeliyetçiliğin çok boyutlu bir eğitimsel başarı yönelimi olduğudur ve özünde bir bireyin belirleme ve yüksek performans standartlarına kusursuz bir şekilde ulaşmak için çaba gösterir (Gilman ve Ashby, 2006).

Hamachek (1978), çocuklar ve ebeveynleri arasındaki etkileşimlerin doğasına bağlı olarak, iki farklı tür mükemmeliyetçi yönelimin potansiyel olarak gelişebileceğini öne sürdü: sağlıklı mükemmeliyetçilik ve sağlıklı mükemmeliyetçilik. Sağlıklı mükemmeliyetçilik, bir bireyin yüksek mükemmeliyetçi çabaları benimseme eğilimini (yani, kusursuz bir şekilde yüksek performans standartlarına ulaşma arayışı), yüksek mükemmeliyetçi kaygılarla (yani, yüksek performans standartlarına ulaşamama kaygısı: Stoeber ve Otto, 2006) bir arada yansıtır. Ancak mükemmeliyetçi ebeveynler genellikle çocuklarının kapasitesinden fazlasını sergilemesini bekledikleri görülür. Bunun

sonucunda çocuklarda başaramama korkusu ve buna bağlı olarak öz güven eksikliği geliştiği görülür (Bakırcıoğlu, 2002). Çocukların bundan dolayı çocukluklarını tam manasıyla yaşayamadıkları gözlenir. Aileler çocuklarını olduğu gibi kabul etme konusunda zorlanırlar. Ebeveynler bu nedenle çocuklarını benzer çocuklar ile ilişki kurmasını isterler (Kılıçarslan, 2008).

2.2.7. Tutarsız anne-baba tutumu

Tutarsız aile modeli açısından en dikkat çeken örnek farklı davranışlar sergileyen ana-babalarlardır. Ana-babaların arasında meydana gelen bu çatışmalar ve fikir ayrılıkları çocukların bocalama yapmasına, çocuğun saldırgan davranış sergileyerek söz dinlememesine, doğruyu ve yanlış ayırt edememesine sebep olabilir (Tuzcuoğlu ve Tuzcuoğlu, 2007).

Ebeveyn-çocuk etkileşimlerinin bir çocuğu depresyon riski altında bırakabilecek bir başka yönü tutarsız ebeveynliktir. Tutarsız ebeveynliği inceleyen çalışmaların çoğu, tutarsız disiplin ve bunun davranış bozukluğu (Brody vd., 2003; Patterson, 1976), yeme bozukluğu (Ross ve Gill, 2002), akademik başarı (Dornbusch, vd., 1987) gibi bir dizi sonuç üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Tutarsız anne baba tutumunun bu konularda olumsuz etkilere sahip olduğu ortaya konmuştur.

Bazı tutarsız ebeveynlik davranışlarının ve etkileşimlerinin, belirsiz bir öz-değer duygusu yaratması olasıdır, bu da bazı insanları daha sonraki yaşamlarında depresyona karşı daha savunmasız hale getirebilir. Örneğin, tutarsız ebeveyn kontrolü davranışları, çocuklar veya ergenler arasında tutarsız bir özerkliğe neden olabilir ve bu da belirsiz bir öz-değer duygusu geliştirebilir. Aslında, özerklik ve bireyselleşme ihtiyaçları, özellikle ergenlik yıllarında kimlik oluşumunun merkezi olarak görülmüştür (Damon, 1983). Dahası, öz saygının belirsizliği, tutarsız ebeveyn beklentilerinden ve bu beklentilerin iletişiminden kaynaklanabilir. Dahası, ebeveynlerden tutarsız övgü ve kabulün, bir çocuğun ya da ergenin kendisinden emin olamayacak şekilde bir çocuğun üst algılarını etkileyeceği bir durum olabilir. İnsanlar başkaları tarafından nasıl algılandıklarını gözlemledikleri ve bu gözlemlerden benlik duygularını oluşturdukları için, ebeveynlerden gelen tutarsız onay mesajları belirsiz bir kendine değer verme duygusunu besleyebilir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle araştırma modeli açıklanmış, araştırma evreni ve örnekleme ele alınmıştır. Daha sonra veri toplama araçları ile verilerin toplanmasına ilişkin hususlar açıklanmıştır. Son olarak da verilerin analizi ve yorumlanmasına yönelik hususlar belirtilmiştir.

3.1 Araştırma Modeli

Çocuk sahibi olan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu ilişkisinin ele alındığı bu araştırma nicel bir araştırma olup, ilişkisel tarama modeli esas alınarak yürütülmüştür. Söz konusu model “iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir” (Karasar, 2003). Bu modelde değişkenler arasındaki ilişki, herhangi bir müdahale olmadan incelenir (Büyüköztürk vd., 2008).

3.2 Evren ve Örneklem

Bu araştırma evreni İstanbul ilinin Anadolu yakasında bulunan 2-6 yaş arası çocuk sahibi ebeveynlerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; İstanbul ili Anadolu yakasındaki 2-6 yaş arası çocuk sahibi ebeveynlerden kolayda örneklem yoluyla belirlenen 453 birey meydana getirmektedir.

3.3 Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri 3 kısımdan meydana gelen bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Anket formu; Bireysel Bilgi Formu, Ebeveyn Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği olmak üzere üç ayrı ölçüm aracını içermektedir.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Ankete iştirak edecek ebeveynlerin demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları araştırmacı tarafından hazırlanan “Bireysel Bilgi Formu” aracılığıyla belirlenmiştir. Belirtilen form ile katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir durumu, aile tipi, çocuk sayısı, çalışma durumu, sosyal medyada harcanan günlük süre, en çok kullanılan sosyal medya platformu ve sosyal medya kullanım süresi olmak üzere 10 adet soru bulunmaktadır.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Araştırma kapsamında anne babaların sosyal medya bağımlılığını değerlendirmek üzere Şahin ve Yağcı (2017) tarafından 18-60 yaş grubu yetişkin bireyler için geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır.

Söz konusu ölçek toplam 20 maddeden oluşmakta ve ölçek 5’li likert tipte derecelendirilmektedir (1:Bana hiç uygun değil, 5:Bana çok uygun). Ölçek maddelerinden 5 ve 11 numaralı maddeler olumsuz yargı içermesi sebebiyle ters kodlanarak puanlanmaktadır.

Ölçek puanlarının değerlendirilmesinde tüm ölçek maddelerinden alınan puanların toplanması ile elde edilen “toplam puan” kullanılmaktadır. Öleekten alınabilecek asgari puan 20 ve azami puan ise 100’dür. Ölçek puanlarının yüksek olması bireyin kendini “sosyal medya bağımlısı” şeklinde algıladığını göstermektedir.

Şahin ve Yağcı (2017) Kırşehir’de 1047 yetişkin bireyin katılımıyla yaptığı çalışmada ölçeğin güvenilirliğine ilişkin olarak Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısını 0,94 olarak belirlemiştir. Bu araştırma kapsamında da verilerin elde edilmesi sonrasında yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa ölçek geneli için 0,913 olarak belirlenmiştir. Söz konusu değere istinaden ölçüm verilerinin güvenilir olduğu değerlendirilmiştir.

3.3.3. Ebeveyn Tutum Ölçeği

Araştırma kapsamında anne ve babaların çocuklarını yetiştirme esnasında gösterdikleri ebeveynlik tutumları Demir ve Şendil’in (2008) geliştirdiği “Ebeveyn Tutum Ölçeği” kullanılarak incelenmiştir. Söz konusu ölçek; çocukların sosyalleşmeleri bakımından büyük önem taşıyan okul öncesi dönem çocuğu olan anne babaların çocuk yetiştirme tutum ve davranışlarını ele alması nedeniyle tercih edilmiştir.

Söz konusu ölçek 4 alt boyutta toplam 46 madde içermektedir. Buna göre ölçek alt boyutları ile boyutta yer alan maddeler aşağıda belirtilmiştir:

- i. *Demokratik Tutum* (17 madde): 1, 5, 7, 10, 14, 17, 20, 24, 27, 29, 32, 35, 37, 38, 41, 43 ve 46 numaralı maddeler,

- ii. *Otoriter Tutum* (11 madde): 2, 6, 8, 12, 18, 21, 26, 28, 36, 42 ve 45 numaralı maddeler,
- iii. *Koruyucu Tutum* (9 madde): 3, 9, 11, 13, 16, 19, 23, 31 ve 39 numaralı maddeler,
- iv. *İzin Verici Tutum* (9 madde): 4, 15, 22, 25, 30, 33, 34, 40 ve 44 numaralı maddeler.

Demir ve Şendil (2008) İstanbul’da 420 anne babanın katılımıyla yaptıkları çalışmada ölçeğin güvenilirliğine ilişkin olarak Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısını “demokratik” boyutta 0.83, “aşırı koruyucu” boyutta 0.75, “otoriter” boyutta 0.76 ve “izin verici” boyutta 0.74 olarak belirlemiştir. Bu araştırma kapsamında da verilerin elde edilmesi sonrasında yapılan güvenirlik analizinde Cronbach Alfa ölçek geneli için 0,718 olarak belirlenmiştir. Söz konusu değere istinaden ölçüm verilerinin güvenilir olduğu değerlendirilmiştir.

Ebeveyn tutum ölçeği 5’li likert tipte derecelendirilmektedir (1: Hiçbir zaman böyle değildir, 5:Her zaman böyledir). Ölçekte ters kodlanarak puanlanan herhangi bir madde bulunmamaktadır.

Ölçek puanlarının değerlendirilmesinde alt boyut puanları kullanılmaktadır. Alt boyut puanları boyuttaki madde puanlarının toplanarak ilgili madde sayısına bölünmesiyle belirlenmektedir. Bir boyuttan yüksek puan alınması o boyutun temsil ettiği davranış biçiminin ebeveyn tarafından benimsendiğini göstermektedir.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında anket uygulaması Temmuz – Ağustos 2020 döneminde online olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların her biri için anket uygulamasının yaklaşık 20 dakikada tamamlanmıştır.

Gönüllülük esası çerçevesinde yürütülen anket uygulamasından önce araştırmanın amacı, anket formlarının nasıl doldurulacağı ve katılımcı bilgilerinin saklı tutulacağı hususlarında katılımcılar bilgilendirilmiştir.

3.5. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma verileri SPSS 24.0 programı kullanılarak $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında aşağıdaki istatistiksel analiz ve testler gerçekleştirilmiştir:

- i. Araştırma verilerinin analizinde parametrik ya da parametrik olmayan testlerin hangilerinden yararlanılacağını belirlemek üzere verilerin normal dağılım gösterip göstermediği *çarpıklık ve basıklık* değerleri kontrol edilerek incelenmiştir.
- ii. Araştırmaya iştirak eden çocuk sahibi bireylerin tanıtıcı özellikleri ile sosyal medya bağımlılık ölçeği ve ebeveyn tutum ölçeği puanlarına yönelik olarak *Betimsel İstatistikler* (ortalama, standart sapma, yüzde, frekans, çarpıklık ve basıklık) yapılmıştır.
- iii. Sosyal medya bağımlılık ölçeği ile ebeveyn tutum ölçeği puanlarının katılımcıların demografik özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediği *Fark Testleri* kullanılarak belirlenmiştir.
- iv. Araştırmaya katılan ebeveynlerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasındaki ilişki olup *Korelasyon Analizi* uygulanarak incelenmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırma amacı doğrultusunda elde edilen bulgular ortaya koyulmuştur.

4.1. Ebeveynlerin Tanıtıcı Özellikleri

Araştırmaya katılan ebeveynlerin tanıtıcı özellikleri Tablo 4.1’de gösterilmiştir.

Tablo 4.1. Ebeveynlerin Tanıtıcı Özellikleri

DEĞİŞKEN / GRUP	n	%
Cinsiyet		
Kadın	288	63,6
Erkek	165	36,4
Yaş (Yıl)		
18-29 yaş arası	87	19,2
30-39 yaş arası	202	44,6
40 yaş ve üstü	164	36,2
Eğitim Durumu		
İlköğretim ve altı	25	5,5
Lise	87	19,2
Lisans	276	60,9
Lisansüstü	65	14,3
Gelir Durumu		
2500 TL altı	48	10,6
2501-4000 TL	86	19,0
4001-6000 TL	161	35,5
6001 TL ve üstü	158	34,9
Çalışma Durumu		
Evet	275	60,7
Hayır	178	39,3
Aile Tipi		
Çekirdek	373	82,3
Geniş	80	17,7

DEĞİŞKEN / GRUP	n	%
Çocuk Sayısı		
Bir	164	36,2
İki ve daha fazla	289	63,8
Sosyal Medyada Geçirilen Günlük Süre		
1 saatten az	72	15,9
1-2 saat	216	47,7
3-4 saat	114	25,2
4 saatten çok	51	11,3
Sosyal Medyayı Kullanım Süresi		
1 yıldan az	12	2,6
1-3 yıl arası	47	10,4
3 yıldan fazla	394	87,0
En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Platformu *		
Facebook	110	24,2
Twitter	128	28,2
Instagram	325	71,7
Youtube	149	32,9
Diğer	82	18,1

* Birden fazla seçenek tercih edilebilmiştir.

Tablo 4.1’de bulunan verilerden de görüldüğü üzere; cinsiyete göre dağılıma bakıldığında araştırmaya katılan ebeveynler arasında % 63,6 (n=288) ile anneler daha fazladır. Ebeveynlerin % 44,6’sı (n=202) 30-39 yaş grubunda olup, lisans mezunları % 60,9 (n=276) ile çoğunluğu oluşturmaktadır. Gelir durumu açısından ise % 35,5 (n=161) ile 4001-6000 TL ve % 34,9 (n=158) ile 6001 TL ve üstü gelire sahip ebeveynler çoğunluktadır. Ebeveynlerin % 60,7’si (n=275) çalışmakta, % 82,3’ü (n=373) çekirdek ailede yaşamakta ve % 63,8’inin (n=289) iki veya daha fazla çocuğu bulunmaktadır. Ebeveynler % 47,7’si (n=216) sosyal medyada günlük olarak 1-2 saat süre geçirmekte, % 87’si (n=394) sosyal medyayı 3 yıldan daha uzun süre ile kullanmaktadır. Ebeveynler tarafından en çok tercih edilen sosyal medya platformlar arasında % 71,7 (n=325) ile ilk sırada “Instagram” yer alırken, bu platformu % 32,9 (n=149) ile “Youtube”, % 28,2 (n=128) ile “Twitter”, % 24,2 (n=110) ile “Facebook” ve % 18,1 (n=82) ile “diğer” platformlar takip etmektedir.

4.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine yönelik tanımlayıcı istatistikler (ortalama ve standart sapma) Tablo 4.2’de gösterilmiştir.

Tablo 4.2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikleri

İFADELER	$\bar{X}$	SS
1. Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	2,18	1,18
2. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	2,80	1,23
3. Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	2,67	1,30
4. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	2,06	1,16
5. Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem *	2,87	1,18
6. Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	2,52	1,31
7. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2,03	1,14
8. Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	1,88	1,10
9. Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	2,06	1,09
10. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	2,43	1,29
11. Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.*	3,64	1,11
12. Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	2,93	1,16
13. Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	2,11	1,06
14. Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	2,83	1,18
15. Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	1,93	1,02
16. İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	2,51	1,13
17. Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	2,00	1,03
18. Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	1,45	0,81
19. Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	2,00	1,05
20. Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor	2,75	1,18
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI	47,62	14,01

* Ters kodlanarak puanlama yapılmıştır.

Tablo 4.2’de yer alan istatistiklerden görüldüğü üzere Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine verilen yanıtların ortalamalarında; en düşük ortalama $1,45 \pm 0,81$ ile 18 nu.lı “Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim” ifadesine ve en yüksek ortalama $3,64 \pm 1,11$ ile 11 nu.lı “Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum” ifadesine aittir. 11 nu.lı ifadenin ters puanlanan madde olduğu da dikkate alındığında, ölçekteki tüm ifadelerin ortalamasının 3’ün altında olduğu söylenebilir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık ölçeği toplam puan ortalamaları ise $47,62 \pm 14,01$ ’dir.

Ebeveyn Tutum Ölçeği yönelik tanımlayıcı istatistikler (ortalama ve standart sapma) Tablo 4.3’de belirtilmiştir.

Tablo 4.3. Ebeveyn Tutum Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikleri

İFADE	$\bar{X}$	SS
DEMOKRATİK TUTUM	4,16	0,54
1. Çocuğumu bir şeyleri kendi başına yapması konusunda cesaretlendiririm.	4,11	0,73
5. Çocuğum bana bir şey anlatırken sözünü kesmeden dinlerim.	4,17	0,79
7. Çocuğumun duygularını serbestçe ifade etmesine izin veririm.	4,40	0,71
10. Çocuğuma yaptığı şeyin önemli olduğunu hissettiririm.	4,26	0,73
14. Ebeveynlik konusunda bir yanlış yaptığımda çocuğumdan özür dilerim.	3,98	1,07
17. Çocuğumun kişisel görüşlerine saygı gösteririm.	4,21	0,80
20. Çocuğum yanlış davrandığında, bunun neden yanlış olduğunu ona açıklarım.	4,44	0,69
24. Çocuğumla her konuyu konuşabilirim.	3,89	0,96
27. Çocuğumun kendi başına becerebileceği şeyleri denemesi için ona fırsat tanırım.	4,29	0,75
29. Çocuğumun kendine özgü bir bakış açısı olduğunu kabul ederim.	4,25	0,81
32. Çocuğumun cinsel konularda sorduğu soruları anlayacağı bir dilde doğru olarak cevaplarım	3,81	1,11
35. Çocuğuma, kurallara neden uyması gerektiğini açıklarım.	4,40	0,73
37. Çocuğumun iyi ve kötü davranışı karşısında neler hissettiğini ona açıklarım.	4,15	0,90
38. Çocuğuma bir şey alırken onun da fikrini alırım.	4,20	0,83
41. Çocuğuma bağımsız olmayı öğrenmesi konusunda yardımcı olurum.	3,89	0,90
43. Çocuğum iyi davrandığında onu överim.	4,06	0,89
46. Çocuğumun büyüdükçe yeni şeyler denemeyi göze alması gerektiğine inanırım.	4,13	0,83

İFADE	$\bar{X}$	SS
OTORİTER TUTUM	1,93	0,64
2. Çocuğuma karşı çabuk öfkelenirim.	2,42	0,92
6. Çocuğum yanlış bir şekilde davrandığında ona bağırırım.	2,28	0,90
8. Çocuğumu yola getirmek için onu azarlarım.	2,01	0,91
12. Çocuğuma kızdığım da çocuğumu cezalandırırım.	1,93	0,93
18. Çocuğuma karşı sabırsızım.	2,34	0,98
21. Çocuğum söz dinlemediğinde ona vururum.	1,43	0,75
26. Çocuğumla aynı fikirde olmadığımız zaman, benim fikirlerimi kabul etmesi için onu zorlarım.	2,03	0,99
28. En ufak bir hatasında, çocuğumu cezalandırırım.	1,39	0,78
36. Fiziksel cezayı, çocuğumu disipline sokmanın bir yolu olarak kullanırım.	1,54	0,92
42. Çocuğumu başka çocuklarla kıyaslarım.	1,79	0,93
45. Çocuğumu yapabileceğinden fazlasını yapması için zorlarım.	2,12	1,13
KORUYUCU TUTUM	3,25	0,66
3. Çocuğumu, kendisi için yorucu olabilecek işlerden korurum.	2,80	1,07
9. Çocuğumu, kendisi için zor olabilecek işlerden korurum.	2,92	1,10
11. Çocuğuma karşı koruyucu davranırım.	3,93	0,98
13. Çocuğumu, hayatın ufak tefek güçlüklerinden korurum.	3,03	1,11
16. Arkadaşları çocuğuma sataştığı zaman onu korurum.	2,91	1,09
19. Çocuğumun hayal kırıklığına uğramaması için elimden geleni yaparım.	3,70	1,13
23. Çocuğumu, onun cesaretini kırabilecek zor işlerden uzak tutarım.	2,58	1,17
31. Çocuğumun hastalanmasından endişe ederim.	3,97	1,08
39. Çocuğum için hemen hemen bütün eğlencelerimden fedakarlık ederim.	3,36	1,00
İZİN VERİCİ TUTUM	2,37	0,56
4. Ben bir başkasıyla konuşurken çocuğumun araya girmesine izin veririm.	2,62	1,05
15. Çocuğumun şımarıklıklarına göz yumarım.	2,36	0,98
22. Çocuğumu şımartırım.	2,43	1,00
25. Çocuğumun başkaları konuşurken araya girmesine izin veririm.	2,35	1,03
30. Çocuğumun her şeyi yapmasına izin veririm.	2,54	1,12
33. Çocuğumun yanlış davranışını görmezden gelirim.	1,78	0,83
34. Çocuğuma bana sormaksızın şahsi eşyalarım dan herhangi birini alıp kullanmasına izin veririm.	2,05	1,07
40. Evimizde hangi televizyon programının izleneceği, çocuğumun isteğine göre belirlenir.	2,52	1,04
44. Çocuğumun istediği saatte uyumasına izin veririm.	2,71	1,16

Tablo 4.3’de yer alan istatistiklerden görüldüğü üzere Ebeveyn Tutum Ölçeğine verilen yanıtların ortalamalarında; demokratik tutum boyutunda en düşük ortalama $3,81\pm1,11$ ile 32 nu.lı “Çocuğumun cinsel konularda sorduğu soruları anlayacağı bir dilde doğru olarak cevaplarım” ifadesine ve en yüksek ortalama $4,44\pm0,69$ ile 20 nu.lı “Çocuğum yanlış davrandığında, bunun neden yanlış olduğunu ona açıklarım” ifadesine; otoriter tutum boyutunda en düşük ortalama $1,39\pm0,78$ ile 28 nu.lı “En ufak bir hatasında, çocuğumu cezalandırırım” ifadesine ve en yüksek ortalama $2,42\pm0,92$ ile 2 nu.lı “Çocuğuma karşı çabuk öfkelenirim” ifadesine; koruyucu tutum boyutunda en düşük ortalama $2,58\pm1,17$ ile 23 nu.lı “Çocuğumu, onun cesaretini kırabilecek zor işlerden uzak tutarım” ifadesine ve en yüksek ortalama $3,97\pm1,08$ ile 31 nu.lı “Çocuğumun hastalanmasından endişe ederim” ifadesine; izin verici tutum boyutunda en düşük ortalama $1,78\pm0,83$ ile 33 nu.lı “Çocuğumun yanlış davranışını görmezden gelirim.” ifadesine ve en yüksek ortalama $2,71\pm1,16$ ile 44 nu.lı “Çocuğumun istediği saatte uyumasına izin veririm” ifadesine aittir. Katılımcıların ebeveyn tutum ölçeği demokratik tutum boyutu puan ortalamaları $4,16\pm0,54$, otoriter tutum boyutu puan ortalamaları $1,93\pm0,64$, koruyucu tutum boyutu puan ortalamaları $3,25\pm0,66$, izin verici tutum boyutu puan ortalamaları $2,37\pm0,56$ ’dır.

Ebeveyn Tutum Ölçeğinin verileri doğrultusunda araştırmaya iştirak eden ebeveynlerin hangi tutumları benimsediklerine ilişkin frekans analizi bulguları Tablo 4.4’de yer almaktadır.

Tablo 4.4. Ebeveyn Tutum Ölçeği Frekans Analizi Dağılımı

EBEVEYN TUTUMU	n	%
Demokratik Tutum	398	87,9
Otoriter Tutum	12	2,6
Koruyucu Tutum	43	9,5
İzin Verici Tutum	-	-

Tablo 4.4’de yer alan verilerden de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan ebeveynlerin %87,9’sinin (n=398) demokratik tutum, % 2,6’sının (n=12) otoriter tutum ve % 9,5’i (n=43) koruyucu tutum ortalamaları diğer tutumların puan ortalamalarından daha yüksektir.

4.3. Ebeveyn Tutumu ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi

Ebeveyn Tutum Ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamaları ile Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği toplam puanı ilişkisi Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiş ve analiz sonuçları Tablo 4.5’de sunulmuştur.

Tablo 4.5. Ebeveyn Tutumu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki

DEĞİŞKEN		Demokratik Tutum	Otoriter Tutum	Koruyucu Tutum	İzin Verici Tutum
Sosyal Medya Bağımlılığı	r	-0,430**	0,511**	-0,019	0,234**
	p	0,000	0,000	0,684	0,000

Tablo 4.5’de yer alan korelasyon tablosundan görüldüğü üzere;

- Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği toplam puan ortalaması ile demokratik tutum puan ortalamasının arasında zayıf düzeyde ve negatif yönlü ($r=-0,430$; $p<0.05$),
- Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği toplam puan ortalaması ile otoriter tutum puan ortalamasının arasında zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ($r=0,511$; $p<0.05$),
- Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği toplam puan ortalaması ile izin verici tutum puan ortalamasının arasında zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ($r=0,234$; $p<0.05$) ilişki olduğu belirlenmiştir.

4.4. Ebeveynlerin Tanıtıcı Özelliklerine Göre Ebeveyn Tutumları ile Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması

Bu kısımda araştırmaya katılan bireylerin tanıtıcı özelliklerine göre ebeveyn tutumları ile sosyal medya bağımlılıkları fark testleri kullanılarak karşılaştırılmıştır.

Cinsiyete göre ebeveyn tutumları Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 4.6’da gösterilmiştir.

Tablo 4.6. Cinsiyete Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması

Değişken	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Demokratik Tutum	Kadın	288	4,21	0,55	3,413	0,001*
	Erkek	165	4,04	0,49		
Otoriter Tutum	Kadın	288	1,92	0,68	-0,478	0,633
	Erkek	165	1,95	0,55		
Koruyucu Tutum	Kadın	288	3,18	0,66	-2,584	0,010*
	Erkek	165	3,35	0,64		
İzin Verici Tutum	Kadın	288	2,29	0,54	-4,116	0,000*
	Erkek	165	2,51	0,56		

* $p \leq 0.05$

Tablo 4.6’da bulunan cinsiyete göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin otoriter tutum ($t_{(451)}=-0,478$; $p>0.05$) puan ortalamaları cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermemekte, buna karşın demokratik tutum ($t_{(451)}=3,413$; $p<0.05$), koruyucu tutum ($t_{(451)}=-2,584$; $p<0.05$) ve izin verici tutum ($t_{(451)}=-4,116$; $p<0.05$) puan ortalamalarının arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmaktadır. Demokratik tutum boyutunda annelerin, koruyucu tutum ile izin verici tutum boyutlarında ise babaların puan ortalamaları anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Yaşa göre ebeveyn tutumları Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.7’de belirtilmiştir.

Tablo 4.7. Yaşa Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Yaş (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Demokratik Tutum	18-29 (1)	87	4,04	0,69	3,371	0,036*	1-2 1-3
	30-39 (2)	202	4,22	0,53			
	40 ve üzeri (3)	164	4,12	0,41			

Değişken	Yaş (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Otoriter Tutum	18-29 (1)	87	2,09	0,81	3,812	0,024*	1-3
	30-39 (2)	202	1,93	0,65			
	40 ve üzeri (3)	164	1,84	0,47			
Koruyucu Tutum	18-29 (1)	87	3,34	0,62	1,422	0,242	-
	30-39 (2)	202	3,19	0,65			
	40 ve üzeri (3)	164	3,25	0,68			
İzin Verici Tutum	18-29 (1)	87	2,36	0,56	5,521	0,004*	2-3
	30-39 (2)	202	2,28	0,53			
	40 ve üzeri (3)	164	2,48	0,57			

*p<0.05

Tablo 4.7’de bulunan yaşa göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin koruyucu tutum ($F_{(2-450)}=0,242$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemekte, bununla birlikte demokratik tutum ($F_{(2-273)}=3,371$; $p<0,05$), otoriter tutum ($F_{(2-273)}=3,812$; $p<0,05$) ve izin verici tutum ($F_{(2-273)}=5,521$; $p<0,05$) puan ortalaması ise istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; demokratik tutum boyutunda 18-29 yaş grubunun puan ortalaması diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha düşük, otoriter tutum boyutunda 18-29 yaş grubunun puan ortalaması diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha yüksek ve izin verici tutum boyutunda 40 yaş üzeri grubunun puan ortalaması diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Eğitim durumuna göre ebeveyn tutumları Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8. Eğitim Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Eğitim Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Demokratik Tutum	İlköğretim ve altı (1)	25	4,20	0,41	1,446	0,229	-
	Lise (2)	87	4,12	0,63			
	Lisans (3)	276	4,13	0,54			
	Lisansüstü (4)	65	4,28	0,43			

Değişken	Eğitim Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Otoriter Tutum	İlköğretim ve altı (1)	25	1,75	0,52	7,579	0,000*	1-3 2-3 3-4
	Lise (2)	87	1,86	0,58			
	Lisans (3)	276	2,02	0,69			
	Lisansüstü (4)	65	1,72	0,41			
Koruyucu Tutum	İlköğretim ve altı (1)	25	3,31	0,73	1,107	0,346	-
	Lise (2)	87	3,35	0,67			
	Lisans (3)	276	3,21	0,62			
	Lisansüstü (4)	65	3,23	0,80			
İzin Verici Tutum	İlköğretim ve altı (1)	25	2,21	0,51	1,930	0,124	-
	Lise (2)	87	2,30	0,51			
	Lisans (3)	276	2,39	0,55			
	Lisansüstü (4)	65	2,46	0,66			

*p<0.05

Tablo 4.8’de bulunan eğitim durumuna göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin demokratik tutum ($F_{(3-449)}=1,446$; $p>0,05$), koruyucu tutum ($F_{(3-449)}=1,107$; $p>0,05$) ve izin verici tutum ($F_{(3-449)}=1,930$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan farklılık göstermemekte, bununla birlikte otoriter tutum ($F_{(3-449)}=7,579$; $p<0,05$) puan ortalamaları ise istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; otoriter tutum boyutunda lisans grubundaki ebeveynlerin puan ortalaması diğer gruplardaki ebeveynlerden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Gelir durumuna göre ebeveyn tutumları Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.9’da sunulmuştur.

Tablo 4.9. Gelir Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Gelir Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Demokratik Tutum	2500 TL’den az (1)	48	4,19	0,50	1,433	0,232	-
	2501-4000 TL (2)	86	4,18	0,53			
	4001-6000 TL (3)	161	4,08	0,58			
	6001 TL ve üstü (4)	158	4,19	0,48			

Değişken	Gelir Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Otoriter Tutum	2500 TL'den az (1)	48	1,92	0,57	1,733	0,067	-
	2501-4000 TL (2)	86	1,80	0,63			
	4001-6000 TL (3)	161	1,95	0,72			
	6001 TL ve üstü (4)	158	1,88	0,54			
Koruyucu Tutum	2500 TL'den az (1)	48	3,34	0,70	0,569	0,636	-
	2501-4000 TL (2)	86	3,27	0,68			
	4001-6000 TL (3)	161	3,21	0,60			
	6001 TL ve üstü (4)	158	3,22	0,69			
İzin Verici Tutum	2500 TL'den az (1)	48	2,21	0,56	7,142	0,000*	1-3, 1-4 2-3, 2-4
	2501-4000 TL (2)	86	2,18	0,49			
	4001-6000 TL (3)	161	2,40	0,52			
	6001 TL ve üstü (4)	158	2,49	0,59			

*p<0.05

Tablo 4.9'da bulunan gelir durumuna göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin demokratik tutum ($F_{(3-449)}=1,433$; $p>0,05$), otoriter tutum ($F_{(3-449)}=1,733$; $p<0,05$) ve koruyucu tutum ($F_{(3-449)}=0,569$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel bakımdan farklılık göstermemekte, bununla birlikte izin verici tutum ($F_{(3-449)}=7,142$; $p<0,05$) puan ortalamaları ise istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; izin verici tutum boyutunda 4001-6000 TL ile 6001 TL ve üzeri gruplarının puan ortalamaları diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Çalışma durumuna göre ebeveyn tutumları Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.10'da belirtilmiştir.

Tablo 4.10. Çalışma Durumuna Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Çalışma Durumu	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Demokratik Tutum	Evet	275	4,10	0,56	-2,243	0,025*
	Hayır	178	4,22	0,48		
Otoriter Tutum	Evet	275	1,96	0,68	1,060	0,290
	Hayır	178	1,89	0,55		

Değişken	Çalışma Durumu	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Koruyucu Tutum	Evet	275	3,24	0,64	0,063	0,949
	Hayır	178	3,24	0,69		
İzin Verici Tutum	Evet	275	2,45	0,58	3,651	0,000*
	Hayır	178	2,25	0,50		

*p≤0.05

Tablo 4.10’da bulunan çalışma durumuna göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin otoriter tutum ($t_{(451)}=1,060$; $p>0.05$) ve koruyucu tutum ($t_{(451)}=0,063$; $p>0.05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan farklılık göstermemekte, bununla birlikte demokratik tutum ($t_{(451)}=-2,243$; $p<0.05$) ve izin verici tutum ($t_{(451)}=3,651$; $p<0.05$) puan ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmaktadır. Demokratik tutum boyutunda çalışmayan ebeveynlerin, izin verici tutum boyutunda ise çalışan ebeveynlerin puan ortalamaları anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Aile tipine göre ebeveyn tutumları Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.11’de sunulmuştur.

Tablo 4.11. Aile Tipine Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Aile Tipi	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Demokratik Tutum	Çekirdek	373	4,18	0,52	2,458	0,014*
	Geniş	80	4,02	0,59		
Otoriter Tutum	Çekirdek	373	1,93	0,64	-0,130	0,897
	Geniş	80	1,93	0,58		
Koruyucu Tutum	Çekirdek	373	3,24	0,65	0,116	0,908
	Geniş	80	3,23	0,68		
İzin Verici Tutum	Çekirdek	373	2,38	0,57	0,516	0,606
	Geniş	80	2,34	0,47		

*p≤0.05

Tablo 4.10’da bulunan aile tipine göre ebeveyn tutumlarına ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin otoriter tutum ($t_{(451)}=-0,130$; $p>0.05$), koruyucu tutum ($t_{(451)}=0,116$; $p>0.05$) ve izin verici tutum ($t_{(451)}=0,516$; $p>0.05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan farklılık göstermemekte, bununla birlikte demokratik tutum ($t_{(451)}=2,458$; $p<0.05$) puan ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık

bulunmaktadır. Demokratik tutum boyutunda çekirdek aile yapısına sahip ebeveynlerin puan ortalamaları anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Çocuk sayısına göre ebeveyn tutumları Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.12’de belirtilmiştir.

Tablo 4.12. Çocuk Sayısına Göre Ebeveyn Tutumlarının Karşılaştırılması.

Değişken	Çocuk Sayısı	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Demokratik Tutum	Bir	164	4,16	0,60	0,300	0,765
	İki ve üzeri	289	4,14	0,49		
Otoriter Tutum	Bir	164	1,88	0,67	-1,358	0,175
	İki ve üzeri	289	1,96	0,61		
Koruyucu Tutum	Bir	164	3,26	0,66	0,557	0,578
	İki ve üzeri	289	3,23	0,66		
İzin Verici Tutum	Bir	164	2,41	0,59	1,149	0,251
	İki ve üzeri	289	2,35	0,53		

Tablo 4.12’de bulunan çocuk sayısına göre ebeveyn tutumuna ilişkin analiz sonuçlarından görüleceği üzere, ebeveynlerin demokratik tutum ($t_{(451)}=0,300$; $p>0.05$), otoriter tutum ($t_{(451)}=-1,358$; $p>0.05$), koruyucu tutum ($t_{(451)}=0,557$; $p>0.05$) ve izin verici tutum ($t_{(451)}=1,146$; $p>0.05$) puan ortalamaları istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.13’te sunulmuştur.

Tablo 4.13. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	288	48,25	14,55	1,279	0,202
	Erkek	165	46,50	12,96		

Tablo 4.13'te bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, cinsiyete göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($t_{(451)}=1,279$; $p>0.05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Yaşa göre sosyal medya bağımlılığı Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.14'te belirtilmiştir.

Tablo 4.14. Yaşa Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Yaş (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	18-29 (1)	87	55,36	14,65	19,206	0,000*	1-2 1-3
	30-39 (2)	202	46,84	13,14			
	40 ve üzeri (3)	164	44,46	13,21			

* $p \leq 0.05$

Tablo 4.14'de bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, yaşa göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($F_{(2-273)}=5,521$; $p<0,05$) puan ortalaması istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; 18-29 yaş grubunun sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığı Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.15'te belirtilmiştir.

Tablo 4.15. Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Eğitim Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	İlköğretim ve altı (1)	25	36,56	11,72	6,731	0,000*	1-2, 1-3, 1-4
	Lise (2)	87	48,14	12,49			
	Lisans (3)	276	48,92	14,67			
	Lisansüstü (4)	65	45,61	11,80			

* $p \leq 0.05$

Tablo 4.15'te bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, eğitim durumuna göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($F_{(3-449)}=6,731$; $p<0,05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; ilköğretim ve altı grubunun sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması diğer gruplardan anlamlı düzeyde daha düşüktür.

Gelir durumuna göre sosyal medya bağımlılığı Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.16'da belirtilmiştir.

Tablo 4.16. Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Gelir Durumu (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	2500 TL'den az (1)	48	47,04	13,63	1,773	0,152	-
	2501-4000 TL (2)	86	45,95	13,79			
	4001-6000 TL (3)	161	49,61	15,71			
	6001 TL ve üstü (4)	158	46,67	12,15			

Tablo 4.16'da bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, gelir durumuna göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($F_{(3-449)}=1,773$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Çalışma durumuna göre sosyal medya bağımlılığı Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.17'de belirtilmiştir.

Tablo 4.17. Çalışma Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Çalışma Durumu	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Evet	275	48,35	15,01	1,385	0,167
	Hayır	178	46,48	12,23		

Tablo 4.17’de bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, çalışma durumuna göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($t_{(451)}=1,385$; $p>0.05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Aile tipine göre sosyal medya bağımlılığı Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.18’de belirtilmiştir.

Tablo 4.18. Aile Tipine Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	Aile Tipi	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Çekirdek	373	47,72	14,31	0,331	0,741
	Geniş	80	47,15	12,51		

Tablo 4.18’de bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, aile tipine göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($t_{(451)}=0,331$; $p>0.05$ puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.

Çocuk sayısına göre sosyal medya bağımlılığı Bağımsız Örneklem T-Testi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.19’da belirtilmiştir.

Tablo 4.19. Çocuk Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması

Değişken	Çocuk Sayısı	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Bir	164	49,82	14,01	2,544	0,011*
	İki ve üzeri	289	46,36	13,86		

* $p \leq 0.05$

Tablo 4.19’da bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, çocuk sayısına göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($t_{(451)}=2,544$; $p<0.05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bir çocuk sahibi ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması 2 ve daha fazla çocuk sahibi ebeveynlerden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Sosyal medyada geçirilen günlük süreye göre sosyal medya bağımlılığı Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.20’de sunulmuştur.

Tablo 4.20. Sosyal Medyada Geçirilen Günlük Süreye Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	SM’de Geçirilen Günlük Süre (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	Bir Saatten Az (1)	72	35,13	10,10	57,796	0,000*	1-2, 1-3 1-4, 2-3 2-4, 3-4
	Bir-İki Saat (2)	216	45,64	10,76			
	Üç-Dört Saat (3)	114	53,33	13,35			
	Dört Saatten Fazla (4)	51	60,84	15,26			

*p≤0.05

Tablo 4.20’de bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, sosyal medyada geçirilen günlük süreye göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($F_{(3-449)}=57,796$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Yapılan post hoc testleri sonucuna göre; bütün grupların puan ortalaması arasında farklılık belirlenmiş olup, sosyal medyada geçirilen süre arttıkça, ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması da artmaktadır.

Sosyal medya kullanım zamanına göre sosyal medya bağımlılığı Tek Yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış ve analiz sonuçları Tablo 4.21’de belirtilmiştir.

Tablo 4.21. Sosyal Medya Kullanım Zamanına Göre Sosyal Medya Bağımlılığının Karşılaştırılması.

Değişken	SM Kullanım Zamanı (Grup)	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 yıldan az (1)	12	40,25	16,14	1,725	0,179	-
	1-3 yıl arası (2)	47	47,51	13,20			
	3 yıldan fazla (3)	394	47,85	14,00			

Tablo 4.21’de bulunan analiz sonuçlarından da görüldüğü üzere, sosyal medya kullanım zamanına göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ($F_{(2-450)}=1,725$; $p>0,05$) puan ortalaması istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir.



5. TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmada ulaşılan bulgular aşağıda belirtilen başlıklar altında tartışılmıştır:

- i. Sosyal medya bağımlılığına yönelik bulguların tartışılması,
- ii. Ebeveyn tutumlarına yönelik bulguların tartışılması,
- iii. Ebeveyn tutumu ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisine yönelik bulguların tartışılması.

5.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırmaya katılan ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık ölçeği toplam puan ortalamaları $47,62 \pm 14,01$ 'dir. Ölçek puanlarının yüksek olması sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. Buna göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığının “orta” düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığının incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmaması sebebiyle, sosyal medya bağımlılık düzeyine ilişkin bu bulgu literatürde yer alan genel tarama çalışmaları ile karşılaştırılmıştır. Buna göre çalışmada elde edilen bulguların söz konusu çalışmaların sonuçları ile uyumlu olduğu görülmektedir. Keçeli'nin (2020) evli bireylerde psikolojik iyi oluş ve sosyal medya bağımlılığı ile evlilik doyumu ilişkisini ele aldığı çalışmasında katılımcıların sosyal medya bağımlılığının “orta” düzeyde olduğu belirlenmiştir. Duman (2019) Erzurum ilinde gerçekleştirdiği çalışmasında, bireylerin sosyal medya bağımlılığının “sorunlu” olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde Yüksel (2019) da sosyal medya bağımlılığı, kendini gizleme ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi ele aldığı ve Konya ilinde yürüttüğü çalışmasında, katılımcıların sosyal medya bağımlılığını “orta” düzeyde olduğunu saptamıştır.

Araştırmada ebeveynlerin sosyal medya bağımlılıklarının tanıtıcı özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği fark testleri ile incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda; cinsiyet, gelir durumu, çalışma durumu, aile tipi ve sosyal medya kullanım zamanına göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı düzeyde farklılık belirlenmemiştir. İlgili literatür incelendiğinde bu çalışma bulguları ile benzer sonuçların elde edildiği çalışmalar olduğu görülmektedir. Buna göre sosyal medya bağımlılığının cinsiyete (Sağar, 2019; Duman, 2019; Beyler, 2019; Beşik, 2019; Coşar,

2019), gelir durumuna (Keçeli, 2020), çalışma durumu (Keçeli, 2020), aile tipine (Ezen vd, 2019) ve sosyal medya kullanımının ne zamandır kullanıldığı (Duman, 2019) göre farklılaşmadığı bildirilmiştir.

Yaşa göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı incelendiğinde, 18-29 yaş arasındaki ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığının daha ileri yaştaki ebeveynlerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada elde edilen bulguların literatürle genel olarak uyumlu olduğu görülmektedir. Yapılan pek çok çalışmada yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü ilişki bulunduğu ve yaş arttıkça bireylerin sosyal medya bağımlılığının da arttığı tespit edilmiştir (Enginyurt, 2019; Duman, 2019; Beyler, 2019; Macit, 2019; Yüksel, 2019; Bektaş, 2018). Söz konusu bulgu genç nesillerin teknolojik gelişmeler ile daha ilgili olmaları ve bu yönde daha fazla gayret göstermeleri ile ilişkilendirilebilir.

Eğitim durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilköğretim ve altında eğitim düzeyine sahip ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığının daha ileri düzeyde eğitime sahip ebeveynlerden düşük düzeyde olduğu saptanmıştır. Eğitim düzeyinin artması ile birlikte bireylerin artan entelektüel sermayelerinin de artacağı ve buna bağlı olarak sosyal medyada zaman harcamak yerine değişik alternatiflere yönelebilecekleri öngörüldüğünden çalışmada elde edilen bu bulgu şaşırtıcı olarak görülmektedir. Nitekim literatürde yer alan çeşitli çalışmalarda da eğitim düzeyi ile sosyal medya bağımlılığının birbirleri ile negatif ilişkili olduğu belirlenmiştir. Enginyurt'un (2019) Doğu Karadeniz Bölgesinde yaşayan bireylerin katılımı ile gerçekleştirdiği bir araştırmada, eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığı ifade edilmiştir. Yüksel (2019) ile Demir (2019) de çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyiyle negatif ilişki içerisinde olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Bektaş'ın (2018) çalışmasında bireylerin meşguliyet boyutundaki sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiği ve düşük eğitim düzeyine sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında eğitim düzeyi ile ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı arasında belirlenen pozitif ilişkinin sebeplerinin detaylı olarak incelenmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Çocuk sayısının ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığında fark yaratıp yaratmadığı incelendiğinde, iki veya daha fazla çocuğu bulunan ebeveynlere kıyasla tek çocuğu olan ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Yamangil (2019) ile Macit (2019) yaptıkları çalışmalarda çocuk sayısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif ilişki arttıkça bireylerin sosyal medya bağımlılığının arttığını tespit etmiştir. Erol (2019)'un Batı Karadeniz bölgesinde sosyal medya bağımlılığını incelediği çalışmasında, çocuk sayısına göre bireylerin sosyal medya bağımlılığının farklılık göstermediği belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgu; çocuklarının yemek, bakım ve okul gibi sorumluluklarını taşıyan ebeveynlerin çocuk sayısındaki artışla birlikte kendilerine daha az zaman ayırabilmeleri nedeniyle sosyal medya kullanım sürelerinin ve buna bağlı olarak da sosyal medya bağımlılıklarının daha az olması ile açıklanabilir.

Araştırmada sosyal medyada geçirilen günlük süre ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Bir başka ifade ile sosyal medyada geçirilen günlük süre arttıkça ebeveynlerde sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır. Buna göre ebeveynlerin gün içerisinde sosyal medyaya ayırdığı sürenin artış göstermesinin sosyal medya bağımlılıkları üzerinde belirleyici unsurlardan biri olduğu söylenebilir. Duman (2019) ile Aktan'ın (2018) çalışmalarında gün içerisinde sosyal medya kullanım süreleri arttıkça bireylerin sosyal medya bağımlılığının da arttığını bildirilmiştir. Çiftçi (2018) de çalışmasında bu çalışma bulguları ile uyumlu olarak internet günlük kullanım süresindeki artışa paralel olarak bireylerin sosyal medya bağımlılığının da arttığını bildirmiştir.

5.2. Ebeveyn Tutumlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırmada katılımcıların ebeveyn tutum ölçeği puanları demokratik tutum boyutunda 4.16 ± 0.54 , otoriter tutum boyutunda 1.93 ± 0.64 , koruyucu tutum boyutunda 3.25 ± 0.66 , izin verici tutum boyutunda 2.37 ± 0.56 olarak belirlenmiştir. Ayrıca ebeveynlerin yanıtları doğrultusunda araştırmaya katılan ebeveynlerin % 87,9'unun demokratik tutum, % 2,6'sının otoriter tutum ve % 9,5'inin ise koruyucu tutum ortalamalarının diğer tutumların puan ortalamalarından daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuk yetiştirmede büyük çoğunlukla demokratik tutumu benimsedikleri söylenebilir. Çalışmada elde edilen bu bulguların literatürdeki pek çok çalışma ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ebeveynlerin ETÖ puanları Çevik'in (2019) çalışmasında demokratik tutumda 4.48 ± 0.40 , otoriter tutumda 2.06 ± 0.41 , koruyucu tutumda 3.54 ± 0.67 ve izin verici tutumda 2.29 ± 0.55 ; Sağlamer'in (2018) çalışmasında demokratik tutumda 4.43 ± 0.20 , otoriter tutumda 1.87 ± 0.62 , koruyucu tutumda 3.63 ± 0.51 ve izin verici tutumda 2.07 ± 0.52 olarak belirlenmiştir. Alabay'ın

(2017) okul öncesi dönem çocuklarının ebeveynleri ile yürüttüğü çalışmada, ebeveynlerin çocuklarına karşı % 83,9 ile büyük oranda demokratik tutum çerçevesinde yaklaştıkları, koruyucu tutum sergileyenlerin oranının % 9,0 ve izin verici tutum sergileyenlerin oranının da % 6,2 düzeyinde olduğu bildirilmiştir.

Ebeveyn tutumları ebeveynlerin cinsiyeti çerçevesinde ele alındığında; otoriter tutum bakımından anne ve babalar arasında bir farklılık belirlenmemiş, annelerin demokratik tutumu ve babaların da koruyucu tutum ile izin verici tutumu daha fazla sergiledikleri tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulguyu; babaların kültürümüzde daha otoriter davranış özelliklerini benimsemeleri ve çalışmalarından dolayı çocuklarıyla sınırlı vakit geçirdiklerinden daha fazla izin verici ve koruyucu bir tutum takınmaları ile açıklamak mümkündür. Bahse konu bulguların demokratik ve otoriter tutum bakımından literatürle genel olarak uyumlu olduğu, bununla birlikte koruyucu ve izin verici tutum açısından yapılan çalışmalarda farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Çevik (2019) ile Aydoğdu ve Dilekman'ın (2016) çalışmalarında ebeveyn cinsiyetine göre otoriter, koruyucu ve izin verici tutumların farklılık göstermediği ve annelerin babalara nazaran daha fazla demokratik tutum sergilediği ifade edilmiştir. Kurttekin'in (2018) 2-4 yaş grubu çocukların ebeveynleri ile gerçekleştirdiği çalışmada ebeveyn tutumlarının aşırı kontrol ve sıkı tutum boyutlarında benzer olduğu, annelerin babalara göre daha demokratik tutum sergilediği belirlenmiştir. Russel vd. (1998) çalışmalarında annelerin babalara göre daha fazla demokratik tutum içerisinde olduklarını belirtmiştir. Alabay'ın (2017) 4-6 yaş grubu çocukların anne babaları ile yürüttüğü bir diğer çalışmada, ebeveyn cinsiyeti ile çocuk yetiştirme tutumlarının farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Yaşa göre anne babaların benimsedikleri ebeveyn tutumları incelendiğinde; farklı yaş gruplarındaki ebeveynlerin koruyucu tutumlarının benzer olduğu, 18-29 yaş arasındaki ebeveynlerin ileri yaştakilere kıyasla daha az demokratik tutum ve daha fazla otoriter tutum sergiledikleri, 40 yaş ve üzerindeki ebeveynlerin ise çocuklarına karşı daha fazla izin verici tutum içerisinde yaklaştıkları belirlenmiştir. Bu çerçevede ebeveynlerin yaşları arttıkça çocuklarına karşı daha fazla hoşgörü ile yaklaştıklarını söylemek mümkündür. Çalışmada elde edilen bu bulguyu genç yaşta çocuk sahibi olan ebeveynlerin ebeveyn tutumu ile çocuk yetiştirme konusunda bilgi/becerilerinin az olması ve ebeveynlik rolüne tam olarak hazır olmamalarına bağlı olarak çocuklarına sözlerini dinletebilmek üzere disiplin uygulamaları ve daha fazla baskı yapmaları ile

ilişkilendirmek mümkündür. İlgili literatür incelendiğinde bu çalışma bulgularının literatürle genel olarak uyumlu olduğu görülmektedir. Kurtekin (2018) çalışmasında 20-30 yaş arasındaki anne ve babaların, 31 yaş ve üzeri anne ve babalara kıyasla çocuk yetiştirmede daha fazla disiplin ile daha düşük düzeyde demokrat tutumu benimsediklerini bildirmiştir. Çevik (2019) de çalışmasında yaşa göre ebeveynlerin otoriter, izin verici ve koruyucu tutumlarının benzer olduğu, 30 yaş altındaki ebeveynlerin 41 yaş üzeri ebeveynlere nazaran daha demokrat tutum içinde bulundukları belirlenmiştir. benzer şekilde Alabay (2017) da çalışmasında yaşa göre ebeveynlerin yalnızca demokrat tutumlarının farklılık gösterdiğini, 20-25 yaş arasındaki ebeveynlerin ileri yaştaki ebeveynlerden daha az demokrat tutum gösterdiklerini tespit etmiştir.

Ebeveyn tutumları eğitim durumu çerçevesinde incelendiğinde, farklı eğitim düzeyine sahip ebeveynlerin çocuk yetiştirmede sergilediği demokratik tutum, koruyucu tutum ve izin verici tutumlarının benzer olduğu, bununla birlikte lisans mezunu anne babaların çocuk yetiştirmede diğer ebeveynlere kıyasla daha otoriter bir tutum içerisinde bulundukları tespit edilmiştir. Artan eğitim düzeyi ile birlikte ebeveynlerin çocuk yetiştirmeye yönelik farkındalıklarının da yüksek olacağı ve buna bağlı olarak da yüksek eğitim düzeyine sahip ebeveynlerin çocuklarının gelişimi açısından onlara özgürlük vermeyi ve kendilerini yönetmelerini önemseyeceği düşünüldüğünden, çalışmada demokrat tutum açısından elde edilen bulgu şaşırtıcı olarak değerlendirilmiştir. Zira literatürde yer alan çeşitli çalışmalarda elde edilen sonuçlar bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Kurttekin (2018) ile Şanlı (2007) çalışmalarında eğitim düzeyi arttıkça ebeveynlerin demokratik tutumlarının da arttığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde Demir ve Şendil (2008) çalışmasında ebeveynlerin eğitim düzeyleri yükseldikçe demokratik tutumlarının arttığını belirtmiştir. Söz konusu araştırma sonuçları da dikkate alındığında, çalışma kapsamında lisans düzeyindeki ebeveynlerin neden daha düşük düzeyde demokratik tutum sergiledikleri incelenmesi gereken bir husus olarak değerlendirilmiştir.

Gelir durumuna göre ebeveynlerin demokratik, otoriter ve koruyucu tutumları arasında farklılık bulunmamakta, buna karşın ebeveynlerin sergiledikleri izin verici tutum farklılaşmaktadır. Buna göre 4001-6000 TL ile 6001 TL ve üzeri gelire sahip ebeveynler daha düşük geliri olan ebeveynlere nazaran daha fazla izin verici tutum içerisinde bulunmaktadır. Bu bulgu, ebeveynlerin ekonomik yeterlikleri ile çocukların istekleri

arasında çatışma yaşamamak adına çocuklarına karşı daha izin verici bir tutum izledikleri şeklinde değerlendirilmiştir. Literatürdeki çalışmalarda gelir durumunun ebeveynlerin sadece koruyucu tutumları üzerinde farklılık doğurduğu görülmektedir. Aydoğdu ve Dilekman (2016) çalışmalarında gelir durumuna göre ebeveynlerin koruyucu tutumlarında farklılaşma olduğunu ve gelir durumu arttıkça koruyucu tutumun azaldığını belirtmiştir. Alabay'ın (2017) çalışmasında geliri durumu düşük olan ebeveynlerin daha fazla koruyucu tutum sergilediği sonucuna ulaşmıştır. Çevik (2019) de çalışmasında gelir durumuna göre demokrat, otoriter ve izin verici tutum arasında farklılık olmadığını, orta gelir sahibi ebeveynlerin yüksek gelirli ebeveynlere kıyasla çocuklarına karşı daha fazla koruyucu tutumlar sergilediğini ortaya koymuştur.

Çalışma durumuna göre ebeveynlerin otoriter ve koruyucu tutumu farklılık göstermemekte, çalışmayan ebeveynler çocuklarına karşı daha fazla demokratik tutum sergilemekte, çalışan ebeveynler de çalışmayan anne babalara kıyasla daha fazla izin verici tutum içerisinde bulunmaktadır. İzin verici tutum açısından bu bulguyu çalışan ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte fazla vakit geçirememeleri nedeniyle izin verici bir tutum sergilemeleri ile ilişkilendirmek mümkündür. Demokratik tutum açısından ise bu bulguyu; günümüzde toplumun çocuk yetiştirmedeki genel farkındalığının artmasının ve eğitim düzeyi yüksek pek çok ebeveynin çalışmamasının bir yansıması olarak, çalışmayan ebeveynlerin çalışan ebeveynlere kıyasla çocuk yetiştirmede hangi ebeveyn tutumunun izlenmesi gerektiği gibi konulara daha fazla odaklanabildikleri ve zaman ayırabildikleri, bunun sonucunda da çocuğun psikolojik gelişimi açısından daha yararlı olan demokratik tutumu daha fazla sergiledikleri şeklinde açıklamak mümkündür. Literatürde çalışma durumu ile ebeveyn ilişkisine yönelik farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Çevik'in (2019) çalışmasında bu çalışma bulguları ile kısmen örtüşen şekilde çalışan ebeveynlerin daha fazla izin verici tutum sergiledikleri, çalışmayan annelerin de daha fazla demokrat ve koruyucu tutum içerisinde oldukları belirlenmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak Aydoğdu ve Dilekman (2016) yaptıkları araştırmada çalışma durumuna göre ebeveynlerin demokratik tutum ve izin verici tutumlarında bir farklılık olmadığını, buna karşın çalışan ebeveynlerin daha fazla koruyucu tutum ve daha az izin verici tutum sergilediklerini bildirmiştir. Eroğlu ve Parlar'ın (2017) araştırmasında da anne baba çalışma durumuna göre ebeveynlerin yalnızca koruyucu tutumlarında farklılık bulunduğu, çalışmayan ebeveynlerin çocuklarına karşı daha koruyucu tutum içerisinde oldukları ifade edilmiştir.

Aile tipine göre ebeveynlerin tutumları karşılaştırıldığında, çekirdek ve geniş aile yapısına sahip ebeveynler arasında otoriter, koruyucu ve izin verici tutum bakımından bir farklılık bulunmazken, geniş aile yapısına sahip ebeveynlere kıyasla çekirdek aile yapısına sahip ebeveynlerin daha fazla demokratik tutum sergilediği belirlenmiştir. Söz konusu bulguyu geniş ailelerin çekirdek ailelere kıyasla daha otoriter yapıya sahip olmaları ile açıklamak mümkündür. Otoritenin egemen olduğu geniş ailelerde çocukların özerkleşmesi ve bir birey olarak yetişmeleri daha sınırlı olmakta, çocuklara genellikle düşünceleri rahatça ifade edebilme şansı tanınmamakta, çocuklarla konuşarak onu ikna etme ve ona doğruyu anlatma yöntemleri tercih edilen bir yöntem olarak görülmemektedir. Ayrıca ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumlarının birlikte yaşanan aile büyüklerinden etkilenebileceği (Özyürek vd, 2013) göz önünde bulundurulduğunda, otoriter aile yapısının hâkim olduğu geniş ailelerde ebeveynlerin daha az demokratik tutum sergilemeleri beklenen bir durum olarak değerlendirilmiştir. Aydoğdu ve Dilekman'ın (2016) çalışmasında da bu çalışma ile büyük oranda uyumlu olarak aile tipine göre ebeveynlerin tutumlarının farklılaşmadığı bildirilmiştir.

Ebeveynlik tutumuna etki edebileceği düşünülen bir diğer faktör çocuk sayısıdır. Bu araştırma bulgularına göre çocuk sayısına göre ebeveynlerin otoriter, demokratik, izin verici ve koruyucu tutumları farklılık göstermemektedir. Aydoğdu ve Dilekmen (2016) tarafından yapılan çalışmada, çocuk sayısına göre ebeveynlerin otoriter, demokratik ve izin verici tutumlarının farklılık göstermediği ve tek çocuğu olan ebeveynlerin iki çocuklulara kıyasla daha koruyucu tutum takındıkları belirlenmiştir. Alabay (2017)'nin çalışmasında iki çocuğu olan anne babaların üç ve daha fazla çocuğu bulunanlara nazaran daha fazla izin verici tutum sergilediği bildirilmiştir. Çevik (2019) ise üçten fazla çocuk sahibi ebeveynlerin tek çocuğu olanlara göre daha otoriter ve koruyucu, tek çocuğu olan ebeveynlerin de daha izin verici bir tutum sergilediğini saptamıştır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde ise genel olarak çocuk sayısı ile ebeveynlerin korucuyu ve izin verici ve otoriter tutumlarında bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Bu durumun çocuk sayısının artmasına paralel olarak ebeveynlerin sorumluluklarının artması, çocuklarına ayırabildikleri zaman ile çocuklarına karşı sabırlı davranmada tolerans düzeylerinin azalması ile ilişkili olabileceği düşünülebilir.

5.3. Ebeveyn Tutumu İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisine Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma kapsamında ebeveyn tutumları ile sosyal medya bağımlılığı arasında ilişki olup olmadığı korelasyon analiz ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile demokratik tutum arasında zayıf düzeyde ve negatif yönlü, otoriter ve izin verici tutum arasında ise zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttığında, ebeveynlerin sergilediği demokratik tutum azalırken otoriter ve izin verici tutumlar ise artmaktadır. Çalışmada elde edilen bu bulguların; her bir ebeveyn tutumunda farklılık arz eden ebeveynin çocuğuna yönelik ilgisi ve sıcaklığı ile ebeveynin çocuğuyla karşılıklı etkileşimi ve onunla kurduğu sağlıklı iletişimle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Şöyle ki demokratik tutumu benimseyen ebeveynler çocuğa karşı daha ilgili sıcak yaklaşmakta, çocuk ile iletişiminde sabırlı ve duyarlı davranmakta, onunla karşılıklı etkileşim sağlamaya ve sağlıklı iletişim kurmaya özen göstermekte, yapmaması gereken davranışları ona gerekçeleri ile birlikte açıklamaktadır. Otoriter tutum sergileyen ebeveynlerin çocuklarına karşı ilgi, şefkat ve hoşgörülerini düşük düzeyde olup, bu tutumu benimseyen ebeveynler çocukları ile karşılıklı etkileşim ve iletişim yerine tek taraflı kurallar üzerinden ilişki kurmayı tercih etmektedir. İzin verici tutum sergileyen ebeveynler ise çocuklarına daha az özen ve ilgi göstermekte, çocuğunu sevdiği her şeyi yapmaya teşvik etmesine karşın onun ihtiyaç duyduğu rehberliği tam olarak yerine getirmemektedirler.

Bireylerin günlük yaşamlarında özel, iş ve sosyal alanlar gibi birçok alanda sorunlara neden olabilen sosyal medya bağımlılığı ise kişinin sosyal medya platformlarında aşırı düzeyde zaman geçirmesi ile ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığı yüksek ebeveynlerin çocuklarına ayırabilecekleri zaman azalacağı, buna bağlı olarak da ebeveynin çocuğuna yönelik ilgi ve sıcaklığı, onunla karşılıklı etkileşim ve iletişiminin daha düşük olacağı düşünülebilir. Bu bağlamda çocuk yetiştirmede sosyal medya bağımlılığı yüksek olan ebeveynlerin daha düşük düzeyde demokratik tutum sergilerken, izin verici ve otoriter tutumu daha fazla benimseyebilecekleri söylenebilir.

İlgili literatür incelendiğinde ebeveyn tutumları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelendiği yalnızca bir adet çalışmaya rastlanmıştır. Buna göre Contreras'ın (2016) ebeveyn-çocuk bağlanmasında sosyal medyanın etkisini incelediği çalışmada, bu çalışma bulguları ile uyumlu olarak günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça ebeveynlerde otoriter tutumun arttığı bildirilmiştir.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

Çocuk sahibi olan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile çocuk yetiştirme tutumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya İstanbul ili Anadolu yakasında bulunan ve 2-6 yaş arası çocuk sahibi olan toplam 453 ebeveyn katılmıştır. Araştırma verileri doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde sıralamak mümkündür:

- i. 2-6 yaş arası çocuk sahibi ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı “orta” düzeydedir.
- ii. Cinsiyet, gelir durumu, çalışma durumu, aile tipi ve sosyal medya kullanım zamanına göre ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı farklılık göstermemektedir. 18-29 yaş arasındaki ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı diğer ebeveynlerden daha yüksek, ilköğretim ve altında eğitim düzeyine sahip ebeveynlerin sosyal medya bağımlılığı ise daha düşük düzeydedir. Sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sayısı arasında negatif, sosyal medyada geçirilen günlük süre arasında pozitif ilişki bulunmaktadır.
- iii. 2-6 yaş arası çocuk sahibi ebeveynlerin % 87,9’u demokratik tutumu, % 9,5’i koruyucu tutumu ve % 2,6’sı ise otoriter tutumu benimsemektedir.
- iv. Anneler demokratik tutumu, babalar ise koruyucu ve izin verici tutumu daha fazla sergilemektedir.
- v. 18-29 yaş arasında ebeveynler demokratik tutumu daha az ve otoriter tutumu daha fazla, 40 yaş ve üzeri ebeveynler ise izin verici tutumu daha çok benimsemektedir.
- vi. Lisans mezunu ebeveynler daha otoriter bir tutum göstermektedir.
- vii. 4001-6000 TL ile 6001 TL ve üzeri gelire sahip ebeveynler izin verici tutumu daha fazla benimsemektedir.
- viii. Çalışmayan ebeveynler demokratik tutumu, çalışan ebeveynler ise izin verici tutumu daha çok sergilemektedir.

- ix. Çekirdek aile yapısına sahip ebeveynler geniş ailelere kıyasla daha fazla demokratik tutum içerisindedir.
- x. Çocuk sayısına göre ebeveynlerin tutumları farklılık göstermemektedir.
- xi. Sosyal medya bağımlılığı ile demokratik tutum arasında zayıf düzeyde ve negatif yönlü, otoriter ve izin verici tutum arasında ise zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır.

6.2. Öneriler

Çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda uygulayıcılar ve araştırmacılar için aşağıda belirtilen önerilerde bulunulabilir:

- i. Erken çocukluk dönemi bir çocuğun dışardan gelen bütün uyarıcılar karşısında en açık olduğu, çocuğun gelişim ve büyümesi için en kritik dönemlerden biridir. Söz konusu dönemde çocuğun gelişiminde hayatının büyük kısmını beraber geçirdiği ebeveynlerinin tutumları önemli bir yere sahiptir. Çalışma kapsamında sosyal medya bağımlılığı ile demokratik tutum arasında negatif ilişki belirlendiği düşünüldüğünde, ebeveynlerin çocuklara yönelik demokratik tutumlarını arttırılabilmek üzere sosyal medya bağımlılıklarını azaltmaya yönelik panel, seminer ve konferanslar düzenlenmesi önerilebilir.
- ii. Sosyal medyada gün içerisinde geçirilen süre ile ebeveynlerin sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif ilişki belirlenmiştir. Sosyal medya bağımlılığının önüne geçilebilmesi adına ebeveynlere, sosyal medya kullanım süresini kontrol altında tutmaya yönelik çeşitli önlemler almaları (belirlenecek zamanlarda sosyal medyaya bakılması, iletişimin sözel yerine konuşarak yapılması, sosyal medya bildirimlerinin kapatılması vb.) önerilebilir.
- iii. Araştırma kapsamında demokratik tutum düzeyleri düşük olarak belirlenen 18-29 yaş aralığında yer alan, çalışmayan ve geniş aile yapısına sahip ebeveynlere çocuklarına yönelik olarak daha fazla demokratik tutum sergilemeleri amacıyla eğitimler verilmesi önerilebilir. Ayrıca lisans mezunu ebeveynlerin neden daha otoriter tutum sergilediğini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

- iv. Çalışma kapsamında ebeveynlerin kendisinden bilgi alınmış olması bir kısıtlılık olarak görülmektedir. Çünkü sosyal istenirlik bireylerin yanıtlarını etkilemiş olabilir. Bundan dolayı daha etkili sonuçlar elde edebilmek üzere gelecekte ebeveyn çocuk ilişkisinin gözlemleneceği çalışmalar yapılabilir.
- v. Çalışmanın sadece İstanbul ili Anadolu yakasında bulunan 2-6 yaş arası çocuğu bulunan ebeveynleri kapsaması sonuçların genellenebilirliği bakımından önemli bir kısıt olarak değerlendirilmektedir. Daha kapsayıcı sonuçlar elde edebilmek üzere gelecekte araştırmacılar tarafından farklı il/bölgelerde bulunan ebeveynleri kapsayacak şekilde çalışmalar yürütülebilir.
- vi. Ebeveyn tutumu ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisi yapılacak nitel çalışmalar ile daha detaylı olarak incelenebilir.

7. KAYNAKLAR

- Ahmad, İ. (2019) The most popular social media platforms in 2019. Digital Information World, Erişim adresi <https://www.digitalinformationworld.com/2019/01/most-popular-global-social-networks-apps-infographic.html>
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması*. Ankara: Elif Yayınevi
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Alabay, E. (2017). Okul öncesi dönem çocuğu olan ebeveynlerin ebeveynlik tutumlarının incelenmesi. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 156-174.
- Alabi, O. F. (2012). A survey of Facebook addiction level among selected Nigerian University undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70–80.
- Alegre, A. (2011). Parenting styles and children's emotional intelligence: What do we know? *The Family Journal*, 19, 56.
- Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 19(1), 71-80.
- Amirazodi, F., & Amirazodi, M. (2011). Personality traits and self-esteem. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 29, 713-716.
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–4061.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviours*, 30(2), 252-262.
- APA, (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th ed.)*. American Psychiatric Association Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.

- Aydoğdu, F., & Dilekmen, M. (2016). Ebeveyn tutumlarının eřitli değişkenler açısından değerlendirilmesi. *Bayburt Eğitim Fakóltesi Dergisi*, 11(2), 569-585.
- Barber, B. K. (1996). Parental psychological control: Revising a neglected construct. *Child Development*, 67, 3296-3319.
- Baumrind, D. (1966). Effects of authoritative parental control on child behavior. *Child Development*, 3, 887-907.
- Baumrind, D. (1967). Child care practices anteceding three patterns of preschool behavior. *Genetic Psychology Monographs*, 75, 43-88.
- Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology Monograph*, 4(1, Pt.2), 1–103.
- Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *The Journal of Early Adolescence*, 11, 56-95.
- Bayrak, (2019a). 2019 TUİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, Dijilopedi, 29 Ağustos 2019. Erişim adresi <https://dijilopedi.com/2019-tuik-hanehalki-bilisim-teknolojileri-kullanim-arastirmasi/>
- Bayrak, (2019b). 2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri, Dijilopedi, 6 şubat 2019. Erişim adresi <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Bektaş, N. (2018). alışan kadınların internet ve sosyal medya bağımlılığının sosyal kayęı ile ilişkisi, Doktora Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beşik, M. (2019). Batı Marmara Bólgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. skdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beyler, B. (2019). Akdeniz Bólgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. skdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Bian, M., & Leung, L. (2015). Linking loneliness, shyness, smartphone addiction symptoms, and patterns of smartphone use to social capital. *Social Science Computer Review*, 33(1), 61-79.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M., & Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and Internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269–275.
- Block JJ. (2008). Issues for DSM-5: internet addiction. *American Journal of Psychiatry*. 165, 306–307.
- Boyd. D. and Ellison, N. (2008). Social Newtwork Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication* (13), 210-230.
- Bozoğlan, B., Demirer, V., & Şahin, I. (2013). Loneliness, self-esteem, and life satisfaction as predictors of Internet addiction a cross-sectional study among Turkish university students. *Scandinavian Journal of Psychology*, 54(4), 313-319.
- Brenner, V., & Fox., R. (1999). An empirically derived classification of parenting practices. *Journal of Genetic Psychology*, 160, 343-356.
- Brody, G. H., Ge, X., Kim, S. Y., Murry, V. M., Simons, R. L., Gibbons, F. X., Gerrard, M., & Conger, R. D. (2003). Neighborhood disadvantage moderates associations of parenting and older sibling problem attitudes and behavior with conduct disorders in African American children. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 71, 211-222.
- Büyüköztürk, Ş. , Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cao, F., & Su, L. (2007). Internet addiction among Chinese adolescents: Prevalence and psychological features. *Child: Care, Health and Development*, 33(3), 275–281.
- Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive Behaviours*, 85, 83-87.

- Casey, B. M. (2012). Linking psychological attributes to smart phone addiction, face-to-face communication, present absence and social capital. Graduation Project, Graduate School of the Chinese University of Hong Kong.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Constine. J. (2012). Pinterest hits 10 million u.s. monthly uniques faster than any standalone site ever -comscore. 8 February 2012, Erişim Adresi <https://techcrunch.com/2012/02/07/pinterest-monthly-uniques/>.
- Contreas, D.A. (2016). Distracted Parenting: How Social Media Aff ecting: How Social Media Affects Parent-Child ent-Child Attachment. Masters Thesis. California State University.
- Cornett, C. E. (2011). *Creating meaning through literature and the arts*. Boston, MA: Pearson Education, Inc.
- Costa, A. (2005). Arts Integration in the Social Studies Classroom. Masters of Arts in Teaching. Social Studies Education. Wayne State University.
- Coşar, H. (2019). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Crawford, B.S., Hicks, D., & Doherty, N. (2009). Worth the WAIT: Engaging social studies students with art in a digital age. *Social Education*, 73(3), 136-139.
- Çevik, K. (2019). 3-6 Yaş Arasındaki Çocuklara Sahip Ebeveynlerin Çocuk Yetiştirme Tutumları İle Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Damon, W. (1983). *Social and personality development: Infancy through adolescence*. New York: Norton.
- Davies, T. & Cranson, P. (2008). Youth work and social networking. Erişim adresi <http://www.nya.org.uk/wp-content/uploads/2014/06/Youth-Work-and-Social-Networking-Final-Report-August-2008.pdf>.

- Demetrovics, Z., Urbán, R., Nagygyörgy, K., Farkas, J., Griffiths, M. D., Pápay, O., ... & Oláh, A. (2012). The development of the problematic online gaming questionnaire (POGQ). *PloS one*, 7(5), e36417.
- Demir, E. K. ve Şendil, G. (2008). Ebeveyn tutum ölçeği (ETÖ). *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(21), 15-25.
- Dornbusch, S. M., Ritter, P. L., Leiderman, P. H., Roberts, D. F., & Fraleigh, M. J. (1987). The Relation of Parenting Style to Adolescent School Performance. *Child Development*, 58, 1244-1257.
- Duman, Ö. D. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığı: Erzurum İli Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Ehnvall, A., Parker, G., Hadzi-Pavlovic, D., & Malhi, G. (2008). Perception of rejecting and neglectful parenting in childhood relates to lifetime suicide attempts for females-but not for males. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 117, 50-56.
- Ekşi, A. (1990). *Çocuk, Genç, Ana Babalar*. (1. baskı). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Engelberg, E., & Sjoberg, L. (2004). Internet use, social skills and adjustment. *CyberPsychology & Behavior*, 7(1), 41-47.
- Enginyurt, H. (2019). Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile PozitifNegatif Duygu Durum Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erkan, Z., Güçray, S., & Çam, S. (2002). Ergenlerin sosyal kaygı düzeylerinin ana baba tutumları ve cinsiyet açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(10), 64- 75.
- Eroğlu, F., & Parlar, H. (2018). Evli kadın ve erkeklerde psikolojik iyi oluşun ebeveyn tutumuna etkisinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(33), 89-101.

- Erol, E. (2019). Batı Karadeniz bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma stilleri ilişkisinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ersöz-Karakulakoğlu, S. ve Uğurlu, Ö. (2015). *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter*, Heretik Yayınları, Ankara,
- Ezen, M., Açıkgöz, A., Emir, B., & Özkaraman, A. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının İletişim Becerilerine Etkisi. *Kocaeli Med Journal* 8(1), 130-14.
- Fletcher, A., Steinberg, L., and Williams-Wheeler, M. (2004). Parents influences on adolescent problem behavior. Revisiting Stattin and Kerr. *Child Development*, 75(3), 781-796.
- Flisher C. (2010). Getting plugged in: an overview of internet addiction. *Journal of Paediatric Child Health*. 46, 557–559.
- Furnham, A., & Cheng, H. (2000). Perceived parental behavioral, self-esteem and happiness. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 35, 463-470.
- Gander MJ, & Gardiner HW. (2001). *Çocuk ve Ergen Gelişimi*, Onur B, editör. 4. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi.
- Gardner, H. (1994). *The Arts And Human Development: With A New Introduction By The Author*. Basic Books.
- Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., & Khoo, A. (2011). Pathological video game use among youths: a two-year longitudinal study. *Pediatrics*, 127(2), e319-e329.
- George, D. R., Dellasega, C., Whitehead, M. M., & Bordon, A. (2013). Facebookbased stress management resources for first-year medical students: A multimethod evaluation. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 559–562.
- Gfroerer, K. P., Kern, R. M. and Curlette, W. L. (2004). Research support for Individual Psychology's Parenting Model. *Journal of Individual Psychology*, 60(4), 379-388.

- Ginige, P. (2017). Internet addiction disorder. *Child and adolescent mental health*, Ed: Martin H. Maurer, Chapter 8: 141-163. IntechOpen.
- Global Stats, (2020). Social Media Stats Worldwide-June 2020, Erişim adresi <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>
- Greenfield D. (1999). *Virtual Addiction: Help for Netheads, Cyberfreaks, and Those Who Love Them*. CA: New Harbinger Publications.
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Griffiths, M. D. (2000). Internet addiction: Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8, 413–418.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: concerns, criticism, and recommendations a response to Andreassen and colleagues. *Psychological Reports*, 110(2), 518-520.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. *Behavioral addictions* (pp. 119-141). Academic Press.
- Griffiths, M.D. & Pontes, H.M. (2014). Internet addiction disorder and internet gaming disorder are not the same. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 5(4), 124-126.
- Griffiths, M.D. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), 118-119.
- Grolnick, W. S., & Pomerantz, E. M. (2009). Issues and challenges in studying parental control: Toward a new conceptualization. *Society for Research in Child Development*, 3(3), 165-170.
- Güenalp, A. (2007). Farklı Anne Baba Tutumlarının Okul Öncesi Eğitim Çağındaki Çocukların Özgüven Duygusunun Gelişimine Etkisi (Aksaray İli Örneği). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Hamid, N. A., Ishak, M. S., & Yazam, S. S. N. M. (2015). Facebook, YouTube and Instagram: Exploring their effects on undergraduate students' personality traits. *The Journal of Social Media in Society*, 4(2), 138-165.
- Hardie, E., & Tee, M. Y. (2007). Excessive Internet use: the role of personality, loneliness and social support networks in Internet addiction. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 5(1), 34-47.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Hazar, C. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı–bir alan çalışması. *Journal of Communication, Theory and Research*, 32, 151-176.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 157.
- Helmond, A., Nieborgb, D. B.&van der Vlist, F. N. (2019). Facebook's evolution: development of a platform-as infrastructure. *Internet Histories*, 3 (2), 123–146.
- Hoeve, M., Dubas, J. S., Eichelsheim, V. I., Laan, P. H., Smeenk, W., & Gerris, J. R. M. (2009). The relationship between parenting and delinquency: A meta-analysis. *Journal Abnormal Child Psychology*, 37, 749-775.
- Huang, H. & Leung, L. (2009). Instant messaging addiction among teenagers in China: Shyness, alienation and academic performance decrement. *Cyberpsychological Behavior*, 12(6), 675-679
- Huang, Z., Wang, M., Qian, M., Zhong, J., & Tao, R. (2007). Chinese Internet addiction inventory: Developing a measure of problematic Internet use for Chinese college students. *Cyberpsychology & behavior*, 10(6), 805-812.
- Irak, D., & Yazıcıoğlu O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*, Okuyan Us Yayınları.
- Jaradat, M. I., & Atyeh, A. J. (2017). Do personality traits play a role in social media addiction? Key considerations for successful optimized model to avoid social

- networking sites addiction: a developing country perspective. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 17(8) 120-131.
- Johansson, A., & Gotestam, G. (2004). Internet addiction characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth 12–18 years. *Scandinavian Journal of Psychology*, 45(3), 223–229.
- Jones, C., Ryan, S., (2012): *Understanding Digital Marketing*, Kogan Pages Inc, London.
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karavasilis, L., Doyle, A.B., & Markiewicz, D. (2003). Associations between parenting style and attachment to mothers in middle childhood and adolescence. *International Journal of Behavioral Development*, 27, 153–175.
- Kaufmann, D., Gesten, E., & Santa Lucia, R. C. (2000). The relationship between parenting style and children's adjustment: The parents' perspective. *Journal of Child and Family Studies*, 9, 231-245.
- Keçeli, A. (2020). Bireylerin Psikolojik İyi Oluş Düzeyinin Ve Sosyal Medya Bağımlılığının Evlilik Doyumu Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Keenan, A. and Shiri, A. (2009). Sociability and social interaction on social networking websites. *Library Review*., 58 (6), 439
- Kemp, S. (2019) Digital 2019: Global Internet use Accelerates. 30 January 2019, Erişim adresi <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates#:~:text=Internet%20users%20in%202019,-2018%20really%20was&text=Our%20latest%20internet%20data%20%E2%80%9393%20collected,million%20new%20users%20each%20day.>
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A., & Gül, M. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.

- 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.
- Kim, H. K., & Davis, K. E. (2009). Toward a comprehensive theory of problematic Internet use: Evaluating the role of self-esteem, anxiety, flow, and the self-rated importance of Internet activities. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 490–500.
- Kim, K. & Rohner, R. P. (2002). Parental warmth , control, and involvement in schooling: Predicting academic achievement among Korean American adolescents. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33, 127-140.
- King, L. A., McKee Walker, L., & Broyles, S. J. (1996). Creativity and the fivefactor model. *Journal of Research in Personality*, 30(2), 189-203.
- Kircaburun, K., Griffiths, M. D., Sahin, F., Bahtiyar, M., Atmaca, T., & Tosuntas, S. B. (2018). The mediating role of self/everyday creativity and depression on the relationship between creative personality traits and problematic social media use among emerging adults. *International Journal of Mental Health Addiction*, 7(1), 1-12.
- Knutson, J. F., DeGarmo, D. Koepl, G., & Reid, J. B. (2005). Care neglect, supervisory neglect, and harsh parenting in the development of children’s aggression: A replication and extension. *Child Maltreat*, 10, 92.
- Ko CH, Yen JY, Chen CC, Chen SH, Yen CF. Proposed diagnostic criteria of Internet addiction for adolescents. *Journal of Nervous and Mental Disease*. 2005; 193(11): 728–733.
- Koç, M. & Gülyağcı, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: The role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychol Behavior Social Network*, 16(4), 279-284.
- Kosky, C., & Curtis, R. (2008). An action research explanation integrating student choice and arts activities in a sixth grade social studies classroom. *Journal of Social Studies Research*, 32(1), 22-26.

- Kuduğ, H. (2011). Sosyal Ağ Analizi Ölçütlerinin İş Ağlarına Uyarlanması, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Kurttekin, M. (2018). 2-4 Yaş Grubunda Çocukları Olan Ailelerin Aile Hayatı Ve Çocuk Yetiştirme Tutumu (Diyarbakır Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kuss, D. & Griffiths, M.D. (2011). Excessive online social networking: Can adolescents become addicted to Facebook? *Education and Health*, 29(4), 68-71.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction - A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction: A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528–3552.
- Lam, L. T. (2016). Parental internet addictive behavior and internet addiction in adolescents: A mediating model through parental mental health. *Austin Addiction Sciences*, 1(1), 1-5.
- Lamborn, S.D., Mounts, N.S., Steinberg, L., & Dornbusch, S.M. (1991). Patterns of competence and adjustment among adolescents from authoritative, authoritarian, indulgent, neglectful families. *Child Development*, 62, 1049–1076.
- Lee, S. M., Daniels, H. & Kissinger, D. B. (2006). Parental influences on adolescent adjustment: parenting styles versus parenting practices. *The Family Journal*, 14, 253.
- Leman, P. J. (2005). Authority and moral reasons: Parenting style and children's perceptions of adult rule justifications. *International Journal of Behavioral Development*, 29(4), 265-270.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Gentile, D. A. (2015). The Internet gaming disorder scale. *Psychological assessment*, 27(2), 567.

- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media psychology*, 12(1), 77-95.
- Lin, M. P., Ko, H. C., & Wu, J. Y. (2011). Prevalence and psychosocial risk factors associated with internet addiction in a nationally representative sample of college students in Taiwan. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 741-746.
- Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social networking online and personality of self-worth: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 64, 79-89.
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing Internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77.
- Maccoby, E. E., & Martin, J. A. (1983). Socialization in the context of the family: Parentchild interaction. In P. H. Mussen & E. M. Hetherington (Series Ed.), *Handbook of child psychology: Vol 4. Socialization, personality, and social development* (pp. 1-101). New York: Wiley.
- Macit, H. (2019). Marmara Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı Bulunan Bireylerin Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi. Yüksek lisans tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Maraşlı, M., Suhendan, E., Yılmazturk, N. H., & Çok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Marsiglia, C. S. Walczyk, J. J., Buboltz, W. C., & Griffith-Ross, D. A. (2007). Impact of parenting styles and locus of control on emerging adults' psychosocial success. *Journal of Education and Human Development*, 1, 1-11.
- Mayfield, A. (2008) *What is Social Media*. U.K: iCrossing.
- Mazman, G. (2009). Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- McCracken. H. (2011). Pinterest - the 50 best websites of 2011 - time. 16 August 2011, Erişim adresi http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2087815_2088159_2088155,00.html
- Meriç, B. (2010). İnternet Üzerindeki Paylaşım Sitelerinin ve Blogların Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Milevsky, A., Schlechter, M., Netter, S., & Keehn, D. (2007). Maternal and paternal parenting styles in adolescents: Associations with self-esteem, depression and life-satisfaction. *Journal of Children & Family Studies*, 16, 39-47.
- Miller, K. (2012). *Playing Along: Digital Games, YouTube, and Virtual Performance*. New York: Oxford University Press.
- Mund, M., & Neyer, F. J. (2019). Loneliness effects on personality. *International Journal of Behavioral Development*, 43(2), 136-146
- Nieborg, D. B., & Helmond, A. (2019). The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance. *Media, Culture & Society*, 41(2), 196-218.
- Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570.
- Otrar, M. ve Argın, F.S. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 1-13.
- Özyürek, A., Begde, Z., Özkan, İ., & Yavuz, N. F. (2013). Okul öncesi öğretmenlerinin bakış açısına göre ailedeki yaşlı bireylerin ebeveyn tutumları ve çocuk davranışları üzerindeki etkisi, VII. *Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 273-278.

- Padilla-Walker LM, Nelson LJ, Carroll JS et al. (2010). More than a just a game: video game and internet use during emerging adulthood. *Journal of Youth and Adolescence*, 39: 103–113.
- Patterson, G. R. (1976). The aggressive child: Vicyom and architect of a coercive system. In L. A. Hamerlynck, L. C. Handy, & E. J., Mash (Eds.). *Behavior modification with families: Theory and research*, (Vol. 1, pp. 26-316). New York: Brunner/Mazel.
- Peter, J. & Valkenburg, P. M. (2006a). Adolescents' exposure to sexually explicit online material and recreational attitudes toward sex. *Communication Research*, 56, 639-660.
- Petry, N. M., Rehbein, F., Gentile, D. A., Lemmens, J. S., Rumpf, H. J., Mößle, T., ... & Auriacombe, M. (2014). An international consensus for assessing internet gaming disorder using the new DSM- 5 approach. *Addiction*, 109(9), 1399-1406.
- Pilkonis, P. A. (1977). Shyness, public and private, and its relationship to other measures of social behavior. *Journal of Personality*, 45(4), 585–595.
- Priyadarshana, G. L. S., Yatigammana, M. R. K. N., & Sarathchandra, K. S. H. (2017). Factors determining the addiction of Sri Lankan software engineers towards social networks with special reference to Facebook. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 5(1), 29-41.
- Pugh, S. (2017). Investigating the relationship between smartphone addiction, social anxiety, self-esteem, age & gender. Master's Thesis, Dublin Business School, School of Arts, Dublin.
- Red Bridge Marketing, (2009). Social Network Marketing: The Basics.
- Rehbein, F., Psych, G., Kleimann, M., Mediasci, G., & Mößle, T. (2010). Prevalence and risk factors of video game dependency in adolescence: results of a German nationwide survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 269-277.

- Rosen L.D., Whaling, K., Carrier L.M., Cheever, N.A., & Rokkum, J. (2013). The media and technology usage and attitudes scale: An empirical investigation. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2501-2511.
- Ross, L. T., & Gill, J. L., (2002). Eating disorders: Relations with inconsistent discipline, anxiety and drinking among college women. *Psychological Reports*, 91, 289-298.
- Russell,A., Aloa, V., Feder, T., Glover, A., Miller,H. & Palmer, G. (1998). Sex-based differences in parenting syles in a sam Australian, *Journal of Psychology*, 50, 89-99
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of behavioral addictions*, 3(3), 133-148.
- Saaid, S. A., Al-Rashid, N. A. A., & Abdullah, Z. (2014). The impact of addiction to Twitter among university students. *Future information technology* (pp. 231-236). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Sağar, M. E. (2019) Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Sağlamer, M. (2018). Hemşirelerin Çocuk Sevmeye Düzeyleri Ve Ebeveynlik Tutumları Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Satıcı, S. A. (2019). Facebook addiction and subjective well-being: A study of the mediating role of shyness and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1), 41-55.
- Shotton, M. A. (1989). *Computer Addiction Pb: A Study Of Computer Dependency*. CRC Press.
- Soper, W. B., & Miller, M. J. (1983). Junk-time junkies: An emerging addiction among students. *The School Counselor*, 31(1), 40-43.

- Spitzberg, B. H., & Canary, D. J. (1985). Loneliness and relationally competent communication. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2(4), 387-402.
- Stack, D. M., Serbin, L. A., Enns, L. N., Ruttle, P. L. Barrieau, L. (2010). Parental effects on children's emotional development over time and across generations. *Infants & Young Children*, 23(1), 52-69.
- Starcevic, V. (2013). Is Internet addiction a useful concept? *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 47, 16-19.
- Steinberg, L., Elman, J. D., & Mounts, M. S. (1989). Authoritative parenting, psychosocial maturity, and academic success among adolescents. *Child Development*, 60, 1424-1436.
- Steinberg, L., Mounts, N. S., Lamborn, S. D., & Dornbusch, S. M. (1991). Authoritative parenting and adolescent adjustment across varied ecological niches. *Journal of Research on Adolescence*, 1, 19-36.
- Stepanikova, I., Nie, N. H., & He, X. (2010). Time on the Internet at home, loneliness, and life satisfaction: Evidence from panel time-diary data. *Computers in Human Behaviour*, 26(3), 239-338.
- Suldo, S. M., & Huebner, E. S. (2004). The role of life satisfaction in the relationship between authoritative parenting dimensions and adolescent problem behavior. *Social Indicators Research*, 66, 165-195.
- Sussman, S., Liha, N., & Griffiths, M. (2011). Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority? *Evaluation and the Health Professions*, 34(1), 3-56.
- Swartz, D.L. (2015). Bourdieucü perspektiften sosyolojik analiz için meta-ilkeler. (P. Gorski (Ed.), *Bourdieu ve Tarihsel Analiz*. Ankara: Heretik.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.

- Şanlı, D. (2007). An analysis of the factors affecting mothers' child rearing attitudes. Master thesis. Dokuz Eylül University, Izmir.
- Takeuchi, M. M., & Takeuchi, S. A. (2008). Authoritarian versus authoritative parenting styles: Application of the cost equalization principle. *Marriage & Family Review*, 44(4), 489-509.
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33, 102–108.
- Timpano, K. R., Keough, M. E., Mahaffey, B., Schmidt, N. B., & Abramowitz, J. (2010). Parenting and obsessive compulsive symptoms: Implications of authoritarian parenting. *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 24(3), 151-164.
- Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 705-713.
- Tsitsika A, Tzavela E, Mavromati F, & the EU NET ADB Consortium. (Ed.). (2012). Research on Internet Addictive Behaviours among European Adolescents (EU NET ADB Project). Athens: National and Kapodestrian University of Athens.
- TÜİK (2019). 2019 Yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Sonuçları. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tuzcuoğlu, N. ve Tuzcuoğlu, S. (2007). *Çocuğun cinsel eğitimi. Anne ben nasıl doğdum*. 4. Baskı., Morpa Kitapevi. İstanbul.
- Türkmenoğlu H (2014) Teknoloji İle Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram, *ULAKBİLGE*, 2(4), 87-100.

- Utz, S., Muscanell, N., & Khalid, C. (2015). Snapchat elicits more jealousy than Facebook: a comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(3), 141-146.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.
- Van Den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487.
- Van Rooij, A. J., Schoenmakers, T. M., Van de Eijnden, R. J., & Van de Mheen, D. (2010). Compulsive internet use: the role of online gaming and other internet applications. *Journal of Adolescent Health*, 47(1), 51-57.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.
- Vural, A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University Dergisi*, 20, 3355.
- Wang, C., Lee, M. K., & Hua, Z. (2015). A theory of social media dependence: Evidence from microblog users. *Decision support systems*, 69, 40-49.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. California: O'Reilly.
- Wolfradt, U., Hempel, S., & Miles, J. N. V. (2003). Perceived parenting styles, depersonalization, anxiety and coping behavior in adolescents. *Personality and Individual Differences*, 34, 521-532.
- Wolniczak, I., Caceres-DelAguila, J. A., Palma-Ardiles, G., Arroyo, K. J., Solís-Visscher, R., Paredes-Yauri, S., & Bernabe-Ortiz, A. (2013). Association between Facebook dependence and poor sleep quality: A study in a sample of undergraduate students in Peru. *PLoS One*, 8, e59087.

- World Health Organization. (1992). The International Classification of Diseases, Tenth Revision, Classification of Mental and Behavioural Disorders: Clinical Descriptions and Diagnostic Guidelines. Geneva: World Health Organization.
- Wu, A. M., Cheung, V. I., Ku, L., & Hung, E. P. (2013). Psychological risk factors of addiction to social network sites among Chinese smartphone users. *Journal of Behavioral Addictions*, 2, 160–166.
- Yamangil, B. (2019). İç Anadolu bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma ilişkisinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yavuzer, H. (1999). *Çocuk Psikolojisi*. (18. basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2015). *Çocuk psikolojisi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yen, C. Ko, C. Yen. (2007). The comorbid psychiatric symptoms of internet addiction: attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD), depression, social phobia, and hostility. *Journal of Adolesc Health*, 41, 93-98.
- Young KS. (2009). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology & Behavior* 1(3), 237–244.
- Young KS. (1996) Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: a case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*. 79, 899–902.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & behavior*, 1(3), 237-244.
- Young, K. S. (2004). Internet addiction a new clinical phenomenon and its consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-415.
- Young, K. S., & Rodgers, R. C. (1998, April). Internet addiction: Personality traits associated with its development. In *69th annual meeting of the Eastern Psychological Association* (pp. 40-50). Bradford: University of Pittsburgh.

Yüksel, S. (2019). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, Canada: O'Reilly.

Zaremohzzabieh, Z., Samah, B. A., Omar, S. Z., Bolong, J., & Kamarudin, N. A. (2014). Addictive Facebook use among university students. *Asian Social Science*, 10, 107



EKLER

EK-1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu “Çocuk Sahibi Olan Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıkları İle Çocuk Yetiştirme Tutumu Arasındaki İlişki” konulu yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. Anket formu aracılığıyla elde edilecek bilgiler sadece tez kapsamında bilimsel bir araştırma amacıyla kullanılacaktır. Gizlilik ilkesi uyarınca araştırmada isim bilgisine ihtiyaç bulunmamakta olup, vereceğiniz yanıtlar saklı tutulacaktır.

Değerli katkılarınız için teşekkür ederim.

Rüveyda Nur TÜMSEK

Kısım-1: Kişisel Bilgi Formu

Cinsiyet	☐ Kadın	☐ Erkek
Yaş	☐ 18-29 yaş arası	☐ 30-39 yaş arası ☐ 40 yaş ve üstü
Eğitim Durumu	☐ İlköğretim ve altı	☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Üniversite
Gelir Durumu	☐ 2500 TL'den az	☐ 2501-4000 TL arası ☐ 4001-6000 TL arası ☐ 6001 TL'den fazla
Çalışma Durumu	☐ Evet	☐ Hayır
Aile Tipi	☐ Çekirdek aile	☐ Geniş aile
Çocuk Sayısı	 çocuk	
Sosyal medyada geçirilen günlük süre?	☐ 1 saatten az	☐ 1-2 saat arası ☐ 3-4 saat arası ☐ 4 saatten çok
En çok kullanılan sosyal medya platformu? (Birden fazla tercih seçebilirsiniz)	☐ Facebook	☐ Twitter ☐ Instagram ☐ Youtube ☐ Diğer
Sosyal medyayı ne zamandan beri kullanıyorsunuz?	☐ 1 yıldan az	☐ 1-3 yıl arası ☐ 3 yıldan fazla

EK-1: Anket Formu (Devamı)**Kısım-2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği**

Açıklama: Aşağıda bireylerin internette sosyal medya kullanımları ile ilgili çeşitli durumlar yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyunuz ve kendiniz için en uygun olanı belirtiniz.

1: Bana hiç uygun değil

2: Bana uygun değil

3: Kararsızım

4: Bana Uygun

5: Bana çok uygun

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

EK-1: Anket Formu (Devamı)**Kısım-3: Ebeveyn Tutum Ölçeği**

Açıklama: Aşağıda çocuk yetiştirmede ebeveynlerin sergiledikleri çeşitli davranış biçimleri yer almaktadır. Lütfen aşağıdaki ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve her bir davranış biçimini hangi sıklıkla sergilediğinizi belirtiniz.

- 1: Hiçbir zaman böyle değildir 2: Nadiren böyledir 3: Bazen böyledir
4: Çoğunlukla böyledir 5: Her zaman böyledir

NU	İFADE	1	2	3	4	5
1	Çocuğumu bir şeyleri kendi başına yapması konusunda cesaretlendiririm.				*	
2	Çocuğuma karşı çabuk öfkelenirim.			*		
3	Çocuğumu, kendisi için yorucu olabilecek işlerden korurum.				*	
4	Ben bir başkasıyla konuşurken çocuğumun araya girmesine izin veririm.		*			
5	Çocuğum bana bir şey anlatırken sözünü kesmeden dinlerim.					*
6	Çocuğum yanlış bir şekilde davrandığında ona bağırırım.			*		
7	Çocuğumun duygularını serbestçe ifade etmesine izin veririm.					*
8	Çocuğumu yola getirmek için onu azarlarım.		*			
9	Çocuğumu, kendisi için zor olabilecek işlerden korurum.				*	
10	Çocuğuma yaptığı şeyin önemli olduğunu hissettiririm.					*
11	Çocuğuma karşı koruyucu davranırım.					*
12	Çocuğuma kızdığımında çocuğumu cezalandırırım.	*				
13	Çocuğumu, hayatın ufak tefek güçlüklerinden korurum.	*				
14	Ebeveynlik konusunda bir yanlış yaptığımında çocuğumdan özür dilerim.					*
15	Çocuğumun şımarıklıklarına göz yumarım.				*	
16	Arkadaşları çocuğuma sataştığı zaman onu korurum.					*
17	Çocuğumun kişisel görüşlerine saygı gösteririm.					*
18	Çocuğuma karşı sabırsızım.			*		
19	Çocuğumun hayal kırıklığına uğramaması için elimden geleni yaparım.					*
20	Çocuğum yanlış davrandığında, bunun neden yanlış olduğunu ona açıklarım.					*
21	Çocuğum söz dinlemediğinde ona vururum.	*				
22	Çocuğumu şımartırım.			*		
23	Çocuğumu, onun cesaretini kırabilecek zor işlerden uzak tutarım.					*
24	Çocuğumla her konuyu konuşabilirim.					*

NU	İFADE	1	2	3	4	5
25	Çocuğumun başkaları konuşurken araya girmesine izin veririm.	*				
26	Çocuğumla aynı fikirde olmadığımız zaman, benim fikirlerimi kabul etmesi için onu zorlarım.			*		
27	Çocuğumun kendi başına becerebileceği şeyleri denemesi için ona fırsat tanırım.					*
28	En ufak bir hatasında, çocuğumu cezalandırırım.	*				
29	Çocuğumun kendine özgü bir bakış açısı olduğunu kabul ederim.					*
30	Çocuğumun her şeyi yapmasına izin veririm.	*				
31	Çocuğumun hastalanmasından endişe ederim.					*
32	Çocuğumun cinsel konularda sorduğu soruları anlayacağı bir dilde doğru olarak cevaplarım					*
33	Çocuğumun yanlış davranışını görmezden gelirim.	*				
34	Çocuğuma bana sormaksızın şahsi eşyalarımın herhangi birini alıp kullanmasına izin veririm.			*		
35	Çocuğuma, kurallara neden uyması gerektiğini açıklarım.					*
36	Fiziksel cezayı, çocuğumu disipline sokmanın bir yolu olarak kullanırım.	*				
37	Çocuğumun iyi ve kötü davranışı karşısında neler hissettiğini ona açıklarım.				*	
38	Çocuğuma bir şey alırken onun da fikrini alırım.				*	
39	Çocuğum için hemen hemen bütün eğlencelerimden fedakarlık ederim.				*	
40	Evimizde hangi televizyon programının izleneceği, çocuğumun isteğine göre belirlenir.			*		
41	Çocuğuma bağımsız olmayı öğrenmesi konusunda yardımcı olurum.					*
42	Çocuğumu başka çocuklarla kıyaslarım.	*				
43	Çocuğum iyi davrandığında onu överim.				*	
44	Çocuğumun istediği saatte uyumasına izin veririm.	*				
45	Çocuğumu yapabileceğinden fazlasını yapması için zorlarım.				*	
46	Çocuğumun büyüdüğü yeni şeyler denemeyi göze alması gerektiğine inanırım.				*	