



THE STUDY OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AND EMOTION REGULATION SKILLS OF GENERATION Z YOUNG PEOPLE STUDYING AT THE UNIVERSITY ACCORDING TO VARIOUS VARIABLES

Duygu ÜSTDAĞ*

*Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, ustdagd@gmail.com

Received Date: 10.08.2022 Revised Date: 05.10.2022 Accepted Date:02.11.2022

Copyright © 2022 Duygu ÜSTDAĞ. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

This study was determined as to reveal whether the social media addiction levels and emotion regulation skills of Z generation students who continue their university education differ in terms of various variables, and to examine whether there is a relationship between social media addiction levels and emotion regulation skills. In the research, a personal information form with demographic questions was used as data collection tool, and a questionnaire form including Social Media Addiction Scale and Emotion Regulation Scale in order to determine social media addiction scores and emotion regulation skills. The research consists of Z generation students (N:513) who are studying at the universities determined in Istanbul. This research examines social media addiction and emotional regulation skills of generation Z youth studying at university. The data collected within the scope of the research were coded in the SPSS-25 statistical program and analyzed. The analyzes made are organized in tables and reported in this section. Frequency and percentage calculations were used in the analysis of the data on the demographic characteristics of the Z generation young people studying at the university. In addition, before examining social media addiction and emotional regulation skills according to demographic variables, normality analyzes were carried out with reference to skewness and kurtosis values. Parametric analysis methods were preferred because the data met the assumption of normal distribution during the controls. While examining the participants' social media addiction and emotional regulation skills according to 2-group variables, independent groups t-test; ANOVA analysis was preferred when examining variables containing more than 2 groups. In addition, the relationship between social media addiction and emotional regulation skills was evaluated with Pearson correlation analysis and multiple regression analysis. No significant relationship was found between the participants' social media addictions and the total score of emotion regulation skills and the dimensions of internal functional emotion regulation, internal dysfunctional emotion regulation, external functional emotion regulation and external dysfunctional emotion regulation. The model established for the effect of participants' emotion regulation skills on social media addiction is not significant. In this context, the independent variables of the research do not predict social media addiction as a whole, and it has been determined that the internal functional emotion regulation, internal dysfunctional emotion regulation, external functional emotion regulation and external dysfunctional emotion regulation dimensions of emotion regulation skills do not independently affect social media addiction.

Keywords: Generation Z, Social Media Addiction, Emotion Regulation

ÜNİVERSİTEDE EĞİTİM GÖREN Z KUŞAĞI GENÇLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DUYGU DÜZENLEME BECERİLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

ÖZET

Bu çalışma üniversite öğrenimine devam eden Z kuşağı öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ve duygu düzenleme becerilerinin çeşitli değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konulması, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile duygu düzenleme becerileri arasında bir ilişki olup olmadığının incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak demografik soruların bulunduğu kişisel bilgi formu ile sosyal medya bağımlılığı puanlarının ve duygu düzenleme becerilerinin



belirlenmesi amacı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin ve Duygu Düzenleme Ölçeğinin yer aldığı bir anket formu kullanılmıştır. Araştırma İstanbul ilinde belirlenen üniversitelerde eğitim görmekte olan Z kuşağı öğrenci (N:513) katılımcılardan oluşmaktadır. Bu araştırma, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerini incelemektedir. Araştırma konusu kapsamında toplanan veriler SPSS-25 istatistik programında kodlanarak analizler yapılmıştır. Yapılan analizler, tablolar halinde organize edilmiş ve bu bölümde rapor edilmiştir. Üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin demografik özelliklerine yönelik verilerin analizinde frekans ve yüzde hesaplamaları kullanılmıştır. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri demografik değişkenlere göre incelenmeden önce çarpıklık ve basıklık değerleri referans alınarak normallik analizleri yapılmıştır. Yapılan kontrollerde verilerin normal dağılım varsayımını karşılaması sebebiyle parametrik analiz yöntemleri ile tercih edilmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri 2 gruplu değişkenlere göre incelenirken bağımsız gruplar t testi; 2’den daha fazla sayıda grup içeren değişkenlere göre incelenirken ise ANOVA analizi tercih edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerilerine ait toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutları arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların duygu düzenleme becerilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisine yönelik kurulan model anlamlı değildir. Bu kapsamda, araştırmanın bağımsız değişkenleri bir bütün olarak sosyal medya bağımlılığını yordamamaktadır ve duygu düzenleme becerilerine ait içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarının bağımsız olarak sosyal medya bağımlılığını etkilemediği belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Z Kuşağı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Duygu Düzenleme

1. GİRİŞ

Modern zamanda teknoloji yaygınlaşarak hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu gelişme ile kitle iletişim teknolojileri de gelişmekte ve yeni medya kapsamında sosyal medyanın oluşmasını ve gelişmesini sağlamaktadır. Sosyal medyanın gelişimi her alanda etkisini göstermekte ve insanların iletişimini sağlamanın yanında kurumların da faaliyetlerinde yer almakta ve küresel çapta hızla ilerleme sağlamaktadır. Sosyal medya ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte kullanım alanları ve süreçleri artmakta; bireylerde “bağımlılık” düzeyine gelmektedir. Sosyal medya bağımlılığının getirdiği olumsuz sonuçlar da evrensel olarak her bireyde etkisini göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığı araştırmaları göz önüne alındığında, bireylerin sosyal, psikolojik, bilişsel unsurları bakımından yaşam alanlarında etkilerinin olduğu görülmektedir. Bundan dolayı sosyal medya bağımlılığının duygu durumları etkilediği ve aralarında yakın ilişki söz konusu olduğu karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar neticesinde bireylerin duydu durumları ile davranış, deneyim, fizyolojik boyutlar kapsamında ilişki olduğu tespit edilmiştir (Duy ve Yıldız, 2014). Bireylerin duygularına yön vermesi ve duygularını kontrol ederek düzenlenmesi açısından sosyal medya bağımlılığının etkisi görülmekte ve bu alanda bu çalışmanın yapılması gereksinimini ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, üniversite eğitimine devam eden Z kuşağı öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık ve duygu düzenleme beceri düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile duygu düzenleme düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmaktır. Bu çalışma üniversite eğitiminde yer alan Z kuşağı öğrencilerinin duygu düzenleme ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında ilişkinin ortaya konulması açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın özgünlüğü göz önüne alındığında literatüre katkı sağlaması ve bundan sonra yapılacak çalışmalara yön vermesi bakımından alana katkı sağlayacaktır.



2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kuşak Kavramının Tanımlaması ve Tarihsel Gelişimi

Kelime olarak kuşak Türk Dil Kurumu Felsefe Bilimleri Sözlüğünde, “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğan, aynı dönemin koşullarını, dolayısıyla benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşan ve benzer görevleri yapmak zorunda kalan bir halk topluluğu”; Sosyal Bilimler Sözlüğünde “yaklaşık yirmi beş ila otuz yıllık yaş kümeleri oluşturan bir grup birey, göbek, kuşak, karın, kuşak” anlamını taşımaktadır. Tarihsel gelişimindeki kuşak olgusu göz önüne alındığında, bu tartışmanın çeşitli kaynaklarda Antik Yunan'a dayandığı, çeşitli kaynaklarda ise Eski Mısır Uygarlığına dayandığı görülmektedir (Joshi vd., 2011: 179). Disiplinler arası alanda bu olgunun farklı tanımlarının olduğu, Deşifre edilen akademik çalışmaların da farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Nesil kavramı, tarih, yönetim bilimi, sosyoloji ve psikoloji gibi farklı disiplinlerde yeni bilimsel araştırma alanlarının açılmasına katkıda bulunmuştur (Adıgüzel, Batur ve Ekşili 2014: 167). Tarihte kuşak olgusu üzerine birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, söz konusu çalışmalar üretildikleri dönemin sorunları perspektifiyle sınırlandırılarak tartışılmıştır. Örneğin kuşak kavramını ele alan David Hume, zamanının siyasi bir sorunu olan yönetim alanından konuya yönelirken, Auguste Comte felsefi bir tavır ve sonrasında patlak veren toplumsal huzursuzluğa çözüm aradığı bir bakış açısıyla Fransız Devrimiyle ilgilenmiştir.

Biyolojik yaklaşımı tanımlayan ebeveynlerin ve çocukların doğumu arasındaki ortalama süreye dayanan nesil kavramı, ortalama olarak 20-25 yıllık bir zaman zarfının nesli gibi, ancak günümüzdeki yükselişle birlikte ebeveyn olma yaşı sürekli olarak anlamsız kalmaktadır. Bu nedenle, çok geniş bir zaman aralığına işaret eden biyolojik temelli yaklaşım, kavramın doğru tanımından kopmaya neden olmaktadır (Özer, Eriş ve Özmen, 2013:13). Karl Mannheim, 1950'lerin kuşağı üzerine bu kavramı, kültürü, tarihi ve bazı toplulukların da belirli bir çağda doğacaklarından bahsettiği gibi alışkanlıkları ve ortak paylaşılan değerleri ve paylaşılan davranışları açıklayan ilk çalışmaları yürüterek, toplumun statükosu üzerindeki etkisini de ele almıştır. Mannheim, aynı nesli paylaşan bireylerin ortak alışkanlıkları, kültürü ve tarihsel süreci paylaşmaları, aynı zaman diliminde doğup yaşamaları ve sosyal etkileşime sahip olmaları gerektiğini belirtmiştir. Buna göre Kanada ve İtalya'da aynı tarihte doğan iki kişi, doğum tarihleri aynı olmasına rağmen farklı bir kültürel süreçten geçmiş olmaları açısından aynı neslin özelliklerini taşıyamayabilirler. Mannheim tanımından başlayarak bazı araştırmacılar, nesil kavramıyla bağlantılıdır ve onu şekillendiren iki faktörden bahseder. Tarihsel süreçte gelişen bu unsurlardan biri ortak bir konum, diğeri ise ortak deneyimler sonucunda oluşan ortak bir bilinçtir (Gilleard, 2004:108).

Kuşak kohortları (benzer deneyimleri yaşayan, belirli özelliklere sahip kişilerin oluşturduğu topluluklar) kendine özgü sosyal veya tarihsel yaşam olaylarını paylaşarak aynı zaman aralıklarında doğmuş bireylerden oluşmaktadır. Kuşaklar; ebeveynler, akranlar, medya, popüler kültür, ekonomik ve sosyal olaylar gibi geniş güçlerin etkisi altında kalmaktadır. Bu güçler ise bir kuşağı diğerinden ayıran ortak değer sistemlerini yaratmaktadır (Twenge, Champbell, Hoffman ve Lance, 2010: 1120). Bu değer sistemi, yaşamları boyunca bireylerle birlikte taşınmakta, sabit kalmakta ve daha sonraki deneyimler üzerinde de etkili olmaktadır. Böylece bireyler, niteliksel olarak farklı öznel alanlara sabitlenmektedir. İçinde bulunulan ortam ve yetişme şekli de kuşaklar arası farklılıklara sebep olmaktadır. Kuşaklar arasında yaşanan bu farklılık, çalışma hayatı ve sosyal yaşamda bazı ayırıcı unsurları yaratırken karakter ayrışmaları bulunduğunu da göstermektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili 2014: 167). Kuşaklar arasında ortaya çıkan farklı değer ve tutumların yanı sıra, aynı kuşak mensuplarının sosyal etkileşim sonucu



çeşitli durumlara yönelik olarak ortak bir bilinç ve deneyim geliştirdikleri de gözlemlenmektedir (Gürbüz, 2015: 41). Kendine özgü karakteristik özellikler taşıyan kuşaklar; düşünme, hissetme ve eyleme geçme gibi bireysel edimleri gerçekleştirebilirken güvenilirlik, maneviyata düşkünlük, laik olmak ve bireysel yaşamak, gibi insanlığa atfedilen nitelikleri taşıyabilir. Çeşitli istisnaları görülse de bireyler mensubu oldukları kuşağa has özeller taşımaktadır. Kuşak kavramları üzerine yürütülen çalışmalar batılı ülkelerde 1950 sonraları yoğunlaşırken Türkiye’de bu çalışmaların yoğunlaşması ise ancak 2000’li yılların başlarından itibaren mümkün olmuştur (Ekşili ve Antalyalı, 2017: 90-111). Sağlıklı bir kültürel yapının sağlanabilmesi ve farklı kuşaklara mensup bireylerin bakış açılarının anlamlandırılabilmesi için kuşak sınıflandırması önem arz etmektedir. Disiplinler arası alanda çeşitli araştırmaların konusu olan kuşak kavramı ve sınıflandırması farklı kültürlerde değişiklik göstermektedir. Kaynak taraması yapıldığında kuşak sınıflandırmalarının tarih aralıklarına ve taşıdıkları özelliklere göre farklılıklar gösterdiği gözlemlenmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014: 170). Kuşak sınıflandırmaları üzerine çalışan farklı araştırmacılar tarafından terminolojide standart bir kuşak sınıflandırmasına varılmamış olup bir kuşağın hangi zaman aralıklarını kapsayacağı konusunda da görüş ayrılıkları bulunmaktadır.

Tarih boyunca görülmekte olan kuşak farklılıkları teknolojik, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel değişimler dolayısıyla yaşanmaktadır. Bu yapıların değiştiği farklı dönemlere ve farklı ortamlara doğan kuşaklar; ayrıca farklı yetiştirme tarzlarından geçmekte olup farklı davranış kalıpları, değerler ve bakış açıları geliştirmekte ve farklı deneyimlere sahip olmaktadır. Kuşakların doğdukları zamanın koşulları onların sosyal yaşamları, iş hayatları ve karakter özellikleri üzerinde etkili olmakta ve farklı kültürel gruplar oluşmasına yol açmaktadır.

2.2. Bir Yeni Medya Mecrası Olarak Sosyal Medya

Etkileşimi, işbirliğini ve içerik paylaşımını kolaylaştırmak için tasarlanmış çevrimiçi uygulamalar, platformlar ve medya ortamları olarak tanımlanabilecek sosyal medya, sürekli teknolojik gelişmeler ve artan internet kullanımı ile insan hayatındaki değişimler sonucunda yeni bir kavram olarak gelişmiştir. ve eski alışkanlıkların yerini almaya başlamıştır (Bulunmaz, 2011: 29).

Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi ortamlarda sosyal ilişkiler kurup geliştirmesine imkan sağlayan çevrimiçi araçların tamamına ve sosyal ağlara işaret etmektedir (Koroğlu, 2015: 267-290). Web ortamındaki bu sosyal ağlar genişleyen bir blog ağının parçalarına benzer. Bir sosyal ağa bağlanarak üye olan kullanıcılar kendi kişisel hesaplarını oluşturur ve oluşturdukları bu ağ üzerinden diğer kullanıcılara ulaşarak onları sosyal ağlara katılmaya davet eder. Böylece oluşan topluluklar, kullanıcılarına çeşitli hizmetler sağlar ve kendi ağlarını genişletmelerine yardımcı olarak bu sosyal ağa duyulan ilgiyi uyanık tutarlar. Örneğin MySpace, kullanıcılarının resim, video ve müzik gibi içerikler yükleyebildikleri canlı, kaotik içerikler oluşturmalarına olanak tanır (Mayfield, 2008: 14). Sosyal medya, etkileşim, işbirliği ve içerik paylaşımı gibi eylemleri kolaylaştırmayı amaçlayan çevrimiçi uygulamalar, platformlar ve medyalardan oluşmaktadır. Bu açıdan sosyal medyanın önemi, tüketiciler ve topluluklar arasındaki etkileşimi sağlaması ve asenkron, anlık, etkileşimli ve düşük maliyetli bir iletişimi kolaylaştırmasına dayanmaktadır (Palmer ve Koenig, 2009: 165).

Sosyal medya, web 2.0 teknolojisi ile internet ortamında içerik üretimi ve paylaşımına olanak sağlayan ideolojik ve teknolojik alt yapılar üzerine kurulmuş bir medya ortamıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010:61).



En basit tanımıyla kullanıcıların sosyalleşmek adına kullandıkları bir ortama işaret eden sosyal medya kavramı, salt medya başlığı içerisinde değerlendirilmemesi gereken, ayrıca Web 2.0 teknolojik altyapısını kullanması sebebiyle kullanıcı tabanlı içeriği ön plana çıkarmakta ve geleneksel medyadan oldukça farklı bir şekilde yapılanmakta olan çok boyutlu ve bütünlük bir kavramdır (Safko, 2010:3). İnternetin ortaya çıktığı ilk dönemlerde kullanılan Web 1.0 teknolojisi kullanıcıların pasif birer tüketici olmaları durumunu işaret etmek amacıyla kullanılmıştır. Ancak internet kullanımının dünya genelinde artış göstermesiyle birlikte kullanıcılarının bu deneyimden beklentileri salt içeriğe erişme isteğinin ilerisine geçmiş ve Web 2.0 kavramının olanak sağladığı farklı özellikler 2004 yılında ortaya çıkmaya başlamıştır. Web 2.0 kavramı ilk kez O'Reilly Media tarafından kullanılmış olup internet ortamında yenilikler sağlanmasına ve bambaşka bir kullanıcı deneyiminin yaşanmasına olanak tanımıştır (Güçdemir, 2010: 24). Bir web teknolojisi kavramı olan Web 2.0, sosyal medya kavramı içerisinde sıklıkla kullanılmakta ve kullanıcıların birbiriyle ilgili bilgi edinme ve iletişime geçme gibi ihtiyaçlarına olanak sağlayan web teknolojisi temelli programların genel isimlendirmesidir (Gürsakar, 2009: 16). Web 2.0 teknolojisinin gelişmesi sosyal medyayı yaşantımıza dahil etmiş ve kullanıcıların interaktif bir sürece katılmalarına olanak sağlamıştır. Böylece internet kullanıcıları içerik üretiminin bir parçası olmalarına imkan sağlayan bu sosyal medya mecralarını kullanmaya, bu mecralar vasıtasıyla içerik üretmeye, bu içerikleri paylaşmaya ve zaman-mekan kısıtlaması olmaksızın diğer kullanıcılarla etkileşim dolu bir süreci deneyimlemeye başlamıştır (Mavnacıoğlu, 2015: 25).

Sosyal medyanın özellikleri arasında erişilebilirlik, programlanabilirlik, ölçeklenebilirlik ve dinamiklik sayılabilir. Erişilebilir olması bakımından internet aracılığı ile sosyal medya, kullanıcılar tarafından istenilen zamanda ve mekanda ulaşılabilir bir özellik sergilemektedir. Programlanabilir olma özelliği taşıyan sosyal medya, içerisindeki her bir sistem tarafından belirli programları kullanmakta ve böylece kullanıcılar daha fazla kanala erişme imkanı bulmaktadır. Ölçeklenebilir olan sosyal medya, geniş kitlelere hizmet verebilmekte böylece kullanıcıların tümü tarafından kullanılabilir. Ayrıca yenilebilir ve güncellenebilir altyapısıyla sosyal medya dinamik olma özelliğini de taşımaktadır (Kahraman, 2010: 17). Sosyal medya ortamlarında kullanıcılar kendi buldukları konumu paylaşabilecekleri gibi bu servise izin vermiş olan diğer kullanıcıların konularına da erişebilmektedirler. Kullanıcılar diğer kullanıcılarla mevcut sosyal medya platformunun yapısal sınırlılıkları dahilinde etkileşime geçebilir ve bu etkileşimi istedikleri doğrultuda sınırlandırabilir. Sosyal medya platformlarında kullanıcıların profilleri üzerinden güven duygusunun yaratılması ile ilgilidir, örneğin takipçi sayısı, paylaşılan gönderilerin içeriği, beğeni sayısı vb. gibi unsurlar bir kullanıcıya duyulacak olan itibarın göstergesi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ancak unutulmamalıdır ki sosyal medya ortamlarındaki güven ölçütleri platformlara göre farklılıklar göstermektedir ve bu ortamdaki itibarın ölçülmesi oldukça güçtür. Sosyal medya ortamlarında kullanıcılar etkileşime girerek takipçi listeleri, Facebook grupları vb. gibi sanal topluluklar oluşturup sosyalleşebilir. Sosyal medya ortamları kullanıcıların aralarında sohbet ederek etkileşim kurmasına olanak sağlayan bir yapıda tasarlanmakta ve sohbetin yapısal özellikleri de sosyal medya platformlarının özelliklerine göre farklılıklar göstermektedir. Sosyal medya, kullanıcıların içerik üretip diğer kullanıcılarla paylaşmasına olanak sağlamakta olup paylaşılan içeriğin türü sosyal medya platformlarına göre değişiklik göstermektedir. Örneğin YouTube video içeriklerinin paylaşılmasını hedeflerken Flickr, fotoğraf paylaşımı yapılan bir yapıda



hizmete sunulmuştur. Sosyal medya platformlarının her birinde kullanıcılar üyelik oluştururken bir profil sayfası hazırlamakta ve burada verdikleri cinsiyet, yaş, ilgi alanları, profil fotoğrafı, eğitim vb. gibi bilgiler doğrultusunda diğer kullanıcılarla paylaşmak istedikleri kimlik bilgilerini paylaşmaktadırlar. Bu noktada kullanıcılar gerçek bilgilerini paylaşabilecekleri gibi takma isimler, sanal karakterler vb. oluşturabilir.

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık terimi esas olarak alkol, uyuşturucu ve kumarla ilgilidir. Ancak bilgisayar ve internet kullanımının artmasıyla birlikte teknoloji bağımlılığı 1990'ların ortalarından itibaren toplumsal bir sorun haline gelmiştir. Son yıllarda internet bağımlılığı, internetin aşırı kullanımının neden olduğu bariz sosyal ve psikolojik hasara atıfta bulunan ve kullanıcıların fiziksel ve zihinsel sağlığına ciddi zararlar getiren akademinin dikkatini çekmiştir. Günümüzde sosyal medya kullanımı üniversite öğrencilerinin internet kullanımının önemli bir parçası haline gelmiştir. Psikolojik araştırmalar, bireylerin sosyal medyayı aşırı kullanmaları ve sosyal medyadaki faaliyetlerini kontrol edememeleri durumunda sosyal medya bağımlılığı belirtilerine sahip olduklarına işaret etmektedir. Sosyal medyada gelişen bağımlılık bozukluğunun temel nedeni olan sosyal medya kullanımının kullanıcılara memnuniyet getirebileceğini savunmuştur. Sosyal medya işlevlerinin çeşitliliği nedeniyle, kullanıcılar içerik paylaşma, içerik paylaşma gibi sosyal etkinliklere veya oyun oynamak gibi diğer etkinliklere bağımlı olabilir (LaRose, Lin ve Eastin, 2003). Bağımlılık davranışsal bir sorun ve kronik beyin bozukluğu olarak kabul edilir. Son tanımı "beyin bağlantıları, genetik, çevre ve bireyin yaşam deneyimleri arasında zararlı sonuçlarına rağmen zorlayıcı ve sık davranışlar sergileme veya madde alma şeklinde karmaşık etkileşimler içeren tedavi edilebilir kronik bir tıbbi hastalıktır". Bu bağlamda bağımlılık, sürekli yoksunluk, davranış kontrolünün bozulması, davranış ve kişilerarası ilişkilerde önemli sorunların farkındalığının azalması, ödüllendirici davranış, deneyim ile ilgili artan açlık veya madde ve işlevsiz duygusal tepkilerin yanı sıra özlemi içermektedir.

Sosyal medyayı kullanan üç ana kuşağın en küçüğü Z Kuşağı. 1995-2010 doğumlu Z Kuşağı, sosyal medya ile en çok ilgilenen ve bu toplumla karşı karşıya kalan teknolojik olarak en ileri nesil olmuştur. Genç nesiller gittikçe, her şeyi kendilerinden önceki nesillerden daha yeni, hızlı tempolu ve daha iyi niteliklerde yaşayanlardır. Z kuşağı, modern zamanlar için dijital pazarlama, çevrimiçi iletişim ve sosyal medya trendlerini etkilemiştir. Aslında, tüm dijital ihtiyaçları için Z kuşağına yönelen eski nesillerdir. Z kuşağı sosyal medyayı sadece eğlenceli içerik oluşturmayı aşan şekillerde kullanmaktadırlar. Sosyal medyayı siyasi ve çevresel değişiklikler yapmanın, toplumsal meseleleri gün ışığına çıkarmanın ve yeterince temsil edilmeyenleri temsil etmenin bir yolu olarak görmektedirler. Sosyal medya, onlar için iletişimden daha fazlasıdır. Yaratıcılık ve sosyal değişimi bir araya getirmektedirler ayrıca genç seslerini duyurmak için Facebook, Instagram, Snapchat ve YouTube gibi platformları kullanmaktadırlar. Ancak, bu neslin en yaşlı üyeleri bu yıl sadece 24 yaşına girmektedirler. Genç beyinlerde aşırı kullanım ve sosyal medya ve teknolojiye maruz kalma ciddi psikolojik yan etkilere yol açmaktadır. Bu nesli sosyal kaygılara ve anti-sosyal eğilimlere karşı daha duyarlı hale getirmiştir. Sosyal yaratıklar olarak, insanlar bağlantılar kurmak ve fiziksel ve duygusal ilişkiler kurmak için başkalarıyla yüz yüze etkileşime girmeleri amaçlanmaktadır (Ostendorf, Wegmann ve Brand, 2020).

Z Kuşağı, etkileşimlerini fiziksel dünyayla sınırlayarak ve dikkatlerini dijital olanlara odaklayarak bu temel insan özelliğine meydan okumaktadır. Bu, onları önceki nesillerinin seviyelerinde şahsen ilişki kuramaz ve sürdürmez hale getirmektedir. Ancak



sosyal medya eğilimleri ve teknoloji alışkanlıkları hakkındaki bilgilerinde gelişmiştir (Andreassen, 2015). Sosyal medya bağımlılığını (SMA) tanımlamak zordur, ancak genel bağımlılıkta davranışsal bağımlılığın bir tür internet bağımlılığı olarak kategorize edilebilmektedir. Literatürde, bazı eşanlamlılar birbirinin yerine çevrimiçi sosyal ağ sitesi bağımlılığı (Andreassen, 2015), SMA (Hou ve ark., 2019), internet iletişim bozukluğu (Wegmann ve ark., 2018) olarak kullanılmaktadır. Hou ve ark. (2019), SMA'yı yaşam aktivitelerini bastıran ve "gerçek hayata", kişilerarası ilişkilere ve performansa zarar veren sosyal medya uygulamalarının aşırı ve yoğun kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Ostendorf, Wegmann ve Brand (2020), SMA'dan daha az kullanım kontrolü ve olumsuz sonuçlarla karakterize edilen yoğun sosyal ağ olarak ifade edilebilmektedir. Andreassen ve Pallesen (2014), SMA'yı sosyal ağlar olarak yoğun düşünme, yüksek düzeyde kullanma veya çevrimiçi olma dürtüsü, sosyal ve profesyonel aktiviteler, kişilerarası ilişkiler, refah ve sağlığı bozmak için çok fazla zaman harcama olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde, Kuss ve Griffiths (2017), uzun vadede her alanda bozulmalara neden olsa da, sosyal medya platformlarının yoğun ve takıntılı kullanımı olarak adlandırmaktadır. Bununla birlikte, kimyasal bağımlılık da dahil olmak üzere diğer eklemelerle benzer semptomlara sahiptir (Andreassen, 2015). Ayrıca, internet bağımlılığı tedavi protokolleri SMA'da uygulanabilir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Aslında kimyasal ve davranışsal bağımlılıkta psikoterapötik ve farmakolojik tedavi yaklaşımları benzer şekilde uygulanabilmektedir (Grant vd., 2019). Bazı araştırmalar, sosyal medya kullanımının yoğunluğu arttıkça üniversite öğrencilerinin bağımlı hale gelme olasılığının daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Sosyal medya kullanım sıklığı ne kadar yüksek olursa, üniversite öğrencilerinin buna bağımlı hale gelme olasılığının o kadar yüksek olduğunu belirtmiştir. Başka bir deyişle, sosyal medya kullanım yoğunluğu üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile yakından ilişkilidir. Bağımlı olmayan kullanıcılarla karşılaştırıldığında, bağımlı kullanıcılar sosyal medyada daha fazla zaman harcamaktadır. Bir meta-analizin sonuçları, çevrimiçi olarak harcanan zamanın sorunlu sosyal medya kullanımının bir bileşeni olarak kabul edildiğini ve çevrimiçi olarak daha fazla harcanan zamanın potansiyel bağımlılığın göstergesi olduğunu göstermiştir.

Genel olarak hizmet kullanıcılarının işlevine göre sosyal medya kullanım türleri sosyal kullanım ve eğlence amaçlı kullanım olarak ikiye ayrılabilir. İster sosyal kullanım ister eğlence amaçlı kullanım olsun, kullanıcıların sosyal medyada çokça vakit geçirmesi gerekiyor ve bu da sosyal medya bağımlılığına yol açabilmektedir (Durak, 2018). Griffiths, Pontes ve Kuss, 2016'da SMA'ya kabul edilebilecek altı kriteri yerine getirdiği takdirde herhangi bir davranışın bağımlılık olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir. Bunlar bilişsel belirginlik, ruh hali değişikliği, tolerans gelişimi, yoksunluk belirtileri, çatışma ve nüks içermektedir. Bilişsel dikkat, bilişsel bozulmayı ve sosyal medyada olmayı takıntılı bir şekilde düşünmeyi, özlem duygusunu barındırmaktadır. Ruh hali değişikliği, "yüksek / vızılı" zevk için gitmek veya tersine, kaçmak veya uyuşturmak anlamına gelmektedir. Hoşgörü, daha fazla zaman geçirme arzudur, çünkü sosyal medyada harcanan zaman aynı zamanda zevk seviyesini yakalamak için öncekinden daha uzun kalmak anlamına gelmektedir (Jo ve ark., 2020). Yoksunluk belirtileri, sosyal medyadan çekilme durumunda hoş olmayan duygulardır. Çatışma, taklidin etrafındaki bireylerle, "günlük" ve zorunlu faaliyetlerle ve kendi içinde çatışma durumudur. Nüks, sosyal medyayı "bırakmasına" rağmen, tekrar "başlarsa" kişinin önceki sıklık ve yoğunlukta hızlı bir şekilde SMA semptomları sergilemesidir. Kontrol kaybı, saklanma, kaçış durumlarından bahsetmek de mümkündür (LaRose, Linn ve Eastin'de atıf, 2003). Kontrol kaybı, nüks ve çatışmadan anlaşılacağı gibi, individual'ın bağımlılığını kontrol



edememesidir. Saklanmak, bağımlılık yapıcı davranışların başkalarından gizlenmesidir. Kaçış depresyon, anksiyete, suçluluk gibi disforik duygulardan kaçmaya çalışmaktır.

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medyayı aşırı derecede kullanma zorunluluğu sergilediği internet bağımlılığının bir biçimi olarak görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı olan bireyler genellikle sosyal medya hakkında aşırı endişe duyarlar ve sosyal medyaya giriş yapma ve sosyal medyayı kullanma konusunda kontrol edilemez bir dürtüyle hareket etmektedirler. Sosyal medya bağımlılığının belirtilerinin ruh hali, biliş, fiziksel ve duygusal tepkiler, kişilerarası ve psikolojik sorunlarda ortaya çıkabileceği ise önemli sorunlardan birisidir. Sosyal medya bağımlılığının, sosyal paylaşım sitelerindeki kullanıcıların yaklaşık %12'sini etkilediği bilinmektedir (Aydın, Keskin ve Yel, 2014). Sosyal medya kullanımı ve ruh sağlığı üzerine yapılan birçok araştırma, Facebook gibi sosyal medyanın uzun süreli kullanımının stres, kaygı ve depresyon gibi ruh sağlığı sorunlarıyla olumlu, uzun süreli iyilik hali ile olumsuz yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Daha da önemlisi, sık sosyal medya kullanımı mutlaka sosyal medya bağımlılığını göstermez ve bu nedenle her zaman bireylerin ruh sağlığı veya akademik performans üzerinde olumsuz etkileri yoktur. Çoğu kişinin ara sıra deneyimlediği sosyal medyada normal aşırı katılım ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki temel ayrım, sosyal medya bağımlılığının çevrimiçi sosyal ağ kontrol edilemez ve zorlayıcı hale geldiğinde olumsuz sonuçlarla ilişkilendirilmesidir. Sosyal medya bağımlılığını araştıran çalışmalar ağırlıklı olarak Facebook bağımlılığına odaklanmıştır (Aydın, Keskin ve Yel, 2014). İnternet üzerinden cep telefonları üzerinden erişimin sağlandığı sosyal ağlar, iletişim alışkanlıklarımızı değiştirirken sosyal medya bağımlılığının da önünü açmıştır. Sosyal medya bağımlılığı kişinin yaşamının her alanına zarar verdiği için bu araştırma henüz meslek hayatına başlamamış gençlerin bağımlılıklarını belirlemeye odaklanmıştır. Teknolojinin farklı ülkelerde farklı boyutlarda insanların hayatında yer aldığı düşünüldüğünde, dijital bağımlılık araştırmalarında ülke karşılaştırmalarının önemli olduğu düşünülmektedir (Andreassen, Pallesen and Griffiths, 2017).

2.4. Duygu Düzenleme Süreciyle İlgili Kuramlar

Duygu düzenleme üzerine yapılan çalışmaların ve teorik katkıların sayısı hızla artmıştır. Spesifik duygu düzenleme stratejilerinin etkinliğinin, bir durumun özellikleri ile duygularını düzenleyen bireyin kişilik özelliklerinin etkileşimine bağlı olduğu savunulmaktadır. Duygu düzenlemesi, duygusal tepkileri, özellikle de yoğun ve zamansal özelliklerini izlemekten, değerlendirmekten ve değiştirmekten sorumlu dışsal ve içsel süreçlerden oluşmaktadır. Bu tanıma dayalı olarak duygular ortaya çıktığında, insanlar duygularla başa çıkmak için çeşitli süreçleri kullanmaktadırlar (Arslan, 2015; Yeter, 2016; Çapkın, 2012; Tagler ve Gentry, 2011; Marazzati, ve diğerleri, 2010).

İnsanların kullandığı bu farklı stratejiler duygularını düzenlemeye yöneliktir. İnsanların duygusal ipuçları aldıktan sonra ve duygularına yanıt vermeden önce davranışsal, deneyimsel ve fizyolojik yanıt eğilimleri yaşayacaklarını öneren bir duygu düzenleme süreci oluşmaktadır (Kurtović vd., 2018). Duygu düzenleme, duygunun, ruh halinin veya duygulanımın bilinçli veya bilinçsiz kontrolüdür. Bilinçli kontrol, bir başa çıkma mekanizması olarak da bilinen, duygunuzu kontrol etmek için aktif bir düşünce süreci veya bir davranışa bağlılıktır. Sigara bilinçli kontrol araçları düşünce ve davranışları bazı insanlar sadece çok duygusal değildir nasıl mizaç gibi kontrol ve yoktur (Girgin, 2018, Zeytinoğlu, 2013). İnsan toplumu, gelişen ve büyüyen kurallar, düzenlemeler ve sosyal normlarla giderek daha karmaşık hale gelmiştir. Her bir kişiye yerleştirilen bu artan kısıtlayıcı kurallar, düzenlemeler ve normlarla birlikte, birey giderek



daha geniş bir yelpazede duygulara hakim olmak zorunda kalmıştır. Kendi kendilerini düzenleyerek, göreceli özgürlük içinde yaşamaya devam etmelerine izin verilmektedir. Duyguların ve eylemlerin kontrolsüz kalmasına izin veren bir kişi, yasaları, kuralları, düzenlemeleri ve normları ihlal etme riskini taşımaktadır (Atak ve Taştan, 2012: 523). Tarihsel olarak ele almak gerekirse, psikanalitik bakış açısından, kaygı olarak adlandırılan tüm olumsuz duygular düzenlenmeli ve duygu düzenleme sürecinde ego savunması esastır. Duygu düzenlemesini, bireylerin hedeflerine ulaşmak için duygusal uyarılmalarını izledikleri, yorumladıkları ve ayarladıkları dış ve iç süreçlere sahip olduğu için tanımlar. Ayrıca duygu düzenlemesinin hem olumsuz duyguların azaltılmasını hem de olumlu duyguların sürdürülmesini ve geliştirilmesini içerdiğini vurgulamaktadır. Şiddet, süre, dalgalanma, başlangıç ve yükselme, istikrarsızlık ve iyileşme gibi duygu dinamikleri duygu düzenleme süreçlerinden etkilenir. Ayrıca duygu düzenlemesini, bireylerin hangi duygulara sahip olduklarını, ne zaman yaşadıklarını ve duygularını hangi şekilde yaşadıklarını ve gösterdiklerini etkiledikleri bir süreç olarak tanımlamaktadır (Yumbul vd., 2010). İki temel duygu düzenleme stratejisini temsil eder: yeniden değerlendirme ve bastırma. Bilişsel yeniden değerlendirme, yaşanan duyguyu ve etkilerini değiştiren bir tür bilişsel süreç olarak tanımlanır. Etkileyici bastırma, mevcut duygusal aktiviteyi engellemeyi gerektiren bir tür tepki düzenlemesidir. Yeniden değerlendirme yaşıyor ve daha olumlu ve daha az olumsuz duygular, iyi kişiler arası ilişkileri gösteren ve artış-bastırma daha az olumlu ve daha çok olumsuz duygular, kötü kişiler arası işleyen yaşıyor ve gösteri ile ilişkili ancak olarak, azalma olmakla ilgilidir (Girgin, 2018, Zeytinoğlu, 2013). İlerleyen yaşlarda vardır, genç yaşlarda karşılaştırmak için yetişkinler ve bireyler, daha etkin, işlevsel ve kişisel duygu düzenleme yöntemlerini, duygu geliştirmek-düzenleme stratejileri; öfke, kaygı, suçluluk, korku için farklı duygusal başa çıkma becerileri gibi belirli daha fazla duygu olur. Ayrıca, çevrenin gerekliliklerinin, dışsal taleplerin ve kişilerarası durumların bireylerin öz duygu düzenleme sistemini belirlediğini vurgulamaktadır. Başka bir deyişle, hem kendi duygularını düzenleyerek içsel / kişilerarası düzenleme hem de başkasının duygularını düzenleyerek dışsal / kişilerarası düzenleme, duygu düzenleme biçimleridir (Arslan, 2015; Yeter, 2016; Çapkın, 2012; Tagler ve Gentry, 2011; Marazzati, ve diğerleri, 2010). Psikolojik araştırmalarda giderek daha fazla dikkat psikolojik esneklik konusuna verilmektedir. Duygu düzenleme, kişinin duygularının farkındalığını, anlaşılmasını ve kabul edilmesini içeren çok yönlü bir yapıdır; olumsuz duygular yaşarken dürtüsel davranışları kontrol etme yeteneği ve durumsal taleplere ve hedeflere göre duyguları yönetmek için stratejileri değiştirme yeteneğidir (Zandbergen ve Brown, 2015).

Bireyler duyguları farklı ifade eder ve bu bireysel farklılıklar duygusal ifade olarak tanımlanmıştır. Bazı insanlar duyguları dışa doğru ifade etme eğilimindedir, bazıları ise duyguları kendilerine karşı tutma olasılığı daha yüksektir. Duyguların bir girdiden sonra üretildiğini öne süren bir model önerdi ve insanların sahip olduğu çeşitli tepki eğilimleri nedeniyle, insanlar farklı duygusal ifade davranışları gösterebilmektedirler. Duygu ifadesi, duygu düzenlemesinden sonra gerçekleşmektedir. İnsanların duygularını nasıl düzenledikleri, bu duyguları nasıl ifade ettiklerini kısmen belirlemektedir. Örneğin, bireyler olumsuz duygularını bastırarak düzenleme eğilimindeyse, bu bireyler olumsuz duygularını bastırmayı seçmektedirler (Tagler ve Gentry, 2011; Marazzati, ve diğerleri, 2010). Duygusal düzenlemedeki başarısızlıkları açıklamak gerekirse: Yetersiz kayıt, insanların istikrarlı, açık, standartlarına sahip olmamaları, eylemlerini izleyemedikleri veya kontrol etmek istedikleri yanıtları geçersiz kılması için güçten yoksun olmaları nedeniyle oluşmaktadır. Öncelikle, aktif olarak



duygusal düzenlemeyi öğrenmeye çalışmak zor bir iştir. Duygular, beynin sözlü yaratıklar olarak çok iyi anlamadığımız bir bölümünü işgal eder. Öfkeyi tarif etmek neredeyse imkansızdır. Bana nasıl olduğunu ya da vücudunda nasıl hissettiğini söyleyebilirsin ama bana öfkenin ne olduğunu söylemek son derece zor olabilir (Arslan, 2015; Yeter, 2016; Çapkın, 2012; Tagler ve Gentry, 2011; Marazzati, ve diğerleri, 2010). Duygu düzenleme, bir kişinin bir hedefin yerine gelebilmesi için düşüncelerinin, duygularının ve eylemlerinin yönü, sürekliliği ve yoğunluğu üzerinde kontrol uyguladığı iç süreçler anlamına gelmektedir. Kişinin kişisel hedeflere ulaşmak için ürettiği planlı ve döngüsel olarak uyarlanmış düşünceler, duygular ve eylemlerdir. Düzenleme, bireyin düşüncesinin, etkisinin, davranışının ve dikkatinin belirli araçlar ve meta beceriler aracılığıyla otomatik veya bilinçli olarak modülasyonudur. Duygu düzenleme, değişen zaman ve koşullara rağmen bireyi hedefine ulaşmada yönlendiren bir dizi içsel veya işlemsel süreç içermektedir. Bu bağlamda, bireyin duyguların düşüncelerini, davranışlarını ve dış uyaranları düzenlemesi gerekmektedir. Bilinçsiz faktörlerle birlikte ortaya çıkarmaktadır. Kendini düzenleme becerileri yüksek olan birey, dış engellenen uyaranlara rağmen önceden belirlenmiş hedeflerine ulaşmak için yoluna devam edebilmektedir. Duygu düzenleme, öz yeterlilik, kişisel gündem ve öz inançları uygulamak için motivasyon ve davranış süreçlerini içermektedir.

Duyguları düzenlemenin yeni yollarını öğrenmek mümkündür. Bunlara en yaygın olarak başa çıkma mekanizmaları denmektedir. Çünkü kişinin bunaltıcı veya acı verici duygularla başa çıkmasına izin verirler. Olumlu veya sağlıklı duygusal düzenleme, kızginken 10'a kadar saymayı, kızginken geriye doğru yürümeyi, üzgünken arkadaşlarla konuşmayı, stresi azaltmak için yürümeyi, günlük tutmayı ve meditasyonu içerebilir (sonuncusu hakkında tekrar konuşacağız). Her sağlıklı başa çıkma mekanizması, kişiyi duyguları üzerinde düşünmeye teşvik eder ve bireyi, yardımcı oldukları ve zarar vermedikleri için onları tekrar kullanmaya teşvik eder. Olumsuz veya sağlıksız duygusal düzenleme, alkol içmeyi veya madde kullanmayı, kesmeyi, şişelemeyi, inkar etmeyi ve kırbaçlamayı içerir. Bunlar o kadar iyi değil çünkü yaralanmalara neden olabilir ve başkalarını uzaklaştırabilir. Kullanıldıklarında, çoğu zaman kişinin duygularıyla uğraşmak yerine onlardan kaçmasına izin verirler. Buna ek olarak, bunların birçoğu, alkol ve maddelerle birlikte araba kullanmak ve başkalarına sözlü olarak saldırmak gibi kişisel seviyenin ötesinde sonuçlar doğurabilir (Tagler ve Gentry, 2011; Marazzati, ve diğerleri, 2010). Bilinçdışı, bilinçsizede benzer, çünkü ikisi de beynin sözel olmayan kısımlarıyla ilgilenir, ancak bilinçaltının uzun bir geçmişi ve ona bağlı birçok çıkarımı vardır. Bilinçsiz sadece sizin bilinçli olmadığımız süreçler olduğunu belirtir. Duygusal olarak olgun kabul edilen bazı insanlar var. Hiçbir şey tüylerini kabartmıyor gibi görünüyor ve bir duygu ya da durum ortaya çıktığında, onunla başa çıkıyorlar. Bilinçsiz duygusal kontrol ile olan şey, beyin yollarının farklı şekilde kurulmasıdır. Bazı insanlar, yetiştirilme biçimleri nedeniyle diğerlerine göre duygularla daha iyi başa çıkmak üzere yetiştirilirler. Çocuklar genellikle örnek alarak öğrenirler. Diğerleri yetişkin olarak öğrenir, beyinlerini yeniden düzenler. Duygular tehditleri ve ödülleri işaret eder. Bizi doğru yöne yönlendiren bir pusula gibi, duygular da bizi doğru eylemlere yönlendirme gücüne sahiptir. Örneğin, bir çocuk bir hata yaptığında korkabilir ve bu konuda ebeveynlerine yalan söyleyebilir veya cezalandırılma korkusuyla onlarla yüzleşmekten kaçınabilir. Ebeveynleri sonunda ne yaptıklarını keşfedebilir ve çocuk, büyük olasılıkla, kaçınmaya çalıştıkları aynı sonuçlarla karşı karşıya kalacaktır. Bu örnekte, 'korku' duygusunu dinlemek ve ona tepki vermek çocuk için beyhude olmuştur. Bununla birlikte, aynı duygunun (korku), ormanda vahşi bir hayvan tarafından kovalanan biri için yararlı



olduğu kanıtlanmıştır. Bu durumda vahşi canavarla karşılaşmamak için kaçmak doğru karar olacaktır. Bu nedenle, duygusal tetikleyicilere ne zaman güvenip onlara göre hareket edip etmemeye karar vermek çok önemlidir; başka bir deyişle, duygularımızı en iyi şekilde kullanabilmemiz için nasıl düzenleyeceğimizi veya kontrol edeceğimizi anlamak esastır. Hem duygu düzenleme hem de kimlik düzenleme dışsal (başkaları tarafından, genellikle grup üyeleri tarafından gerçekleştirilir) veya içsel (bireyin kendisi tarafından gerçekleştirilir) olabilir. Olumlu ve paylaşılan grup temelli duyguların işlevselliği göz önüne alındığında, grupların özellikle kasıtlı olarak oluşturulmuş grupların (kulüpler, dini kuruluşlar ve profesyonel dernekler gibi) yanı sıra doğal grupların (cinsiyet, etnik köken ve yaş grupları gibi) olması şaşırtıcı değildir.

3. YÖNTEM

3.1. Katılımcılar

Araştırma İstanbul ilinde belirlenen üniversitelerde eğitim görmekte olan Z kuşağı öğrenci katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcılardan araştırmaya katılım onay formunu imzalayanlar araştırmaya dahil edilmiştir.

3.2. Araştırma Modeli

Bu araştırmanın modeli tarama yöntemidir. “Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez” (Karasar, 2013).

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Oblinger ve Oblinger (2005)’in kuşak sınıflandırmasına göre 1995-2010 yılları arasında doğan Türkiye’deki Z kuşağı oluşturmaktadır. Nicel olarak Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) 2019 yılı verileri ele alındığında bu araştırmanın evrenini oluşturan 1995-2010 yılları arası doğumlu Z kuşağı gençleri Türkiye’de toplam 19.361.842 kişiyi ve toplam nüfusun %23,28’lik kesimini oluşturmaktadır ki bu sayı mevcut çalışmada ele alınabilmesi için oldukça büyük bir kitleye işaret etmektedir. Araştırmanın çalışma örneklemini İstanbul ilinde üniversite eğitimi gören Z kuşağı gençlerinden oluşmaktadır (n: 400-500).

3.4. Araştırma Soruları ve Araştırmanın Hipotezleri

3.4.1. Araştırma Soruları

1. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
2. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
3. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları anne eğitim düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
4. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları baba eğitim düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
5. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları akıllı telefona sahip olma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?
6. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma değişkenine göre farklılık göstermekte midir?



7. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre farklılık göstermekte midir?

8. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları bir gün içindeki internet kullanım süresine göre farklılık göstermekte midir?

9. Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları ve duygu düzenleme puanları bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre farklılık göstermekte midir?

3.4.2. Araştırma Hipotezleri

H_{0a} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

H_{1a} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{0b} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları sınıf düzeyine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1b} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H_{0c} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları anne eğitim düzeyine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1c} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları anne eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H_{0d} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları baba eğitim düzeyine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1d} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları baba eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H_{0e} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları akıllı telefona sahip olma değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1e} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları akıllı telefona sahip olma değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{0f} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1f} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları yaşadığı yerde internet bağlantısına sahip olma değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{0g} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre farklılık göstermemektedir.

H_{1g} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları kullanılan sosyal medya uygulaması sayısına göre farklılık göstermektedir.

H_{0h} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları bir gün içindeki internet kullanım süresine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1h} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları bir gün içindeki internet kullanım süresine göre farklılık göstermektedir.

H_{0i} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre farklılık göstermemektedir.

H_{1i} Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları bir gün içindeki sosyal medya uygulamaları kullanım süresine göre farklılık göstermektedir.



3.5. Araştırmanın Sayıtları

a. Araştırmada kullanılacak ölçme aracının araştırmanın hipotezlerini test edebilecek yeterlilikte olduğu varsayılmaktadır.

b. Araştırmaya alınan katılımcıların Kişisel Bilgi Formunda bulunan soruları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği sorularını içtenlikle yanıtladıkları varsayılmaktadır.

c. Veri toplamada yer alan soruların, nitelik ve nicelik açısından uygun olduğu varsayılmaktadır.

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

a. Toplanan veriler İstanbul ilinde araştırmanın yapıldığı üniversitelerde öğrenim gören Z kuşağı öğrencileri kapsamaktadır.

b. Araştırmanın ölçtüğü sosyal medya bağımlılığı ölçek puanları Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

c. Araştırmanın temel problemi sosyal medya bağımlılığının değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığını açıklamak olmakla birlikte, bağımlılığa neden olabilecek çevreden gelen uyarılar bu araştırmanın karıştırıcı değişkeni olup araştırmacı tarafından ölçülemediği olabilir.

3.7. Araştırmada Kullanılması Planlanan Araçlar

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

3.8. Verilerin Analizi

Bu araştırma, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerini incelemektedir. Araştırma konusu kapsamında toplanan veriler SPSS-25 istatistik programında kodlanarak analizler yapılmıştır. Yapılan analizler, tablolar halinde organize edilmiş ve bu bölümde rapor edilmiştir. Üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin demografik özelliklerine yönelik verilerin analizinde frekans ve yüzde hesaplamaları kullanılmıştır. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri demografik değişkenlere göre incelenmeden önce çarpıklık ve basıklık değerleri referans alınarak normallik analizleri yapılmıştır. Yapılan kontrollerde verilerin normal dağılım varsayımını karşılaması sebebiyle parametrik analiz yöntemleri ile tercih edilmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri 2 gruplu değişkenlere göre incelenirken bağımsız gruplar t testi; 2’den daha fazla sayıda grup içeren değişkenlere göre incelenirken ise ANOVA analizi tercih edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi ile değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

Bu araştırma, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerini incelemektedir. Araştırma konusu kapsamında toplanan veriler SPSS-25 istatistik programında kodlanarak analizler yapılmıştır. Yapılan analizler, tablolar halinde organize edilmiş ve bu bölümde rapor edilmiştir. Üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin demografik özelliklerine yönelik verilerin analizinde frekans ve yüzde hesaplamaları kullanılmıştır. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri demografik değişkenlere göre incelenmeden önce çarpıklık ve basıklık değerleri referans alınarak normallik analizleri yapılmıştır. Yapılan kontrollerde verilerin normal dağılım varsayımını karşılaması sebebiyle parametrik analiz yöntemleri ile tercih edilmiştir.



Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri 2 gruplu değişkenlere göre incelenirken bağımsız gruplar t testi; 2'den daha fazla sayıda grup içeren değişkenlere göre incelenirken ise ANOVA analizi tercih edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ve çoklu regrsyon analizi ile değerlendirilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Bu araştırmaya, üniversitede öğrenim gören 513 Z kuşağı genci katılmıştır. Katılımcılara ait demografik özelliklerin frekans ve yüzde değerleri Tablo 1'de sunulmuştur

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Değişken	Grup	f	%
Cinsiyet	Kadın	201	39.2
	Erkek	312	60.8
Sınıf Düzeyi	1	12	2.3
	2	24	4.7
	3	245	47.8
	4	232	45.2
Anne Eğitim Durumu	İlkokul	57	11.1
	Lise	239	46.6
	Üniversite	129	25.1
	Lisansüstü	88	17.2
Baba Eğitim Durumu	İlkokul	55	10.7
	Lise	223	43.5
	Üniversite	142	27.7
	Lisansüstü	93	18.1
Total		513	100.0

Ankete katılanların 201 kişisi kadın, 312 kişisi erkek toplam 513 katılımcı olduğu görülmektedir. Sınıf kategorisinde katılımcıların 1. Sınıfta 12 kişi, 2.sınıfta 24 kişi, 3.sınıfta 245 kişi ve 4.sınıfta 232 kişi olduğu görülmektedir. Katılımcıların anne eğitimi kategorisinde okul mezunu değil olanların 4 kişi, ilkokul olanların 53 kişi, lise olanların 239 kişi, üniversite olanların 129 kişi ve lisans üstü olanların 88 kişi olduğu görülmektedir. Katılımcıların baba eğitimi kategorisinde okul mezunu değil olanların 1 kişi, ilkokul olanların 54 kişi, lise olanların 223 kişi, üniversite olanların 142 kişi ve lisans üstü olanların 93 kişi olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Telefon ve Sosyal Medya Kullanım Durumu

Demografik Değişken	Grup	f	%
Katılımcıların Telefon Kullanım Durumu	Evet	510	99.4
	Hayır	3	.6
Yaşanılan mekanda (ev-yurt vb.) wifi bağlantısı var mı?	Evet	510	99.4
	Hayır	3	.6
Kullandığınız sosyal medya uygulamalarını işaretleyiniz.	Facebook	98	19.1
	Instagram	191	37.2
	Twitter	65	12.7
	Snapchat	72	14.0
	Tiktok	60	11.7
	Diğer	27	5.3
1-2 saat		76	14.8



Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?	2-4 saat	175	34.1
	4-6 saat	141	27.5
	6 saat ve fazlası	121	23.6
Günde kaç saat sosyal medya kullanıyorsunuz?	1-2 saat	92	17.9
	2-4 saat	178	34.7
	4-6 saat	142	27.7
	6 saat ve fazlası	101	19.7
Total		513	100.0

Katılımcıların “Telefonunuz var mı?” sorusuna 510 kişinin evet, 3 kişinin hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Katılımcıların “Yaşadığınız yerde (ev-yurt vb.) internet bağlantısı var mı?” sorusuna 510 kişinin evet, 3 kişinin hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Katılımcıların “Kullandığınız sosyal medya uygulamalarını işaretleyiniz. (Birden fazla işaretlenebilir.” Sorusunda 98 kişinin Facebook’u, 191 kişinin Instagram’ı, 65 kişinin Twitter’ı, 72 kişinin Snapchat’i, 60 kişinin Tiktok’u ve 27 kişinin ise Diğer seçeneğini işaretlediği görülmektedir. Katılımcıların “Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?” Sorusuna 76 kişinin 1 – 2 saat, 175 kişinin 2 – 4 saat, 141 kişinin 4 – 6 saat, 121 kişinin 6 saat ve fazlası, cevabı verdikleri görülmektedir. Katılımcıların “Günde kaç saat sosyal medya kullanıyorsunuz?” Sorusuna 96 kişinin 1 – 2 saat, 178 kişinin 2 – 4 saat, 142 kişinin 4 – 6 saat, 101 kişinin 6 saat ve fazlası, cevabı verdikleri görülmektedir.

4.2. Araştırmaya Ait Tanımlayıcı Bulgular

Üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerine yönelik minimum değer, maksimum değer, aritmetik ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistikleri hesap edilmiş ve elde edilen bulgular aşağıda rapor edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine İstatistiksel Değerleri

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	n	min	max	\bar{x}	ss
Sosyalmedyayı kullanmadığımda sinirli, endişeli veya üzgün olurum.	513	1.00	5.00	3.60	1.29
Aklımda sürekli sosyal medyaya yaptığım veya yapacağım etkinlikler vardır.	513	1.00	5.00	1.88	1.15
Sosyal medyayı çok kullandığıma çin sinema, tiyatro, müzik, sporgi gibi diğer etkinliklere veya hobilerime zamanım kalmıyor.	513	1.00	5.00	3.41	1.30
Sosyal medyada gezinirken “biraz daha” diyerek süreyi uzatırım.	513	1.00	5.00	2.19	1.17
Sosyal medyayı iş, okul veya aile hayatım olumsuz etkilemesin diye sosyal medyayı kullanmayacağımı düşünürüm.	513	1.00	5.00	3.53	1.27
Sosyal medyayı kullanımı kontrol etmeye, azaltmaya veya durdurmaya çalışırken zorlanıyorum.	513	1.00	5.00	2.26	1.27
Kendim mutlu hissetmek için sosyal medyayı daha fazla kullanırım.	513	1.00	5.00	3.11	1.21
Sosyal medyada harcadığım zaman miktarımı ailemden veya çevremdeki insanlardan gizlerim.	513	1.00	5.00	2.15	1.21
Sosyal medyada harcadığım süreyi yüzünden insanlarla (aile, arkadaş ve sosyal çevre) ilişkilerimden ciddi çatışmalara uğruyorum.	513	1.00	5.00	3.30	1.37

Tablo 3’e göre, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığına ilişkin katılım gösterdikleri en yüksek madde (3.60 ± 1.29); “Sosyal medyayı kullanmadığımda sinirli, endişeli veya üzgün olurum.” olmuştur. Ayrıca, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığına ilişkin en az katılım gösterdikleri madde (1.88 ± 1.15); “Aklımda sürekli sosyal medyada yaptığım veya yapacağım etkinlikler vardır.” olmuştur.



Tablo 4. Katılımcıların Duygu Düzenleme Üzerine İstatistiksel Değerleri

Duygu Düzenleme Ölçeği	n	min	max	\bar{x}	ss
Duruma ilişkin düşüncelerimi yeniden gözden geçiririm.	513	1.00	5.00	2.80	1.77
Duruma ilişkin amaçlarımı veya planlarımı yeniden gözden geçiririm, düşünürüm.	513	1.00	4.00	2.78	.93
Durum üzerinde düşünüp anlamaya çalışırım.	513	2.00	5.00	3.31	1.00
Bir dahaki sefere neyi daha iyi yapabileceğimi düşünürüm.	513	1.00	4.00	3.01	.94
Öfkemi/üzüntümü sözel olarak (örn. bağırarak, tartışarak gibi) başkalarından çıkarırım.	513	1.00	4.00	3.03	.98
Öfkemi/üzüntümü fiziksel olarak (örn. kavga etmek, vurmak gibi) başkalarından çıkarırım.	513	2.00	5.00	3.63	1.11
Başkalarını kötü hissettirmeye çalışırım (örn. kaba davranarak, onları görmezden gelerek).	513	2.00	5.00	3.02	.98
Başkalarına zorbalık yaparım (örn. alay etmek, itmek, dedi kodu yapmak).	513	2.00	5.00	3.66	1.08
Öfkemi/üzüntümü etrafımdaki eşyalardan çıkarırım.	513	2.00	5.00	3.47	1.09
Kendime zarar verecek veya kendimi cezalandıracak bir şey yaparım.	513	1.00	4.00	2.83	1.02
Bazı düşünceler ve duygular sürekli kafamı meşgul eder (örn. aynı şeyi düşünür dururum).	513	2.00	5.00	3.67	1.09
Başkalarının benden iyi durumda olduğunu düşünerek kendimi daha kötü hissederim.	513	1.00	4.00	3.12	.92
Duygularımı içime atarım, saklarım.	513	1.00	4.00	2.90	1.03
Sanki ben ben değilmişim gibi gelir (ör., kendimi bir tuhaf hissederim, etrafımdaki şeyler tuhaf gelir).	513	1.00	4.00	3.07	.99
Bu olaya ilişkin neler hissettiğimi birisiyle konuşurum.	513	1.00	4.00	3.21	.91
Arkadaşlarımdan veya ailemden sarılmak, elimi tutmak gibi bedensel yakınlık ararım.	513	1.00	4.00	3.10	.90
Hareketli bir şeyler yaparım.	513	1.00	4.00	3.15	.94
Başkalarından tavsiye isterim.	513	1.00	4.00	3.22	.87

Tablo 4'e.göre, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin duygusal düzenleme becerilerine ilişkin katılım gösterdikleri en yüksek madde (3.67±1.09); "Bazı düşünceler ve duygular sürekli kafamı meşgul eder (örn. aynı şeyi düşünür dururum)." olmuştur. Ayrıca, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin duygusal düzenleme becerilerine ilişkin en az katılım gösterdikleri madde (2.78±.93); "Duruma ilişkin amaçlarımı veya planlarımı yeniden gözden geçiririm, düşünürüm." olmuştur.

Tablo 5. Araştırma Ölçeklerinin İstatistiksel Değerleri

Boyut	n	min	max	\bar{x}	ss
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	513	9.00	45.00	25.43	6.68
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	513	33.00	75.00	56.98	8.50
İçselİşlevselDuyguDüzenleme	513	10.00	24.00	16.81	2.84
İçselİşlevselOlmayanD.Düzenleme	513	6.00	21.00	15.60	2.98
DışsalİşlevselDuyguDüzenleme	513	7.00	18.00	11.91	2.66
Dışsal İşlevsel Olmayan D. Düzenleme	513	4.00	16.00	12.67	2.92

Tablo 5'e.göre, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı (25.43±6.68); duygusal düzenleme becerileri ise (56.98±8.50); olarak tespit edilmiştir.

4.3. Araştırma Verilerinin Dağılımına Yönelik Bulgular

Üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerine demografik değişkenlere göre incelenmeden önce



araştırma verilerinin dağılımı kontrol edilmiştir. Normallik kontrolleri Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testi kullanılarak yapılmaktadır (Büyüköztürk, 2010). Fakat sosyal bilimlerdeki normallik kontrolleri, yaygın olarak çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesi ile kontrol edilmektedir (Yalçıntaş, 2019). Çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım varsayımını karşılama konusunda kullanılan farklı referanslar vardır. Büyüköztürk (2010)'e göre çarpıklık ve basıklığın -1 ile +1; Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre -1,5 ve +1,5; George ve Mallery (2010)'ye göre ise -2 ile +2 değerleri arasında yer alması normal dağılıma işarettir.

Tablo 6. Araştırma Ölçeklerinin Çarpıklık Basıklık Değerleri

Boyut	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	-.18	-.28
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	.04	-.36
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	-.05	-.73
İçsel İşlevsel Olmayan D. Düzenleme	-.19	-.13
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	.24	-.61
Dışsal İşlevsel Olmayan D. Düzenleme	-.64	-.30

Tablo 6'ya göre; üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerilerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında yer almaktadır. Bu kapsamda, araştırma verilerinin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Verileri normal dağılım gösteren araştırmaların analizinde, parametrik yöntemler kullanılmaktadır (Kul, 2014). Bu sebeple araştırmaya bağımsız gruplar t testi, ANOVA analizi, pearson korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi gibi parametrik testler ile devam edilmiştir.

4.4. Hipotez Bulguları

Araştırmanın ana amacı kapsamında, üniversitede öğrenim gören Z kuşağı gençlerinin sosyal medya bağımlılığı ve duygusal düzenleme becerileri demografik değişkenlere göre karşılaştırılmıştır. Yapılan karşılaştırmalarda bağımsız gruplar t testi ve ANOVA analizi kullanılmış olup elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyet Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{X}	ss	sd	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Kadın	201	26.27	6.89	511	2.30	.02
	Erkek	312	24.89	6.49			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	Kadın	201	57.30	9.17	511	.68	.50
	Erkek	312	56.78	8.05			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Kadın	201	17.00	2.87	511	1.17	.24
	Erkek	312	16.70	2.82			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Kadın	201	15.55	3.08	511	-.30	.76
	Erkek	312	15.63	2.92			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Kadın	201	11.86	2.81	511	-.31	.76
	Erkek	312	11.94	2.57			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Kadın	201	12.90	2.92	511	1.43	.16
	Erkek	312	12.52	2.92			

Tablo 7'den hareketle, katılımcı puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p > .05$).



Tablo 8. Katılımcıların Sınıf Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	1. sınıf	12	27.75	4.09	3.20	.02	1,2>4
	2. sınıf	24	27.96	8.17			
	3. sınıf	245	25.86	6.46			
	4. sınıf	232	24.60	6.75			
	Total	513	25.43	6.68			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	1. sınıf	12	56.67	9.03	.13	.95	
	2. sınıf	24	56.00	9.86			
	3. sınıf	245	56.99	8.41			
	4. sınıf	232	57.09	8.48			
	Total	513	56.98	8.50			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	1. sınıf	12	15.50	2.39	1.25	.29	
	2. sınıf	24	16.25	3.43			
	3. sınıf	245	16.86	2.77			
	4. sınıf	232	16.89	2.86			
	Total	513	16.81	2.84			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1. sınıf	12	15.08	3.23	.16	.92	
	2. sınıf	24	15.71	3.01			
	3. sınıf	245	15.64	3.04			
	4. sınıf	232	15.56	2.91			
	Total	513	15.60	2.98			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	1. sınıf	12	13.00	2.66	3.26	.02	1,3>2
	2. sınıf	24	10.50	2.30			
	3. sınıf	245	12.06	2.50			
	4. sınıf	232	11.84	2.83			
	Total	513	11.91	2.66			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1. sınıf	12	13.08	2.94	1.55	.20	
	2. sınıf	24	13.54	3.16			
	3. sınıf	245	12.42	2.99			
	4. sınıf	232	12.81	2.82			
	Total	513	12.67	2.92			

Tablo 8'den hareketle, katılımcı puanları sınıf düzeyine göre karşılaştırıldığında; duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puanda 1 ve 2. sınıf öğrencilerinin puanı 4. sınıf öğrencilerinden; dışsal işlevsel duygu düzenleme boyutunda ise 1 ve 3. sınıf öğrencilerinin puanı 2. sınıf öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 9. Katılımcıların Anne Eğitim Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	İlkokul	57	23.89	6.96	1.72	.16	
	Lise	239	25.67	6.60			
	Üniversite	129	25.08	6.70			
	Lisansüstü	88	26.28	6.58			
	Total	513	25.43	6.68			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	İlkokul	57	56.19	8.28	.77	.51	
	Lise	239	57.56	9.06			
	Üniversite	129	56.74	7.82			
	Lisansüstü	88	56.28	8.06			
	Total	513	56.98	8.50			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	İlkokul	57	16.98	2.68	4.23	.01	2>4



	Lise	239	17.21	2.85		
	Üniversite	129	16.52	2.74		
	Lisansüstü	88	16.06	2.90		
	Total	513	16.81	2.84		
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	İlkokul	57	15.30	2.83	1.43	.23
	Lise	239	15.89	3.08		
	Üniversite	129	15.35	2.71		
	Lisansüstü	88	15.36	3.14		
	Total	513	15.60	2.98		
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	İlkokul	57	11.65	2.51	.35	.79
	Lise	239	11.86	2.77		
	Üniversite	129	12.02	2.54		
	Lisansüstü	88	12.03	2.67		
	Total	513	11.91	2.66		
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	İlkokul	57	12.26	3.22	.65	.59
	Lise	239	12.61	3.02		
	Üniversite	129	12.84	2.83		
	Lisansüstü	88	12.83	2.60		
	Total	513	12.67	2.92		

Tablo 9'dan hareketle, katılımcı puanları anne eğitim durumuna göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p > .05$). Fakat içsel işlevsel duygu düzenleme boyutunda annesi lise mezunu olan öğrencilerinin puanı annesi lisansüstü mezunu olan öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p < .05$).

Tablo 10. Katılımcıların Baba Eğitim Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	İlkokul	55	23.51	7.28	2.49	.06	
	Lise	223	25.65	6.62			
	Üniversite	142	25.13	6.72			
	Lisansüstü	93	26.48	6.20			
	Total	513	25.43	6.68			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	İlkokul	55	57.09	8.41	1.25	.29	
	Lise	223	57.50	9.05			
	Üniversite	142	57.11	7.96			
	Lisansüstü	93	55.48	7.95			
	Total	513	56.98	8.50			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	İlkokul	55	16.93	2.75	5.32	.001	2>4
	Lise	223	17.26	2.86			
	Üniversite	142	16.66	2.72			
	Lisansüstü	93	15.90	2.83			
	Total	513	16.81	2.84			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	İlkokul	55	15.42	2.77	1.92	.13	
	Lise	223	15.91	3.04			
	Üniversite	142	15.51	2.83			
	Lisansüstü	93	15.08	3.13			
	Total	513	15.60	2.98			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	İlkokul	55	12.05	2.64	.36	.78	
	Lise	223	11.78	2.79			
	Üniversite	142	12.06	2.51			
	Lisansüstü	93	11.88	2.62			
	Total	513	11.91	2.66			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	İlkokul	55	12.69	2.97	.42	.74	



Lise	223	12.54	3.06
Üniversite	142	12.89	2.86
Lisansüstü	93	12.62	2.67
Total	513	12.67	2.92

Tablo 10'dan hareketle, katılımcı puanları baba eğitim durumuna göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$). Fakat içsel işlevsel duygu düzenleme boyutunda babası lise mezunu olan öğrencilerinin puanı babası lisansüstü mezunu olan öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 11. Katılımcıların Telefon Kullanım Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	sd	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Evet	510	25.46	6.67	511	1.41	.16
	Hayır	3	20.00	7.55			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	Evet	510	56.96	8.52	511	-.89	.38
	Hayır	3	61.33	1.53			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Evet	510	16.81	2.85	511	-.32	.75
	Hayır	3	17.33	1.15			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Evet	510	15.58	2.98	511	-1.21	.23
	Hayır	3	17.67	2.52			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Evet	510	11.91	2.67	511	.16	.88
	Hayır	3	11.67	0.58			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Evet	510	12.65	2.93	511	-1.19	.24
	Hayır	3	14.67	1.53			

Tablo 11'den hareketle, katılımcı puanları telefon kullanım durumuna göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).

Tablo 12. Katılımcıların Yaşanılan Yerde İnternet Olması Durumuna Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	sd	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Evet	510	25.46	6.67	511	1.41	.16
	Hayır	3	20.00	7.55			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	Evet	510	56.96	8.52	511	-.89	.38
	Hayır	3	61.33	1.53			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Evet	510	16.81	2.85	511	-.32	.75
	Hayır	3	17.33	1.15			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Evet	510	15.58	2.98	511	-1.21	.23
	Hayır	3	17.67	2.52			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Evet	510	11.91	2.67	511	.16	.88
	Hayır	3	11.67	0.58			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Evet	510	12.65	2.93	511	-1.19	.24
	Hayır	3	14.67	1.53			

Tablo 12'den hareketle, katılımcı puanları yaşanılan yerde internet kullanılması durumuna göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p>.05$).



Tablo 13. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesabına Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	Facebook	98	26.09	6.07	.72	.61	
	Instagram	191	25.10	7.47			
	Twitter	65	26.35	5.80			
	Snapchat	72	24.72	6.24			
	Tiktok	60	25.15	6.56			
	Diğer	27	25.67	6.35			
	Total	513	25.43	6.68			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	Facebook	98	57.76	8.26	.85	.51	
	Instagram	191	56.88	8.84			
	Twitter	65	56.92	8.50			
	Snapchat	72	57.74	9.06			
	Tiktok	60	55.12	7.83			
	Diğer	27	57.15	6.71			
	Total	513	56.98	8.50			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	Facebook	98	17.27	2.80	1.30	.26	
	Instagram	191	16.92	2.91			
	Twitter	65	16.46	2.88			
	Snapchat	72	16.74	3.01			
	Tiktok	60	16.22	2.81			
	Diğer	27	16.78	1.65			
	Total	513	16.81	2.84			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Facebook	98	15.99	2.86	.71	.62	
	Instagram	191	15.50	3.10			
	Twitter	65	15.62	2.98			
	Snapchat	72	15.68	3.17			
	Tiktok	60	15.12	2.62			
	Diğer	27	15.67	2.80			
	Total	513	15.60	2.98			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	Facebook	98	11.79	2.48	.50	.77	
	Instagram	191	11.99	2.73			
	Twitter	65	12.02	2.64			
	Snapchat	72	12.10	2.77			
	Tiktok	60	11.47	2.45			
	Diğer	27	11.93	3.17			
	Total	513	11.91	2.66			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	Facebook	98	12.71	2.74	.92	.47	
	Instagram	191	12.47	3.16			
	Twitter	65	12.83	2.97			
	Snapchat	72	13.22	2.40			
	Tiktok	60	12.32	2.90			
	Diğer	27	12.78	3.11			
	Total	513	12.67	2.92			

Tablo 13'ten hareketle, katılımcı puanları kullandıkları sosyal medya hesabına göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır ($p > .05$).



Tablo 14. Katılımcıların İnternet Kullanım Sürelerine Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	1-2 saat	76	25.76	6.08	2.58	.06	
	2-4 saat	175	26.35	6.64			
	4-6 saat	141	25.14	6.87			
	6 saat ve fazlası	121	24.23	6.73			
	Total	513	25.43	6.68			
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	1-2 saat	76	57.42	7.70	2.49	.06	
	2-4 saat	175	57.46	9.01			
	4-6 saat	141	57.72	8.98			
	6 saat ve fazlası	121	55.16	7.42			
	Total	513	56.98	8.50			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	1-2 saat	76	16.47	3.13	.74	.53	
	2-4 saat	175	16.78	2.74			
	4-6 saat	141	17.06	2.82			
	6 saat ve fazlası	121	16.79	2.83			
	Total	513	16.81	2.84			
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1-2 saat	76	15.76	3.09	1.48	.22	
	2-4 saat	175	15.75	3.05			
	4-6 saat	141	15.74	3.05			
	6 saat ve fazlası	121	15.10	2.69			
	Total	513	15.60	2.98			
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	1-2 saat	76	12.08	2.31	2.21	.09	
	2-4 saat	175	12.07	2.80			
	4-6 saat	141	12.07	2.87			
	6 saat ve fazlası	121	11.36	2.36			
	Total	513	11.91	2.66			
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1-2 saat	76	13.11	2.91	3.76	.01	1,2,3>4
	2-4 saat	175	12.85	2.81			
	4-6 saat	141	12.85	2.93			
	6 saat ve fazlası	121	11.91	2.99			
	Total	513	12.67	2.92			

Tablo 14'ten hareketle, katılımcı puanları internet kullanım süresine göre karşılaştırıldığında; sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puan ile duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>.05$). Fakat dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutunda 1-2, 2-4 ve 4-6 saat internet kullanan öğrencilerinin puanı 6 saat ve üzerinde internet kullanan öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<.05$).

Tablo 15. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Ölçeklerin İstatistiksel Değerleri

Boyut	Grup	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	1-2 saat	92	25.76	6.26	3.43	.02	2>4
	2-4 saat	178	26.26	6.57			
	4-6 saat	142	25.44	6.77			
	6 saat ve fazlası	101	23.65	6.87			



	Total	513	25.43	6.68		
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	1-2 saat	92	57.99	8.19	1.83	.14
	2-4 saat	178	56.92	8.88		
	4-6 saat	142	57.54	8.98		
	6 saat ve fazlası	101	55.39	7.21		
	Total	513	56.98	8.50		
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	1-2 saat	92	16.67	3.03	1.11	.34
	2-4 saat	178	16.76	2.71		
	4-6 saat	142	17.16	2.87		
	6 saat ve fazlası	101	16.54	2.84		
	Total	513	16.81	2.84		
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1-2 saat	92	15.95	3.16	1.14	.34
	2-4 saat	178	15.62	3.09		
	4-6 saat	142	15.65	2.95		
	6 saat ve fazlası	101	15.17	2.64		
	Total	513	15.60	2.98		
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	1-2 saat	92	12.18	2.54	1.33	.26
	2-4 saat	178	11.81	2.70		
	4-6 saat	142	12.11	2.92		
	6 saat ve fazlası	101	11.53	2.29		
	Total	513	11.91	2.66		
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	1-2 saat	92	13.18	2.99	2.11	.10
	2-4 saat	178	12.73	2.79		
	4-6 saat	142	12.63	3.04		
	6 saat ve fazlası	101	12.14	2.88		
	Total	513	12.67	2.92		

Tablo 15'ten hareketle, katılımcı puanları sosyal medya kullanım süresine göre karşılaştırıldığında; duygu düzenleme becerilerine ilişkin toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarında anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .05$). Fakat sosyal medya bağımlılığına ilişkin toplam puanda 2-4 aralığında sosyal medya kullanan öğrencilerinin puanı 6 saat ve üzerinde sosyal medya kullanan öğrencilerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p < .05$).

Tablo 16. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ile Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişki

	1	2	3	4	5	6
Sosyal Medya Bağımlılığı (Toplam)	r	1				
	p					
	n	513				
Duygu Düzenleme Becerileri (Toplam)	r	-.035	1			
	p	.434				
	n	513	513			
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	r	-.081	.649**	1		
	p	.066	.000			
	n	513	513	513		
İçsel İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	r	-.024	.861**	.386**	1	
	p	.592	.000	.000		
	n	513	513	513	513	
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	r	.003	.683**	.299**	.447**	1
	p	.943	.000	.000	.000	



	n	513	513	513	513	513	
	r	.000	.778**	.252**	.703**	.331**	1
Dışsal İşlevsel Olmayan Duygu Düzenleme	p	.992	.000	.000	.000	.000	
	n	513	513	513	513	513	513

Tablo 16'dan hareketle, katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ile duygu düzenleme becerilerine ait toplam puan ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutları arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır ($p > .05$).

Tablo 17. Katılımcıların Duygu Düzenleme Becerilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi

	B	S.H.	β	t	p
İçsel İşlevsel Duygu Düzenleme	-.21	.11	-.09	-1.83	.07
İçsel İşlevsel Olmayan D. Düzenleme	-.05	.15	-.02	-.33	.74
Dışsal İşlevsel Duygu Düzenleme	.08	.13	.03	.61	.54
Dışsal İşlevsel Olmayan D. Düzenleme	.06	.14	.03	.44	.66

R=.09; R2=.01; $\Delta R2=.01$; F=1.00; p=.41

Tablo 17'den hareketle, katılımcıların duygu düzenleme becerilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisine yönelik kurulan model anlamlı değildir ($p < .05$). Bu kapsamda, araştırmanın bağımsız değişkenleri bir bütün olarak sosyal medya bağımlılığını yordamamaktadır. Ayrıca, duygu düzenleme becerilerinin sosyal medya bağımlılığı varyansının %'ini açıkladığı belirlenmiştir. β katsayıları incelendiğinde, duygu düzenleme becerilerine ait içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutlarının bağımsız olarak sosyal medya bağımlılığını etkilemediği belirlenmiştir ($p > .05$).

5. SONUÇ

Bulgular, günde iki saatten fazla süreyle internet kullanan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı açısından yaygınlık görüldüğü konusunda önemli sonuçlar içermektedir. Bu çalışmada özellikler Tablo 2'deki günlük internet kullanımı ve Tablo 3'deki sosyal medya bağımlılık durumlarına ilişkin frekans ve değerlere bakılacak olursa çalışmaya katılan kişilerin büyük çoğunluğunun, değişik düzeylerde, sosyal medya bağımlılığı yaşadığı görülmüştür. Araştırmada yer verilen söz konusu tespit ciddi olarak algılanmasını gerektiren bir durumla karşılaşıldığını gösterdiğinden önemlidir.

Katılımcıların puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri genel puanları arasında anlamlı bir fark yoktu. Öğrenme düzeylerine göre katılımcıların puanları karşılaştırıldığında; Duygu düzenleme toplam beceri puanları ile içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme parametreleri arasında anlamlı fark yoktu. Anne eğitim düzeyine göre katılımcıların puanları karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı genel puanı ile genel duygu düzenleme becerileri puanı arasında anlamlı bir fark yoktu. Baba eğitim düzeyine



göre katılımcıların puanları karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı genel puanı ile genel duygu düzenleme becerileri puanı arasında anlamlı bir fark yoktu. Üyelerin telefon kullanım durumlarına göre puanları karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri genel puanları arasında anlamlı bir fark yoktu. Üyelerin yaşadıkları bölgedeki internet kullanımlarına göre puanları karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri genel puanları arasında anlamlı bir fark yoktu. Üyelerin kullandıkları sosyal medya hesaplarına göre puanları karşılaştırıldığında; İçsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri açısından sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri genel puanları arasında anlamlı bir fark yoktu. Katılımcıların interneti kullanım sürelerine göre puanları karşılaştırıldığında; Sosyal medya bağımlılığı ve duygu düzenleme becerileri genel puanları arasında içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsiz duygu düzenleme ve dışsal işlevsel duygu düzenleme parametreleri açısından anlamlı bir fark yoktu. Üyelerin sosyal medyayı ne kadar süre kullandıklarına göre puanları karşılaştırıldığında; Duygu düzenleme toplam beceri puanları ile içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsel olmayan duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme parametreleri arasında anlamlı fark yoktu.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ile genel duygu düzenleme beceri puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktu ve içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsiz duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametreleri arasında da bir ilişki yoktu. Katılımcıların duygu düzenleme becerilerinin sosyal medya bağımlılığına etkisi için kurulan modelin konuyla ilgisi yoktur. Bu bağlamda çalışmanın bağımsız değişkenleri genel olarak sosyal medya bağımlılığını yordamamaktadır ve duygu düzenlemenin içsel işlevsel duygu düzenleme, içsel işlevsiz duygu düzenleme, dışsal işlevsel duygu düzenleme ve dışsal işlevsiz duygu düzenleme parametrelerine sahip olduğu belirlenmiştir. Beceriler tek başına sosyal medya bağımlılığını etkilemez. Alanyazın incelemesi göstermektedir ki sosyal medya bağımlılığı bağlamında farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Aktan (2018) üniversite öğrencilerinde görülen sosyal medya bağımlılık derecesini belirlemeyi amaçladığı çalışmada araştırma katılımcılarının sosyal medya ölçeği puanları doğrultusunda az bağımlı oldukları sonucuna varmıştır. Söz konusu sonuç araştırma sonucuna yakındır. Öte yandan Gürültü (2016) lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılıkları ile akademik erteleme davranışlarına ilişkin incelemesinde lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını “orta düzeyde” şeklinde belirlemiştir.

Tutgun Ünal (2015) yaptığı üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığına ilişkin çalışmada öğrencilerde sosyal medya bağımlılık toplam puanlarının duygu durumu düzenleme alt ölçeği ve tekrar alt ölçeği açısından az bağımlı, meşguliyet ölçeği açısından orta seviyede, çatışma ölçeği bağlamında ise sosyal medya bağımlısı olmadığı tespiti yer vermiştir. Anılan sonuçlar araştırma sonucuna benzerlik arz eder.



Ergenlik sonrası döneminin en yoğun hissedildiği üniversite dönemi kişinin sosyal ve duygusal gelişiminde en kritik dönemlerdendir. Söz konusu dönemde duygu yönetiminin başarılı olabilmesi sosyal ilişkilerin başarısını da etkiler.

Duman ve arkadaşları (2019) öğrencilerde duygudurum düzenlemesinin ve öfke düzeylerinin belirlenmesini amaçlayan çalışmada öğrencilerin duygudurum düzenlemede yararlanılan yöntemlerden en çok başvurulanın içsel işlevsel duygu düzenleme yöntemi olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçta çalışma sonucuna benzer bir durumu ifade eder. Duygu durum düzenleme alt boyutları içerisinde yer alan içsel işlevsel boyut olumlu bir durumdur ve bu yöntemin tercih edilmesi öğrencinin sosyal ilişkilerinde olumlu yönelim gösterildiğine işaret eder. Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile duygu düzenleme becerilerinin anlamlı bir ters ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Yani iletişim becerisi düşük olanların sosyal medya bağımlılık düzeyi artıyor veya sosyal medya bağımlılık düzeyi yüksek olanların iletişim becerileri azalıyor. Demir'e (2016) göre sosyal medya kullanımının aile içi iletişim etkisi olumsuz yöndedir. Engelberg ve Sjöberg (2004) çalışmalarında sosyal medya bağımlısı olanların yalnızlık düzeylerinin yüksek, sosyal ve duygusal becerilerininse düşük olduğunu belirlemiştir. Başka bir araştırmada internet bağımlılığının depresyonla ilişkisi olduğu belirtilmiştir (Mendi ve Oğuz, 2018).

Katılımcı öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı orta düzeyde görülmüştür. Araştırma öğrencilerin özellikle Duygu Durum Düzenleme boyutlarında oransal olarak yüksek bağımlılık gösterdiği saptamasında bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığına ilişkin çalışmalar araştırmayı destekler mahiyette bulguları içerir. Balcı ve Gölcü (2013) tarafından Selçuk Üniversitesi'nde yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı Facebook bağlamında araştırılarak katılımcılarda % 5.1 oranında Facebook bağımlılığı olduğu belirlenmiştir. Çakmak (2014) tarafından yapılan araştırma sonucunda öğrencilerce büyük bir oranda sosyal medyanın sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiş, yüksek iletişim kaygısı bulunan öğrencilerin diğer öğrencilerden daha az sosyal medya kullandıkları saptanmıştır. Araştırmada sosyal medya bağımlılığını iletişim becerilerinin düşük düzeyde anlamlı yordadığı ortaya konmaktadır. Bu çerçevede iletişim becerilerinin artması sosyal medya bağımlısı olunması olasılığı yordama düzeyi düşük olsa da dikkate alınmalıdır. Öte yandan iletişim becerilerinin azalmasıyla sosyal medyaya bağımlılığın artması olasılığı araştırmanın düşük yordama düzeyinde artmaktadır. Ekşi ve Ümmet (2013), araştırmalarında iletişimde problem yaşayanların içe kapanarak sanal internet dünyasına yöneldiğini belirtmektedir. Sosyal medya kullanımının etkisi, kimi çalışmalar açısından iletişim bağlamında olumlu değerlendirilmekle birlikte genel anlamda iletişime etkisi olumsuz kabul edilmektedir. Sosyal medya kullanımı bağımlılık düzeyine eriştiğinde bu olumsuz etkinin varlığını gözlemlemek çalışmalarla mümkün olmuştur.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte insanların yaşamlarında değişiklikler olmaya başlamıştır. Sosyal ağlar, insanların günlük hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline geldi. Geleneksel medyanın kullanıcılar üzerindeki etkisini belirlemek için birçok çalışma yapılmıştır. Teknolojik alanda yaşanan gelişme ve değişimler sonucunda insanların kullandığı araçlar da zaman içerisinde değişime uğramıştır. Bu ortamlara internet eklendi ve bilgisayardan çok bir toplantı aracı olan cep telefonunda internet kullanılmaya başlandı. Böylece 21. yüzyılda her yaşta insana çok kısa sürede ulaşmıştır. Cep telefonlarından internete erişim ve her an kesintisiz iletişimin sağlanması onu diğer mecralarda farklı bir konum almaya zorladı. Çağımızda internet sadece bir iletişim aracı değil, arkadaşlarımızla her zaman ve her yerde iletişim kurmamızı sağlayan bir cihazdır. İnternet sadece bir iletişim aracı olmayıp bilgi, eğlence, iletişim ve gözetleme gibi ihtiyaçlarımızı karşıladığımız, tanıdıklarımızla her an her yerde iletişim kurabilmemizi



sağlayan bir unsur haline gelmiştir. İnternetin gelişimi, yeni medyanın oluşumunun başlangıcı oldu. Böylece sosyal ağlar hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline geldi.

Zaman ve mekan sınırlarının ortadan kalkmasıyla birlikte insanlar ihtiyaçlarını sosyal paylaşım sitelerinde karşılamakta ve bu sayede motive olmaktadır. Eğlenmek veya oyun oynamak istediklerinde bunu çeşitli sosyal medya uygulamalarından yaparlar. Z Kuşağı üyeleri, birçok teknolojik aletin icat edildiği bir dünyada doğdu. Bu nedenle teknolojisiz bir hayat düşünemezler. Yaşam tarzı teknoloji ile yakından ilgilidir. Bu nedenle sosyal medya kullanım alışkanlıkları önceki kuşaklardan çok farklıdır. YouTube kanalında çizgi film açtığına ağlayarak anne babasından telefon alan çocuklar onların çalışması olacak. Önümüzdeki dönemde bu kişilerin işe alınması ve daha üst pozisyonlara terfi ettirilmesi halinde sanal ofislerin hayata geçeceğini düşünmek kaçınılmazdır.

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medyaya ilgi artmıştır. Özellikle üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanımını artmıştır. Bu artış bazı sorunlara da yol açmıştır. Özellikle Z Kuşağı'nın bu durumda yaşadığı sorunlar onların iç iletişimlerini de etkilemektedir. Sosyal medya kullanım sıklığı ne kadar artarsa insanlar ile iletişime de o kadar çok zarar gelmektedir. Aile iletişiminin önündeki engeller öğrencileri, çocukları ve aileleri etkiler. Bu iletişim engellerini ortadan kaldırmak için aile bireylerinin büyük sorumlulukları vardır. Her birey, ailede ve çevrede nasıl davranması gerektiğinin farkında olacak şekilde hareket etmelidir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının aile iletişimi üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada, sosyal medyanın yoğun kullanımının aile iletişiminin boyutlarını etkilediği belirlenmiştir. Günümüzde dijital dünyada doğan Z Kuşağının sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanması ve dijital teknolojilerle iç içe büyüdüğümüzde iç iletişimlerinin etkilenmesi normal bir durum olarak değerlendirilmektedir. Z kuşağı bireylerinin sosyal medya kullanımına yönelik tutum ölçeği, hangi sosyal medya platformlarının en çok hangi amaçla kullanıldığı değişkenler açısından incelendiğinde hala dikkat çekici bir nokta vardır. Video izlemek için interneti en çok kullanan bireylerin interneti başka amaçlarla kullanan bireylere göre daha sosyalleşme ve beğenme tutumuna sahip oldukları gözlenmiştir. Bu durumdan hareketle; arkadaşlarla sohbet etmek, oyun oynamak, gündem ve haberleri takip etmek, müzik dinlemek vb. denilebilmektedir.

İnterneti kullanan bireyler ile video izlemek için interneti kullanan bireyler arasında bulunan sosyalleşme ve beğenilme durumundaki farka dayanarak, sosyal medya platformları aracılığıyla daha fazla video izleyen bireylerin sosyalleşmesi ve daha fazla beğenilmesi gerektiği düşünülmektedir. Hem bu tutumlar hem de kuşağın genç yaşlı bireyler kendilerini diğer kuşaklardan ayıran hayal güçleri ve enerjileri ile çok yaratıcı fikirler ortaya çıkarabilir, bu fikirlere dayalı videolar hazırlayabilir ve yaptıkları bu videoları sosyalleşme ve takdir tutumları ışığında geliştirebilirler. Bu nedenle bu kişilerin sosyal medya platformlarında çok sayıda arkadaşı olması ve fotoğraflarının ve paylaşımlarının bu arkadaşlar tarafından beğenilmesi çok önemlidir. Z Kuşağı üyelerinin halk hareketlerinin yaşam tarzlarını ve zevklerini belirlemede etkili olduğu gibi, sosyal medyanın gerçek hayatından esinlenerek hazırlanan bu videoyu izlemenin de bu görüşü açıkça desteklediklerini ifade ettiklerini yansıttığı düşünülmektedir.

İnternet, bilgi, ticaret ve iletişim aracı olarak hayatın her alanına girmiş bir bilgi teknolojisi. Günlük hayatımızın vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir. Ortaya çıkış amacı güvenli, hızlı, ucuz bilgiye ulaşmak ve iletişimi kolaylaştırmak olsa da günümüzde bireylerde ve toplumda önemli değişikliklere neden olan bir araç haline gelmiştir. İnternet kullanımının sanal bir ortam üzerinden zamandan ve mekandan bağımsız olarak



gerçekleşmesi, iletişim biçimlerinin değişmesine yol açmakta ve internet teknolojisinin bir uzantısı olan sosyal medya, insanlar arasındaki iletişim kanallarını değiştirmektedir.

Son yıllarda, sosyal medya bireylerin etkileşim biçimini yeniden şekillendirdi. Bir yandan, ilişkiler geliştirmek ve sosyal olarak bağlı kalmak için yeni araçlar sağladı ve zaman ve mekandan bağımsız olarak bireyler arasında daha karşılıklı ve sürekli etkileşimleri kolaylaştırdı. Duygusal alanda başkalarının davranışlarını açıklama arzusu, insanların temelde sosyal bir tür olduğu gerçeğinin bir yansımasıdır ve hayatta kalmaları ve başarıları kısmen sosyal dünyalarını ne kadar iyi tahmin edip yön verebildikleri ile belirlenir. İnsanların başkalarının gerçek, zımni veya hayali varlığından etkilendiğini kaydetti. Sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, başkalarının 'varlığı' her yerde bulunur hale geldi. Bu, insanların sosyal gruplarıyla nasıl etkileşime girdiğine ilişkin kontrol odağında temel bir değişiklik getirmiştir.

Sosyal medyadan önce, bireyler sosyal gruplarıyla etkileşimlerinin sıklığını veya eksikliğini fiziksel olarak birlikte olmama kısıtlamalarına bağlamış olabilirler. Bu nedenle, bireylerin birbirleriyle kolayca iletişim kuramayacakları uzun zaman dilimleri olacaktır. Bununla birlikte, önemli olan, kendi sosyal gruplarındakilerin de durum hakkında aynı anlayışa sahip olduğunun farkında olmalarıdır.

Akıllı cihazların ve sosyal medyanın gelişmesinden bu yana, insanların sosyal gruplarıyla iletişim kurması ve etkileşimde bulunması artık neredeyse her zaman mümkün. Böylece, sosyal iletişim ve etkileşim için kontrol odağı, kısmen dışsal olarak belirlenirken, büyük ölçüde içsel olarak belirlenir hale geldi. Bununla birlikte, artan sosyal etkileşim fırsatları ve sosyal medyaya kolay erişim, bireylerin çevrimiçi olup bitenlerle ve başkalarının birinin çevrimiçi varlığına ve etkileşimlerine olumlu veya olumsuz nasıl tepki verdiğiyle meşgul olan duygusal düzenleme ile kaygılara da neden olabilmektedir.

Sosyal medya kullanımı ergenlerde ruh sağlığı sorunları için bir risk faktörü olabilir. Bununla birlikte, birkaç boylamsal çalışma bu ilişkiyi araştırmıştır ve hiçbiri, ergenler arasında sosyal medya kullanımına atfedilebilecek ruh sağlığı sorunlarının oranını ölçmemiştir. Yapılan çalışmalarda ve yapmış olduğumuz çalışmanın sonucuna göre ilişki, sosyal medya bağımlılığının iletişim becerilerinde olumsuz etkiye yol açtığı şeklinde yorumlanmakla birlikte, iletişim becerilerinin azalması sonucu kişinin sosyal medyaya bağımlı hale gelmesi olasılığının artacağı şeklinde de yargıya varılabilir. Bu yargıdan hareketle, iletişimin önemini artırdığı dönemde eğitim gören üniversite öğrencilerine sosyal medya kullanımı doğru yapmaları için aşağıda yer yerilen öneriler ifade edilebilir:

İletişim becerilerinin sosyal medya bağımlılığını yordama gücü açısından edinilen bilgiler ışığında, üniversite öğrencilerinin iletişim becerileri kazanması üzerine eğitim çalışmaları planlamak, uygulamak ve sürdürülebilir kılmak önerilebilir. Bu bağlamda da öğrencilere gerek iletişim becerilerinin güçleneceği eğitimler gerekse sosyal medyanın gereken şekilde kullanılması adına sosyal medya okuryazarlığı eğitimlerinin verilmesi sağlanabilir.

Sosyal medya kullanımı yoğun olan öğrencilerin sosyal medya kullanım süresinin eğitimde ve kişisel gelişimde katkısı olacak şekilde kullanımının sağlanması ve duygusal, davranışsal ve bilişsel boyutlarda iletişim becerisi kazanılabilmesi için desteklenmesi de öneriler arasında ifade edilebilir.



REFERENCES

- Adıgüzel, O., Batur, Z. & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: mobil yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19),165-182.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi . Erciyes İletişim Dergisi, 5 (4), 405-421.
- Andreassen, C.S. (2015) “Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review”, Current Addiction Reports, 11 April 2015, vol. 2, pp.175-184, Springer Nature, Switzerland.
- Andreassen, C.S. and Pallesen, S. (2014) “Social Network Site Addiction-An Overview”, Current Pharmaceutical Design, 2014, vol.20, 25, pp.4053-4061
- Arslan, S. (2015). Adult attachment, stage of threat, and romantic jealousy in relation to psychopathological symptoms: Importance of personal characteristics and quality of relationship. (Unpublished master’s thesis). Middle East Technical University, Ankara.
- Atak, H. & Taştan, N. (2012). Agency in the emerging adulthood period: An introductory study in Turkey. European Journal of Social Sciences, 32(1), 97- 107.
- Aydın, S., Keskin, M. Ö. & Yel, M. (2014). Öz-düzenleme ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik Çalışması. Turkish Journal of Education , 3 (1), 24-33.
- Balcı, Ş. & Gölcü, A. (2016). Türkiye’de Üniversite Öğrencileri Arasında Facebook Bağımlılığı: “Selçuk Üniversitesi Örneği”. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (34), 255-278.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü Ve Ekonomik Boyutları. Marmara İletişim Dergisi, (18), 27-46. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/25223/266660>
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem.
- Çakmak, V. (2014). İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi:Üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi. Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmış doktora tezi, Konya.
- Çapkın, F. (2012). Romantik kıskançlığın bağlanma stilleri, benlik saygısı, kişilik özellikleri ve evlilik doyumu açısından yordanması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 27-50.
- Duman, N. , Yılmaz, S. A. , Umunç, Ş. & İmre, Y. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Duygudurum Düzenleme ve Öfke . Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD) , 4 (1) , 1-9 .
- Durak, H.Y. (2018) “What Would You Do Without Your Smartphone? Adolescents’ Social Media Usage, Locus of Control, and Loneliness as a Predictor of Nomophobia”, *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, October 2018, vol. 5, 3, pp.543-557
- Duy, B. & Yıldız, M. A. (2014). Ergenler İçin Duygu Düzenleme Ölçeğinin Türkçe ’ye uyarlanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5 (41), 23-35.
- Ekşi, F., & Ümmet, D. (2013). Bir kişilerarası iletişim problemi olarak internet bağımlılığı ve siber zorbalık: Psikolojik danışma açısından değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(25), 91-115.



- Ekşili, N. & Antalya, Ö. L. (2017). Türkiye’de Y Kuşağı Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 12 (3), 90-111.
- Engelberg, E. and Sjoberg, L. (2004) Internet use, Social Skills, and Adjustment. *Behavior Cyberpsychology*, 7, 41-47.
- George, D. and Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 Update (10th Ed.). Pearson.
- Gilleard, C. (2004), Cohorts and Generations in the Study of Social Change. *Social Theory & Health*, 2 (1), 106-119.
- Girgin, B. (2018). Çatalca'da Yaşayan Evli Bireylerin Bağlanma Stilleri, Romantik Kıskançlık Düzeyi ve Evlilik Doyumu Arasındaki İlişki. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Grant, J.E., Lust, K. and Chamberlain, S.R. (2019) “Problematic Smartphone Use Associated with Greater Alcohol Consumption, Mental Health Issues, Poorer Academic Performance, and Impulsivity”, *Journal of Behavioral Addictions*, June 2019, vol. 8, 2, pp. 335-342
- Güçdemir, Y. (2010), Sanal Ortamda İletişim (Bir Halkla İlişkiler Perspektifi), 1.Baskı, Derin Yayınları, İstanbul.
- Gürbüz, S. (2015). Generational Differences: A Myth Or Reality?. *İş Ve İnsan Dergisi*, 2 (1) , 39-57.
- Gürsakal, N. (2009). Sosyal Ağ Analizi. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Gürültü, E. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi.
- Jo, Y.S., Bhang, S.Y., Choi, J.S., Lee, H.K., Lee, S.Y., Kweon, Y.S. (2020) “Internet, Gaming, and Smartphone Usage Patterns of Children and Adolescents in Korea: A c-CURE Clinical Cohort Study”, *Journal of Behavioral Addictions*, June 2020, vol. 9, 2, pp. 420-432
- Joshi, A., Dencker, J. C. & Franz, G. (2011). Generations in Organizations. *Reserch in Organizational Behavior*. Elsevier, 31, 177-205.
- Kaplan, A. M. & Michael, H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.
- Karaman, F. (2010). İşletmelerde Motivasyon ve Verimlilik. İstanbul: Etap Yayınevi.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel.
- Köroğlu, İ. (2015). Üstün Yetenekli Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi İletişim ve Kuram Dergisi*, 40, 267-290.
- Kurtović, A., Vuković, I., & Gajić, M. (2018). The effect of locus of control on university students' mental health: Possible mediation through self-esteem and coping. *The Journal of Psychology*, 152(6), 341-357. <https://doi.org/10.1080/00223980.2018.1463962>
- Kuss, D.J. and Griffiths, M.D. (2017) “Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, March 2017, vol.14, 3, 311.
- La Rose, R., Lin, C.A., & Eastin, M. S. (2003). Unregulated Internet Usage: Addiction, Habit, or Deficient Self-Regulation?, *Media Psychology*, 5, 225-253
- Mavnacioğlu, K. (2015). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım. İstanbul: Beta



- Marazzati, D., Consoli, G., Albanese, F., Laquidara, E., Baroni, S. ve Dell'Osso, M. C. (2010). Romantic attachment and subtypes/dimensions of jealousy. *Clinical Practice & Epidemiology in Mental Health*(6), 53-58.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? iCrossing. Retrieved August 25, 2009, from www.icrossing.co.uk/.../What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Mendi, B. & Oğuz, G. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İletişim Becerilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Özellikleri Bağlamında İncelenmesi: Bir Vakıf Üniversitesindeki Sağlık Bilimleri Öğrencileri Üzerinde Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* , 6 (1) , 666-690
- Ostendorf, S., Wegmann, E. and Brand, M. (2020) “Problematic Social-Networks-Use in German Children and Adolescents-The Interaction of Need to Belong, Online Self-Regulative Competences, and Age”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, April 2020, vol.17, 7, Article Number 2518, MDPI, Basel, Switzerland.
- Özer, P. S. , Eriş, E. D. , Neczan, Ö. & Özmen, T. (2013). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (38).
- Palmer, A. & Koenig-lewis, N. (2009). An experiential, social network-based approach to direct marketing. *Direct Marketing: An International Journal*, 3(3), 162-176.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible*, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Tabachnick. B. G. & Fidell. L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Allyn and Bacon.
- Tagler, M. J. ve Gentry, R. H. (2011). Gender, jealousy, and attachment: A (more) thorough examination across measures and samples. *Journal of Research in Personality*, 45(6), 697-701.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J., ve Lance, C. E. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of management*, 36(5), 1117-1142.
- Yeter, Ö. (2016). Bağlanma stilleri, temel psikolojik ihtiyaçlar doyumu ve kıskançlık ilişkisi: üniversite öğrencileri üzerinde araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Yumbul, C., Cavusoglu, S. ve Geyimci, B. (2010). (2010). The effect of childhood trauma on adult attachment styles, infidelity tendency, romantic jealousy and self-esteem. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*(5), 1741-1745.
- Zandbergen, D. L. ve Brown, S. G. (2015). Culture and Gender Differences in Romantic Jealousy. *Personality and Individual Differences*, 72, 122-127.
- Zeytinoğlu, E. (2013). Evli bireylerin benlik saygısı, kıskançlık düzeyi, evlilikteki çatışmalar ve evlilik doyumu arasındaki ilişkilerin incelenmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.