

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE BAĞLANMA STİLLERİ VE
ALEKSİTİMİNİN, SOSYAL MEDYA KULLANIMI
ÜZERİNDEKİ YORDAYICI ROLÜ**

BUSE ŞİMŞEK

**IŞIK ÜNİVERSİTESİ
HAZİRAN, 2021**

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE BAĞLANMA STİLLERİ VE
ALEKSİTİMİNİN, SOSYAL MEDYA KULLANIMI
ÜZERİNDEKİ YORDAYICI ROLÜ

BUSE ŞİMŞEK

Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans
Programı, 2021

Bu tez, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne Yüksek Lisans (MA) derecesi
için sunulmuştur.

IŞIK ÜNİVERSİTESİ
HAZİRAN, 2021

IŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE BAĞLANMA STİLLERİ VE
ALEKSİTİMİNİN, SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNDEKİ YORDAYICI
ROLÜ

BUSE ŞİMŞEK

ONAYLAYANLAR:

Dr. Öğr. Üyesi Elif Yıldırım Işık Üniversitesi
(Tez Danışmanı)

Doç. Dr. Berna Akçınar Işık Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hale Ögel Balaban Bahçeşehir Üniversitesi

ONAY TARİHİ: 18/06/2021

THE PREDICTIVE ROLE OF ATTACHMENT STYLES AND ALEXITHYMIA ON SOCIAL MEDIA USE FOR UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

Social media occupies a large portion of people's lives and it's indicated as a virtual platform where relationships with other people are maintained. The objective of the study is to examine the relationship of attachment styles and alexithymia with social media use and network size (number of the account's following). Another aim of the study is to examine the role of attachment style and alexithymia in predicting social media use. In addition, it is intended to examine the effect of socio demographic characteristics, daily usage (time spent) and the number authentic and fake accounts on social media. Participant consisted of 464 university students (257 women, 207 men) in the age range of 18 to 26. Participants were respectively given Socio-Demographic Information Form, Social Media Use Integration Scale (SMUIS), Toronto Alexithymia Scale (TAS-20) and Experiences in Close Relationships-II (ECR). Analyses were made separately for 3 different social media platforms (Facebook-Instagram-Twitter) with were examined in the study. According to the findings, social media use integration was found to be increased along with the time spent on Instagram and Twitter, it was also found to be more increased for participants who use fake account on Instagram compared to ones who use authentic account. For each platform; social integration and emotional connection was found to be positively correlated with alexithymia, anxious attachment and avoidant attachment. For Instagram; integration into social routines was found to be positively correlated with alexithymia and anxious attachment. For Instagram and Twitter; integration into social routines was found to be negatively correlated with avoidant attachment. At the same time, for Facebook; anxious attachment variable was predicted for social integration and emotional connection. For Instagram; daily usage, alexithymia and anxious-avoidant attachment variables were predicted for social integration and emotional connection. For Twitter; daily usage (3 hours or more), alexithymia and anxious attachment variables were predicted for social integration and emotional connection. For Instagram; fake account, daily usage (0-30

min/ 30 min-1 hour, 3 hours and more) and anxious-avoidant attachment variables were found to be predictive factors for integration into social routines. For Twitter; daily usage (0-30 min/ 30 min-1 hour, 3 hours and more) and avoidant attachment variables were found to be predictive factors for integration into social routines. Furthermore, online network size was not found to be correlated with alexithymia and insecure attachment. The results showed that individuals' attachment styles and levels of alexithymia have an effect on their use of social media. The obtained results from the study contributed to the literature on the subject of evaluating the causes for social media addiction and problematic internet use from a different perspective.

Key words: Anxious Attachment, Avoidant Attachment, Alexithymia, Network Size, Social Media Use

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE BAĞLANMA STİLLERİ VE ALEKSİTİMİNİN, SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNDEKİ YORDAYICI ROLÜ

ÖZET

Sosyal medya, insanların hayatlarında büyük bir yer kaplamak ile birlikte diğer kişilerle ilişkilerin sürdürüldüğü sanal bir platform olarak belirtilmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de yaşayan üniversite öğrencilerinin bağlanma stilleri ve aleksitimi puanlarının sosyal medya kullanımı ve ağ büyüklüğü ile ilişkisinin incelenmesi aynı zamanda bu değişkenlerin sosyal medya kullanımı üzerinde yordayıcı etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Buna ek olarak, sosyodemeografik özelliklerin ve hesap sayısı, günlük kullanım süresi, sahte hesap varlığı gibi sosyal medya kullanım özelliklerinin de sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisinin incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu, 18-26 yaş aralığında bulunan 464 (257 kadın, 207 erkek) öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcılara sırasıyla Sosyo-demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS), Toronto Aleksitimi Ölçeği (TAÖ-20) ve Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II (YİYE-II) uygulanmıştır. Çalışmada incelenen 3 farklı sosyal medya platformu (Facebook-Instagram-Twitter) için ayrı ayrı analizler yapılmıştır. Bulgular, Instagram ve Twitter platformlarında günlük kullanım süresi arttıkça sosyal medya kullanımı puanının da arttığını ve Instagram’da sahte hesap kullanan katılımcıların kullanmayanlara göre sosyal medya kullanımı puanının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Her platform için sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt boyutu ile aleksitimi, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Instagram için; sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutu ile aleksitimi ve kaygılı bağlanma arasında pozitif, kaçınmacı bağlanma arasında negatif bir ilişki bulunurken Twitter için; sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutu ile kaçınmacı bağlanma arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte Facebook için; kaygılı bağlanma, Instagram için; sahte hesap, günlük kullanım süreleri, aleksitimi ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma, Twitter için; günlük kullanım süresi (3 saat ve daha fazla), aleksitimi ve kaygılı bağlanma değişkenleri sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt boyutunu yordarken Instagram için; sahte hesap, günlük kullanım

süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla) ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma, Twitter için; günlük kullanım süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla) ve kaçınmacı bağlanma değişkenleri sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutunun yordayıcı faktörleri olarak bulunmuştur. Son olarak çevrimiçi ağ büyüklüğü ile aleksitimi ve güvensiz bağlanma arasında bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar bireylerin, bağlanma biçimleri ve aleksitimi düzeylerinin sosyal medya kullanımı üzerinde etkisinin olduğunu göstermektedir. Bununla beraber sosyal medya bağımlılığı ve problematik internet kullanım nedenlerinin farklı bir bakış açısı ile değerlendirilmesi konusunda literatüre katkı sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kaygılı Bağlanma, Kaçınmacı Bağlanma, Aleksitimi, Ağ Büyüklüğü, Sosyal Medya Kullanımı

TEŞEKKÜR

Tüm tez sürecim boyunca benden emeklerini eksik etmeyen değerli akademik bilgilerinin yanında her zaman manevi olarak beni destekleyen ve benim için en kıymetlisi bana bu süreçte gönülden inanan saygıdeğer tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Elif YILDIRIM'a en büyük teşekkürü borç bilirim. Ayrıca bu süreci kolaylaştırmak adına her ihtiyacım olduğunda değerli vaktini bana ayırdığı için kendisine çok teşekkür ederim.

Tez savunma sınavımda yer alan değerli jüri üyelerine Doç. Dr. Berna AKÇINAR ve Dr. Öğr. Üyesi Hale ÖGEL BALABAN'a katılımlarından dolayı tekrardan teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca yanımda olan bu yolda tek başıma yürümediğimi bana her zaman hatırlatan ve desteklerini esirgemeyen tüm sınıf arkadaşlarıma ayrı ayrı teşekkür ederim.

Son olarak elimi hiç bırakmayan maddi ve manevi yanımda olan sevgili ailem Esmâ ŞİMŞEK, Süleyman ŞİMŞEK, Beste ŞİMŞEK ve Emre SEYHAN'a tüm içtenliğimle çok teşekkür ederim.

Buse ŞİMŞEK

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI.....	i
ABSTRACT	ii
ÖZET.....	iv
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
BÖLÜM 1.....	1
1. GİRİŞ	1
BÖLÜM 2.....	4
2. LİTERATÜR TARAMASI	4
2.1 Sosyal Medya	4
2.1.1. Sosyal Medya Araçları.....	8
2.1.1.1. Facebook	8
2.1.1.2. Twitter	9
2.1.1.3. Instagram.....	9
2.1.2. Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Çalışmalar	10
2.2. Bağlanma	12
2.2.1 İçsel Çalışan Model	13
2.2.2. Ainsworth ve Bağlanma Kuramı	14
2.2.3. Bartholomew ve Horowitz Bağlanma Kuramı	15
2.2.4. Ergenlik ve Yetişkinlikte Bağlanma Kuramı.....	17
2.2.5. Bağlanma ve Sosyal Medya Kullanımı	19
2.3. Aleksitimi	21

2.3.1. Aleksitiminin Kuramsal Temelleri	22
2.3.2. Aleksitimi ve Sosyal Medya Kullanımı	23
2.4. Araştırmanın Önemi	24
2.5. Araştırmanın Amacı	25
2.6. Hipotezler	25
2.7. Araştırma Soruları	25
2.8. Sınırlılıklar	26
2.9. Sayıtlılar	26
BÖLÜM 3.....	27
3. YÖNTEM.....	27
3.1. Örneklem	27
3.2. Kullanılan Araç ve Gereçleri	28
3.2.1. Sosyodemografik Bilgi Formu	28
3.2.2. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS)	29
3.2.3. Toronto Aleksitimi Ölçeği (TAÖ-20)	30
3.2.4. Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II (YİYE-II)	31
3.3. İşlem	31
3.4. Veri Analizi	32
BÖLÜM 4.....	34
4. BULGULAR.....	34
4.1. Demografik Bilgiler ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler	34
4.2. Tüm Ölçek ve Alt Ölçek Boyutlarından Elde Edilen Değerler (Minimum, Maksimum, Ortalama ve Standart Sapma)	37
4.3. Aktif Facebook Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	38
4.3.1. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri	38
4.3.2. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi	40
4.3.3. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerini Yordayan Faktörler	41
4.4. Aktif Instagram Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	43
4.4.1. Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri	43

4.4.2. Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi.....	46
4.4.3. Aktif Instagram Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Yordayan Faktörler.....	47
4.5. Aktif Twitter Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi.....	50
4.5.1. Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri	50
4.5.2. Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekler ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi.....	52
4.5.3. Aktif Twitter Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Yordayan Faktörler.....	53
4.6. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter) Ağ Büyüklüğü, Aleksitimi, Kaygılı Bağlanma İlişkisinin Korelasyon Verileri	55
BÖLÜM 5.....	57
5. TARTIŞMA	57
5.1. Araştırmanın Sınırlılıkları	65
5.2. Sonuç ve Öneriler	66
KAYNAKÇA	70
EKLER.....	83
EK-A Bilgilendirilmiş Onam Formu	83
EK-B Sosyodemografik Form	84
EK-C Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği.....	87
EK-D Toronto Aleksitimi Ölçeği.....	88
EK-E Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II.....	89
EK-F Etik Kurul Onayı	92
ÖZGEÇMİŞ.....	94

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1 Kullanılan Ölçeklerin Basıklık Çarpıklık Durumu Veri Tablosu.....	33
Tablo 2.2 Ağ Büyüklüğünü Temsil Eden Değişkenlerin Basıklık Çarpıklık Durumu Veri Tablosu.....	33
Tablo 4.1 Katılımcıların Demografik Bilgilerin Dağılımları (N=464).....	34
Tablo 4.2 Aktif Facebook Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 99).....	36
Tablo 4.3 Aktif Instagram Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 449).....	36
Tablo 4.4 Aktif Twitter Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 284).....	37
Tablo 4.5 Değişkenlerin Betimsel Bulguları (N=464).....	38
Tablo 4.6 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri.....	38
Tablo 4.7 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri.....	39
Tablo 4.8 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri.....	40
Tablo 4.9 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri.....	41
Tablo 4.10 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Smuis Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri.....	42
Tablo 4.11 Aktif Facebook Kullanıcı İçin Sıec Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri.....	42
Tablo 4.12 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri.....	43
Tablo 4.13 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri.....	44
Tablo 4.14 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri.....	45
Tablo 4.15 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Sahte Hesap Kullanımıyla İlgili Analiz Verileri.....	46
Tablo 4.16 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri.....	47
Tablo 4.17 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Smuis Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri.....	48

Tablo 4.18 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Sıec Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörler.	48
Tablo 4.19 Aktif Instagram Kullanıcı İçin Isr Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri .	49
Tablo 4.20 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri.....	50
Tablo 4.21 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri	51
Tablo 4.22 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Smuis Ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri	52
Tablo 4.23 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri	53
Tablo 4.24 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Smuis Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri	53
Tablo 4.25 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Sıec Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri...	54
Tablo 4.26 Aktif Twitter Kullanıcı İçin Isr Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri	55

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Dörtlü Bağlanma Modeli	16
Şekil 4.1 Katılımcıların Kullandığı Sosyal Medya Hesapları	35

KISALTMALAR LİSTESİ

YİYE-II: Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II

TAÖ-20: Aleksitimi Ölçeği

SMUIS: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

SIEC: Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı

ISR: Sosyal Rütinlerle Bütünleşme

BÖLÜM 1

1. GİRİŞ

Sosyal medyanın gelişiminin 1997 yılına kadar uzandığını ve gün geçtikçe gelişen ve yenilenen çokça sosyal medya platformlarının olduğu bilinmektedir (Body ve Ellison, 2007). Sosyal medya sitelerinin sayısının 500'den fazla olduğu bilinmekte birlikte, insanların her geçen gün büyük oranda bu sitelerin bir parçası olduğu da belirtilmektedir (Lougheed'ten aktaran Akın, Özbay ve Baykut, 2015). Gençler bu platformları en çok kullanan gruplar arasında yer almakta ve bu platformlardan en çok tercih edilenlerin arasında Facebook, Instagram ve Twitter olduğu da açığa çıkmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun açıkladığı verilere göre; sosyal medya kullanıcısı olan 55 milyon kişi bulunmaktadır. We Are Social (2019) veri bulgularına göre, Türkiye'de günlük internette geçirilen süre 7 saat iken sosyal medyada geçirilen süre 2 saat 46 dakikadır. Tektaş (2014) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, sosyal paylaşım platformlarında erkek öğrencilerin kadınlara göre daha az zaman harcadıklarını belirtmiştir.

İnsanlar genellikle diğer kişiler ile ilişkilerini sürdürmek ve bu ilişkileri daha ileriye taşımak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medya kullanımı ve bağlanma stillerinin ilişkili olduğu düşünülse de çok az çalışmanın odağı bu konu olmuştur. Özellikle de ilgili literatür daha çok patoloji belirten sosyal medya bağımlılığı konusunda yoğunlaşmaktadır.

Kaygılı bağlanan kişiler ilişkilerinde güvensiz bir yapıya sahip olup bu kişilerin sık sık güven arayışı içinde oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla bu kişiler ilişkilerini sürdürmek ve söylemek istediklerini düşünmek için daha fazla zaman harcarlar

(Kandell, 1998). Nitekim, kaygılı bağlanma stiline, Facebook kullanım sıklığı ile pozitif yönde bir ilişki içinde olduğu daha önce yapılan çalışmada (Oldmeadow, Quinn ve Kowert, 2012) gösterilmiştir. Diğer bir taraftan, kaçınmacı bağlanmanın da negatif yönde ilişkili olduğu öne sürülmektedir (Oldmeadow vd., 2012).

Bireylerin duygulanımlarını düzenleyememesi, hissettiği duyguları farkında olamaması ve bu duyguları ifade etmede eksik kalması olarak tanımlanan aleksitiminin de sosyal medya kullanımı ile bağlantı olacağı öne sürülmektedir (Güleç ve ark., 2009). Ezer (2019) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile aleksitimi seviyeleri arasında bulunan ilişkinin pozitif yönlü olduğunu öne sürmüş olup sosyal medya bağımlılığı ile güvensiz bağlanma biçimlerinin de aynı yönlü ilişkisinden bahsetmiştir. Mersin, İbrahimoglu, Saray Kılıç, Bayrak Kahraman (2019) öğrencilerle yapılan çalışmasında ise aleksitimi puanları ile sosyal medyada geçirilen sürenin pozitif ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bir başka çalışmada Youssef ve ark., (2020) sosyal medya kullanım bozukluğu ile aleksitiminin pozitif ilişkili olduğunu, katılımcıların sosyal medya kullanım bozukluğu arttıkça aleksitimi düzeylerinin de arttığını belirtmiştir. Fakat, araştırmalar genel olarak bağlanma çalışmaları ile benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı üzerine odaklanmıştır.

Sosyal medya kullanımı ile bağlanma ve aleksitimi ilişkisini inceleyen mevcut az sayıdaki çalışma sıklıkla tek bir sosyal medya platformuna (Facebook) odaklanmıştır; oysa ki günümüzde Instagram, Twitter gibi farklı kullanım amaçları olabilen diğer platformlar üzerinde gençler daha fazla zaman geçirmektedir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Bu nedenle, yapılan araştırmaların bu platformları da kapsamaları için önemli görünmektedir. Buna ek olarak, gerçek hayattaki sosyal ağ büyüklüğü ile aleksitimi ve bağlanma stilleri arasında bağlantı kuran çalışmaların olduğu bilinmektedir (Fiori, Consedine ve Merz, 2011; Lumley, Ovies, Stettner, Wehmer ve Lakey, 1996). Fakat sosyal medyadaki ağ büyüklüğü ile ilgili daha önce yapılmış olan bağlanma ve aleksitimi konuları hakkında birer çalışma mevcuttur (Chang, 2019; Mersin ve ark., 2019). Patolojik olmayan sosyal medya kullanımının bağlanma tipleri ve aleksitimi ile bağlantısının incelenmesi aynı zamanda bu iki değişkenin sosyal medya kullanımı üzerindeki yordayıcı etkisinin belirlenmesi bu çalışmada hedeflenmektedir. Çalışmadan elde edilecek sonuçların

sosyal medya bağımlılığı ve problematik internet kullanım nedenlerinin farklı çerçeveden değerlendirilmesi konusunda ışık tutması beklenmektedir.

BÖLÜM 2

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1 Sosyal Medya

Teknolojinin süregelen gelişimi ile tablet, akıllı telefon, bilgisayar gibi teknolojik araçların kullanımı bireyler arasında hızla artmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2019) verileri incelendiğinde 16-74 yaş aralığındaki bireylerde internet kullanımı erkeklerde yüzde 81,8 iken kadınlarda yüzde 68,9 olarak belirlenmiştir. Bireylerin internet kullanım amaçlarını göz önüne aldığımızda ilk sırada sosyal medya gelmektedir (TÜİK, 2019).

Sosyal medya, internet ayağı sayesinde iletişim kurulabilen, bilgi ve içerik paylaşımı yapılan, tüm bu paylaşımlarla beraber karşılıklı etkileşim sağlanan sanal platform olarak bilinmektedir (Şişman Eren, 2014). Magro, Ryan ve Sharp (2009) yaptığı başka bir çalışmaya göre sosyal medya, sosyal ağ platformlarını, mikroblog hizmetlerini ve medya içeriklerini paylaşan siteleri kapsamaktadır.

Sosyal medya uygulamaları gün geçtikçe insanların hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olmakta ve aynı zamanda insanlar etkileşimlerini sanal platformlara (ör: Facebook, Twitter, LinkedIn ve Instagram) taşıma konusunda daha fazla eylem gerçekleştirmektedir (Dwivedi, Kapoor ve Chen, 2015). Bu sebeple sosyal medya platformlarının insanların yaşamlarının birçok bölümünde (sosyal, siyasi ve ticari yaşam alanları, iş ve eğitim hayatları) etkisi olduğu söylenmektedir (Alalwan, Rana, Algharabat ve Tarhini, 2016). Sosyal medya, dünya genelinde bireylerin birbirleri ile iletişimlerini sürdürdüğü alan olarak bilinmektedir. Fakat, 2000 yıllarında insanların ortak etkileşim alanlarında paylaşımlarını kolaylaştırmak için farklı sosyal medya

siteleri oluşmaya başladığı da vurgulanmaktadır (Edosomwan, Prakasan, Kouame, Watson ve Seymour, 2011).

Sosyal medya yardımı ile bireyler paylaşım yapabilmekte, karşılıklı olarak üretmek için bazı fikirleri tartışabilmekte ve oluşan içerikler hakkında değişiklikler yapabilmektedir. Bu yüzden sosyal medya interaktif bir platform olarak yer almaktadır (Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011). Ek olarak, Kietzmann ve ark. (2011) bir çerçeve oluşturmakta olup ve bu çerçevede sosyal medyanın yedi tane işlevselliği yüksek olan yapı taşlarından bahsetmektedir. Bu yapı taşları kimlik, iletişim, varoluş, paylaşım, ilişkiler, itibar ve gruplar olarak yer almaktadır.

Türkiye’de yapılan bazı çalışmalar vasıtasıyla sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında; Hazar (2011) araştırmasında katılımcıların %42,2’sinin sosyal medya platformunu en sık bilgi edinme, %23’ünün ise haberleşme amacıyla kullandığını belirtilmiştir. Vural ve Bat (2010) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmasında katılımcıların %31’inin sosyal medya platformunu zaman geçirmek, %18,5’inin sanal ortamda sohbet etmek, % 13,2’sinin sahip olduğu profilini yenilemek için kullandığını belirtmiştir. Küçükali (2016) benzer şekilde üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyayı rahatlamak ve eğlence amaçlı kullandıklarını ve sosyal medya platformlarından en çok Facebook’u tercih ettiklerini belirtmiştir. Aydın (2016) ise üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmasında, katılımcıların yarısından fazlasının, %65 gibi önemli bir rakamın, sosyal medya platformunu diğer kişilerle iletişim sağlamak amacıyla tercih ettiklerini belirtmiştir.

Hootsuite ve We Are Social’ın ortak yayınladığı dünyadaki sosyal medya kullanımı hakkında istatistiklerin derlendiği raporlara göre; 3,81 milyar kişi sosyal medya kullanıcısı olarak belirlenmiştir. Dünyada ilk sırada kullanım büyüklüğüne göre Facebook platformu gelirken, bu sıralamayı Youtube ve Instagram’ın takip ettiği görülmektedir. En çok sosyal medya kullanımının 25-34 yaş aralığında olduğu ve yaş aralığı arttıkça kullanım oranlarının düştüğü de belirtilmektedir. Dünyada sosyal medya günlük kullanım süresine bakıldığında, bu süre 2015 senesinde 1 saat 51 dakika olarak belirlenirken; 2021 senesinde ise 2 saat 24 dakika olarak saptanmıştır. Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, Snapchat, Twitter, Reddit ve Pinterest gibi sosyal medya hesaplarından bir platformu kullanan kişilerin en az 3 farklı sosyal medya hesaplarına sahip olduğu yapılan araştırmalar çerçevesinde

belirlenmiştir (Kemp, 2020). Statista (2021) verilerine göre dünya çapında cinsiyete göre bazı sosyal medya platformlarının dağılımları incelendiğinde; Facebook için erkek (%56) kullanıcıların kadınlardan (%44) fazla olduğu, Twitter için yine erkek (%68,5) kullanıcıların kadınlardan (31,5) fazla olduğunu, Instagram için ise kadınların (%50,8) çok az bir fark ile erkek (%49,2) kullanıcılardan fazla olduğunu görmekteyiz.

Türkiye’de Facebook platformundaki kullanıcı sayısına bakıldığında erkeklerin (%64) kadınlara (%36) göre daha fazla yer aldığını görülmektedir. Benzer bulgular, Instagram ve Twitter platformlarında da erkek katılımcıların kadınlara oranla daha fazla yer kapladığını saptamıştır. Fakat en çok erkek katılımcıya sahip platform Twitter’dır. Sosyal medya kullanıcılarının yaş aralığına bakıldığında ise, dünyadaki oranlarla benzer olarak en sık sosyal medya kullanan yaş grubunun 25-34 yaş aralığında olduğunu görmekteyiz. Bireylerin yaş aralıkları artıka sosyal medya kullanım oranında azalmalar meydana gelmesinin yanı sıra, Türkiye’de sosyal medya kullanıcıların yaklaşık 3 saat sosyal ağlarda vakit geçirdikleri bilinmektedir (Bayrak, 2020).

Statista (2021) verilerine göre dünyada 16-24 yaş grupları arasında bulunan internet kullanıcısı başına düşen ortalama sosyal medya hesap sayıları, 2014’te 4,8 iken; 2018’de 8,5 olarak tespit edilmiştir. Facebook platformu için 2017-2020 yıllarının son çeyreklerinin dahil edildiği raporlar (Statista, 2021), kişilerin sosyal platformlarda öz kimliklerinden farklı isimle ve ilgi alanlarıyla oluşturdukları sahte hesaplara ait sayısal bilgilere yer vermiştir. Facebook 2019 yılında 1,1 milyar sahte hesabı ortadan kaldırırken; 2020 yılının son döneminde bu rakam 1,3 milyara çıkmıştır.

Türkiye’de, İnsan Toplum ve Teknoloji Derneği (2016) tarafından 1088 üniversite öğrencisi üzerinde sosyal ağ platformlarında sahte hesap kullanım eğilimine yönelik bir araştırma projesi yapılmıştır. Bu projenin sonuçları sırasıyla açıklamak gerekirse; sahte hesap kullanımının oranı %26, sahte hesabı olmayıp açmayı düşünenlerin oranı ise %3’tür. Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetlere göre sahte hesap kullanımına bakacak olursak kadınların (%24) erkeklere (%27) göre daha az olduğunu görmekteyiz. Ayrıca sahte hesap kullanımı Facebook’ta %59, Twitter’da %46, Instagram’da %44 oranında olduğu saptanmıştır. Katılımcılar tarafından sahte hesap kullanım nedenlerine bakıldığında daha çok özel amaçlar (eski

sevgiliyi ya da arkadaşını rahat biçimde takip etme) için kullandıkları dikkat çekmektedir.

Sosyal medyadaki ağ büyüklüğü ise, bireylerin sahip olduğu internet üzerindeki çevrimiçi sosyal ağ hesaplarının (Facebook, Instagram ve Twitter) sahip olduğu kullanıcı sayısı olarak ilişkilendirilebilir (Chen, Karbasi ve Crawford, 2016).

Statista (2021) verileri dünya çapında Instagram hesaplarının Haziran 2019 itibariyle takipçi sayılarını göstermektedir. Instagram hesaplarının %30'unun 1000-10.000 takipçisi olduğunu ve bu hesapların %0,5'inin on milyondan daha fazla takipçi sayısına sahip olduğunu belirtmiştir. Başka istatistik verilerine göre dünya çapında 2019 yılı Ocak-Haziran ayları arasındaki Instagram takipçi sayılarının artışı %12,6 olarak saptanmıştır. Bekiroğlu ve Şahin (2019) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerin sosyal medya platformunda sahip olduğu arkadaş sayısı ile cinsiyet arasında bir farklılığın olduğunu belirtilmiş olup erkek katılımcıların sahip olduğu arkadaş sayısı kadınların sahip olduğu arkadaş sayısına göre daha az olduğunu tespit etmiştir. Bu araştırmanın ana ölçeklerinden olan sosyal medya kullanım yoğunluğu ile sosyal medyada sahip olunan arkadaş oranları arasında anlamlı düzeyde bir fark belirtilmiştir. Yani sosyal medyada 499 kişi ve daha düşük arkadaşı olan katılımcıların sosyal medya kullanım yoğunluğu daha fazla arkadaşla sahip olanlara göre daha düşüktür. Arabacıoğlu ve Çakır (2017) yaptığı çalışmada Facebook'ta sahip olunan arkadaş sayısı ile Facebook dışında sosyal ağ üyelikleri arasında pozitif anlamlı bir ilişkinin olduğunu saptamıştır. Çelik (2012) öğrenci grubuyla gerçekleştirdiği çalışmada Facebook platformunda sahip olunan arkadaş sayısı ile bu platforma ait bazı özelliklerin karşılaştırılmasını yapmıştır. Öğrencilerin Facebook kullanım yoğunluğu ile arkadaş sayısı arasında farklılık saptanmıştır. 400 ve üzeri, 201-400 arası, 101-200 arası ve 26-100 arası olan arkadaş sayısına sahip olanların 25 ve altı arkadaşla sahip olanlara göre Facebook kullanım yoğunluklarının daha fazla olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda arkadaş sayısı ile kullanım amaçları (sosyal, günlük ve çalışmalarla ilgili) pozitif bir ilişki içerisinde olduğu saptanmıştır. Şener (2009) Türkiye'deki Facebook kullanımını üzerinde yaptığı çalışmada katılımcıların bulunduğu en düşük aralık olan 13-17 yaş grubunun Facebook sitesinde en az arkadaşla sahip olduğunu belirtmiştir. Bu yaş grubu içerisinde bulunan katılımcıların %63'ü 200'ün altında arkadaşla sahiptir. Ayrıca Facebook'a 2009 yılından itibaren üye olanların sosyal medyada sahip olduğu arkadaş sayısının büyük oranda düşük

olduğunu saptamıştır. Bu çalışmadan da anlaşıldığı üzere sosyal medyada sahip olunan arkadaş sayısı ile yaşın ve kullanım süresinin ilişkili olacağı düşünülmektedir.

We Are Social internet sayfasının sunduğu raporların yer aldığı 2020 yılının istatistik verilerine göre (Bayrak, 2020) sosyal medya kullanımında Youtube ilk sıradayken onu takip eden uygulamaların Instagram, Whatsapp, Facebook ve Twitter olduğu görülmektedir. Bir sonraki bölümde, en sık kullanılan 3 sosyal medya platformu olan Facebook, Twitter ve Instagram detaylı bir şekilde anlatılacaktır.

2.1.1. Sosyal Medya Araçları

2.1.1.1. Facebook

Sosyal ağ sitesi olarak da bilinen bu platform 2004 yılında Şubat ayında Mark Zuckerberg tarafından Harvard'da öğrenci olduğu sırada kurulmuştur. Ancak site ilk kullanılmaya başlandığında sadece Harvard öğrencileri çerçevesinde sınırlandırıldı. Belli bir zaman geçtikten sonra ayrıcalıklı lise öğrencilerine ve 13 yaşında ya da 13 yaşından daha büyük insanlara kullanıma açıldı (Boyd ve Ellison 2007). Statista.com'dan (2021) elde edilen verilere bakıldığında; 2020 yılının dördüncü çeyreği itibari ile yaklaşık olarak 2,8 milyar aylık aktif kullanıcısı bulunan Facebook aynı zamanda dünya çapında en büyük sosyal ağ olarak gösterilmektedir. 2012 yılında ise aktif kullanıcı sayısı bir milyarı geçerek bunu şu zamana kadar başaran ilk sosyal ağ konumuna ulaşmıştır. Belirtilen aktif kullanıcı tanımlaması; Facebook uygulamasına 30 gün içinde giren katılımcıları temsil etmektedir (Statista, 2021). Bu sitede kullanıcılar kişisel bir profil oluşturabilirler, diğer kullanıcıları arkadaş olarak ekleyebilirler, fotoğraf ve yorumlar dahil olmak üzere aralarında mesaj alışverişi yapabilirler. Aynı zamanda ortak ilgi alanlarına sahip kişiler arasında kurulan gruplara katılım sağlayabilirler. Yine Statista.com'dan (2021) alınan bilgilere göre; Ocak ayı 2021 verilerine göre dünya çapında kadınlarda en çok Facebook kullanım yaş aralığı 18-24 iken erkeklerde 25-34 olarak belirlenmiştir. Facebook kullanıcıların Türkiye'de ki verilerine bakıldığında; 2021 yılında 56,6 milyon aktif kullanıcıya ulaştığı belirlenmiştir. 2025 yılında ise bu rakamların 59,2 milyon olacağı tahmin edilmektedir (Statista, 2021).

2.1.1.2. Twitter

Facebook'un herkes tarafından kullanıma açık hale gelmeye başladığı 2006 yılında Twitter varlığını göstermeye başlamıştır. Twitter tanınmış kişiler tarafından kullanıldığı için ve mikro bloglama gibi farklı seçeneklerin sunulması ile kendini gösterme fırsatı yakalamıştır (Jasra'dan aktaran Edosomwan, 2011). Twitter kullanıcılarının hepsi 140 karakterle sınırlandırılmış 'tweet' atarken Ekim 2018'den sonra 280 karakter kullanarak 'tweet' olarak adlandırılan yorumlar gönderebilmektedirler. Atılan tweetler kullanıcıların hesaplarını gizli yapmadıkça herkese açık bir şekilde oluşturulmaktadır. Twitter kullanıcıları 'retweet' olarak bilinen başkalarının tweetlerini kendi profillerinde paylaşabilir, beğen düğmesine basarak 'fav', birinin hesap ismini etiketleyerek ve tweetin yazarına cevap vererek 'mention' etkileşimde bulunabilirler (Arigo, Pagoto, Carter-Harris, Lillie ve Nebeker, 2018). Kullanıcıların birbirlerini takip etmesi ile oluşturulan bu platform, uygulamada var olan bazı özellikler ile bilgilerin, içeriklerin ve paylaşımların karşılıklı olarak görülmesine olanak sunmaktadır.

Statista.com (2021) verilerine bakıldığında; Twitter 2019 yılında 290,5 milyon aktif kullanıcıya sahip iken; 2024 yılına kadar ise sahip olduğu kullanıcı sayısının 340 milyonun üzerinde olması tahmin edilmektedir. Türkiye'de ise aktif kullanıcı rakamları 2021 yılında yaklaşık olarak 14,7 milyon olmuş ve 2025 yılına gelindiğinde bu rakamların 15,9 milyon olması beklenmektedir. Twitter kullanıcıları hakkında dünya genelindeki yaş dağılımına bakıldığında; %25,2'si 18-24, %26,6'sı 25-34, %28,4'ü 35-49 yaş aralığındadır (Statista, 2021).

2.1.1.3. Instagram

Burbn adıyla ilk olarak Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından 6 Ekim 2010 yılında kurulmuştur. Aynı yılın mart ayında bugünkü isminin kullanımına geçilmiş olup Instagram ilk hafta 200 bin katılımcıya ulaşmıştır. Bu sosyal medya platformu kurulduktan sonra App Store'da yerini oluşturmuş ancak 2012 yılında 30 milyon kullanıcıya sahip olan Instagram Android işletim sisteminde de konumunu almıştır. Bir günde indirilme sayısı 1 milyona ulaştıktan sonra yaptığı yatırım sonucunda Instagram uygulaması Facebook tarafından satın alınmıştır (Şener, 2012). Instagram fotoğraf çekmek, çekilen fotoğrafları uygun filtrelerle düzenlenip paylaşımını sağlayan sosyal bir ağ olarak insanlar tarafından bilinmektedir. Ayrıca

instagram uygulaması Snapchat uygulamasının sunduğu hikaye paylaşımını rekabet ortamının getirdiği koşullar gereği sunmaya başladı (Statista, 2020).

Statista 2021 verilerine göre ise; Türkiye’de Instagram kullanıcı sayısı yaklaşık olarak 42,7 milyon kadardır. 2025 yılında ise bu rakamın 5,8 milyon olması düşünülmektedir. Dünya genelinde ise Instagram’a aylık olarak 2019 yılında erişim sağlayan 815 milyon kullanıcı bulunmakta olup 2023 yılında ise bu kullanıcı sayısının 1,2 milyar olması beklenmektedir.

2.1.2. Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Çalışmalar

Bu çalışmada sosyal medya kullanımı değerlendirilmektedir. Geçmişte yapılan çalışmalarda sosyal medya kullanımını değerlendirmek için çeşitli ölçüm teknikleri kullanılmıştır. Bazı teknikler sosyal medya hesaplarında harcanan zaman ve sosyal medyada gerçekleşen davranışların sıklığı gibi nesnel aktivitelere odaklanırken bazıları çeşitli ölçekler kullanarak daha güvenilir ölçümler yapmıştır. Sosyal medyada harcanan zamanı ve gerçekleşen davranışların sıklığını belirleyen ölçümler kendi kendine raporlama işlemlerine dayandığı için hatalı olma ihtimalleri daha yüksektir. Bu yüzden sosyal medya kullanımı değerlendirilirken tercih edilen ölçeklerden bazıları; Facebook Yoğunluğu Ölçeği (FIS), Çok boyutlu Facebook Yoğunluk Ölçeği (MFIS), Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS) olarak belirtilmektedir (Sigerson ve Cheng, 2018).

Ellison, Steinfield ve Lampe (2007) diğer ölçüm araçlarının yaptığı gibi Facebook’un kullanım sıklığına ya da süresine odaklanılmasının ötesinde ‘Facebook Yoğunluk Ölçeğini (FIS) geliştirmiştir. Bu ölçek 6 sorudan oluşan, alt boyutu olmayan ve kişilerin Facebook tutumlarının değerlendirilmesini hedeflemiştir. Aynı zamanda Facebook ile ilgili ölçek puanlamasına dahil edilmeyen iki soru daha (arkadaş sayıları ve sosyal medyada kalma süreleri) sorulmaktadır (Öztemel ve Traş, 2017). Ölçeğin altı sorusu; Facebook kullanıcılarının duygusal olarak sosyal medyaya ne derece bağlı olduklarını ve Facebook sitesinin kişilerin günlük hayatlarına ne derece entegre olduğunu belirler.

Sosyal medya kullanımını değerlendiren bir başka ölçüm aracı Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğidir (Social Media Use Integration Scale- SMUIS). Kişilerin sosyal medya kullanımının ne derecede sosyal davranışların ve günlük rutinlerin bir parçası olduğunu belirlemekte olup kişide oluşan sosyal medya kullanımının önemini ve

duygusal bağımlı belirlemektedir. Facebook kullanımını ölçmek için geliştirilse de diğer sosyal ağlara ve çevrimiçi sosyal medyaya bu çalışmada olduğu gibi uyarlanmaktadır (Jenkins-Guarnieri, Wright ve Johnson, 2013). Ölçekteki iki alt boyuta bakıldığında sosyal rutinlerle bütünleşme (Integration into Social Routines-ISR) sosyal medyanın kişinin hayatına entegrasyonu; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı (Social Integration and Emotional Connection- SIEC) ise bu entegrasyonla birlikte ortaya çıkan kişilerde gelişen duygusal bağı ifade etmektedir. Bu alt boyutların soruları incelendiğinde; ISR sıradan bir gün içinde kişilerin sosyal medyayı ne derece kendi hayatlarına dahil ettiğini ölçerken SIEC ise kişilerin sosyal medyayı kullanmadığı zamanlarda kendilerini nasıl hissettiğini ve başkaları ile iletişim kurmak için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmayı tercih edip etmediklerini belirlemektedir. Bu ölçek, önceki ölçüm araçlarının genellikle davranışsal kullanım sıklığına, yoğunluğuna ve sosyal medya ile etkileşim miktarına odaklanması (Ross ve ark., 2009; Ellison ve ark., 2007) nedeniyle diğer ölçüm araçlarından farklılaşmaktadır.

Daha önce yapılan sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli çalışmalar vardır. Yaş değişkeni ile sosyal medyada bir günde geçirilen süre ve SMUIS negatif bir ilişki gösterdiği saptanmıştır (McDougall ve ark., 2016). Balcı ve Sarıtaş (2019) neredeyse erkek (N=211) ve kadın (N=197) katılımcıların eşit sayıda olduğu narsisizm ve sosyal medya kullanımı (SMUIS) ilişkisini incelemeyi amaçlayan çalışmasında; SMUIS ile iki grup erkek-kadın arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Benzer şekilde, diğer çalışmalarda da (Çelik, 2012; Ophir, 2017) cinsiyetin sosyal medya kullanımı üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır.

Ophir (2017) bir günde sosyal medyada geçirilen süre ile SMUIS arasında pozitif bir ilişki saptamışlardır. Kullanım süresi ile SMUIS arasındaki bağlantı McDougall ve arkadaşlarının (2016) yaptığı çalışmada da desteklenmiştir. SMUIS ölçeğinin öncülü sayılan FIS ile yapılan bir çalışmada (Ellison ve ark., 2007), karşıt şekilde sosyal medya kullanım sıklığının cinsiyete göre farklılaştığını saptamış olup, araştırmanın ana değişkeni olan sosyal medya kullanım yoğunluğu ve cinsiyet arasında da anlamlı düzeyde farklılık belirtilmiştir. Aynı zamanda sosyal medyayı her saat kullanan katılımcıların sosyal medya kullanım yoğunluğu diğerlerine oranla daha fazla olduğu bu çalışmanın sonuçları arasındadır.

2.2. Bağlanma

Bu kuramın temelleri 1950’li yıllarda İngiliz psikiyatrist John Bowlby ve Mary Ainsworth tarafından çocuk sağlığı ve akıl sağlığıyla ilgili ortak ama birbirinden bağımsız olarak yapılan çalışmalarla ortaya atılmıştır (Ainsworth, 1967; Bowlby, 1958; Bretherton, 1992). Bowlby, geliştirdiği bağlanma kuramı hakkında yaptığı tüm incelemelerinin yapı taşı olarak çocuklar ve bakım verenlerin arasında kurulan ilişkiyi benimsemiştir. Bu alışmalarında Freud’un temellerini oluşturduğu psikanaliz kuramından da esinlenmiştir (Alantar ve Maner, 2008).

Harlow (1958), yaptığı araştırmada Bowlby’nin bağlanma kuramına yönelik çalışmalarına büyük katkı sağlamıştır. Maymun bebekler üzerinde yapılan çalışmada, onlar için iki farklı anne figürü oluşturulmuştur. Birinci anne modeli telden hazırlanıp üzerine bir Őey rtlmezken; diğer anne modelinin üstü yumuşak bir bez ile kaplanmıştır. Harlow’un çalışmasındaki asıl amaç yavru maymunların hangi anne modeli ile bağ kuracak sorusu üzerineydi. Telle hazırlanmış üzerinde yumuşak bir kumaş bulunmayan model biberona sahipken, diğer kumaşla kaplı anne modelinde biberon bulunmamaktaydı. Buna rağmen, maymunlar temel ihtiyaçlarını karşılamak için biberonun bulunduğu anne modeline yöneldikten kısa zaman sonra tekrar yumuşak kumaşla kaplı modele yönelmişlerdir. Harlow bu sonuçlar ışığında, maymunlarda görülen bağlanma davranışında temel ihtiyaç olan beslenmeden ziyade güvenli ve sıcak bir yuvanın bebek veya çocuklarda daha önemli bir öncelik olduğunu ortaya srmştir.

Bowlby (1958) bebeğin hayatta kalması ve yaşamını sürdürmesi için bağlanma davranışlarını gerçekleştirmesi gerektiğini savunmuştur. Bakım verenler çocukların zihinsel ve duygusal gelişimlerini sağlamak için kişilerin yaşamının erken dönemlerinde yeterli ve kolaylaştırıcı bir ortam sağlayabilirler (Winnicott, 1971). Bebeğin ihtiyaç duyduğu bu talebine yönelik bakım verenler tarafından karşılık verilmesinin önemli olduğu belirtilmiştir. Ek olarak, bağlanma bebeğin ya da çocuğun dış dünyayı keşfedip öğrenmesi için güvenli bir alan oluşturmakla birlikte bebeğin hem fiziksel hem de ruhsal ihtiyaçlarını karşılamak için annenin bunlara zamanında cevap vermesi aralarında kurulacak güvenli alan için büyük önem taşımaktadır (Bowlby, 2012). Bağlanma rntleri her anne bebek arasında farklı biçimde olsa da (Ainsworth ve Bell, 1970), bağlanmanın her zaman kalıcı olarak izler taşıyıp yeri doldurulması mümkün olmayan ilişki biçimi olduğu bilinmektedir

(Barnett ve Vondra, 1999). Bu zamanda kazanılan bağlanma örüntüleri bireylere ileriki yaşamlarında nasıl bir ilişki içinde var olacaklarının sinyallerini de vermekte olup, bağlanma örüntüsünü kişinin tüm yaşamı boyunca aktif bir şekilde sürdürebileceği de belirtmiştir (Bowlby, 1988).

2.2.1 İçsel Çalışan Model

Bowlby, bir yaşındaki çocukların ve anneleri arasında gerçekleşmesini beklediği bağlanma işlevlerinin çocuğun gösterdiği içgüdüsel davranışları karşısında meydana gelecek olan tepkilerden oluştuğunu belirtmiştir. Bu tepkiler çocuğun gerçekleştirdiği gülme ve ağlama eylemleri, emme, sarılma ve takip etme durumlarıdır. Aynı zamanda, Bowlby çocuğun sergilediği ağlama ve emme eylemlerinin yanı sıra takip etme ve sarılma gibi durumları bağlanma için daha önemli bir yerde gördüğünü savunmuştur (Bretherton'dan aktaran Demirdağ, 2017).

Bowlby, annenin bebeğine uyum sağlaması sağlıklı ve etkili bir bağlanma geliştirmek için çok önemli olduğuna inanıyordu. Bebekler kendi kendini düzenleme sistemine sahip olmadıkları için annenin bebek ile uyum içinde olup stresli veya üzücü durumlarda destek sağlaması bağlanmanın en temel yapı taşları olarak belirtmiştir. Annenin göstermiş olduğu bu olumlu davranış biçimleri bebeği dengede tutmaya ve duygusal olarak düzenlemeye olanak sağladığını savunmuştur (Porter, 2003).

İçsel model, insanların hayata geldiği ilk yılın sonlarına yaklaştığında oluşum göstermekte ve tamamlanması yaklaşık 4-5 sene içinde gerçekleşmektedir. Çocuğun bakım vereni tarafından karşılanması gerektiğine inanılan, temel ihtiyaçları olarak ele aldığımız beslenme ya da yine bakım veren tarafından kurulması beklenen şefkat, sevgi bağını kapsamakta olup çocuğun çevreyi güvenilir biçimde keşfetmesine olanak sağlamaktadır. Çünkü ihtiyaçları tutarlı bir şekilde gerçekleşen çocuk bakım vereni ile oluşturduğu bağın güvenilirliğinden emin olup bakım vereni güvenli üs olarak belirlemektedir. Çocukta gelişen bu güven odaklı ilişkinin sonuçlarına göre; kendisi ve diğerleri için zihninde bazı temsiller oluşacağı savunulmaktadır (Bowlby, 2012).

1.2.2. Ainsworth ve Bağlanma Kuramı

Çocukluk döneminde bakım verenle gerçekleştirilen bağlanma stillerini Ainsworth (1978) yaptığı çalışma ile ‘yabancı durum testi’ ileri sürmüştür. Çalışma 1-1.5 yaş aralığında olan çocukların bireysel farklılıkları göz önünde tutularak onlarla bağ oluşturulan anne ile ilişkileri temel alınarak yapılmıştır. Yapılan çalışmanın detaylarına bakıldığında, çalışma oyuncaklarla dolu bir odada gerçekleştirilmiş olup, çocukların sistemli bir şekilde anneden yoksun bırakıldığı durumlarda ve odada tanımadıkları bir kişinin varlığı karşısında nasıl tepkiler verdiklerini gözlemlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada anne odada bulunur ve çocuğun güvenli alan içerisinde oyuncaklarıyla baş başa bırakır. Daha sonra anne odadan ayrılır ve bir ayrılık gerçekleşir, bu sırada ortama çocuk için yabancı bir figür olan a kişisi katılır. Aynı zamanda ondan sonra gerçekleşen ayrılık süreçlerinde odaya çocuk için yabancı biri de girmez ve çocuk oyuncakları ile baş başa kalır. Bu esnada çocuğun deneyimlediği bu ayrılık durumlarında yaşadığı kaygı ile nasıl mücadele ettiği ve nasıl tepkiler geliştirdiği gözlemlenir. Yapılan bu çalışmanın sonuçları karşısında çocuk ile anne arasında oluşan bağlanma stilleri üç temel gruba ayrılır; güvenli, kaygılı-kararsız ve kaçınan (Ainsworth, Blehar, Water ve Wall, 1978; Sümer ve Güngör, 1999). Güvenli bağlanma örüntüsüne sahip olan çocuklar, normal olarak kendilerini huzursuz hissetseler de yeniden anneleri ile bir araya geldikleri zaman kolayca sakinleşirler ve tekrar uyum içinde davranışlar gösterirler. Kaygılı ve kararsız bağlanma örüntüsüne sahip çocuklar, annelerinden ayrıldıklarında yoğun bir şekilde kendilerini huzursuz ve kaygılı hissederler, bu çocuklar kendilerine yabancı olan kişi ile temas kurmaz ve iletişimi kabul etmezler. Anneleri ile bir araya geldikten sonra sakinleşmeleri zaman alır ve oyuncakları ile oynamaya geri dönmekte zorlanırlar. Son olarak, kaçınmacı bağlanan çocuk ayrılık döneminden sonra anne ile bir araya geldiklerinde onlardan uzaklaşırlar ve annenin varlığını kabul etmekte zorlanıp ortamı keşfetmeye devam etme eğilimi gösterirler (Ainsworth, 1978; Bowly, 2012; Erdman ve Ng, 2011; Sümer ve Güngör, 1999).

Tanımlanan üç tip bağlanma stilinin yanına dağınık ve yönü belirsiz olarak adlandırılan bağlanma stilini de eklemiştir (Main, 1996). Dağınık bağlanma; aynı kaygılı-kararsız ve kaçınan bağlanma gibi güvensiz bağlanma örüntülerinin altında yer almaktadır. Bu tanımlama Ainsworth ve arkadaşlarının geliştirdiği üç tip bağlanmaya uyum göstermeyen çocuklar için uygun görülmüştür. Bu çocuklar

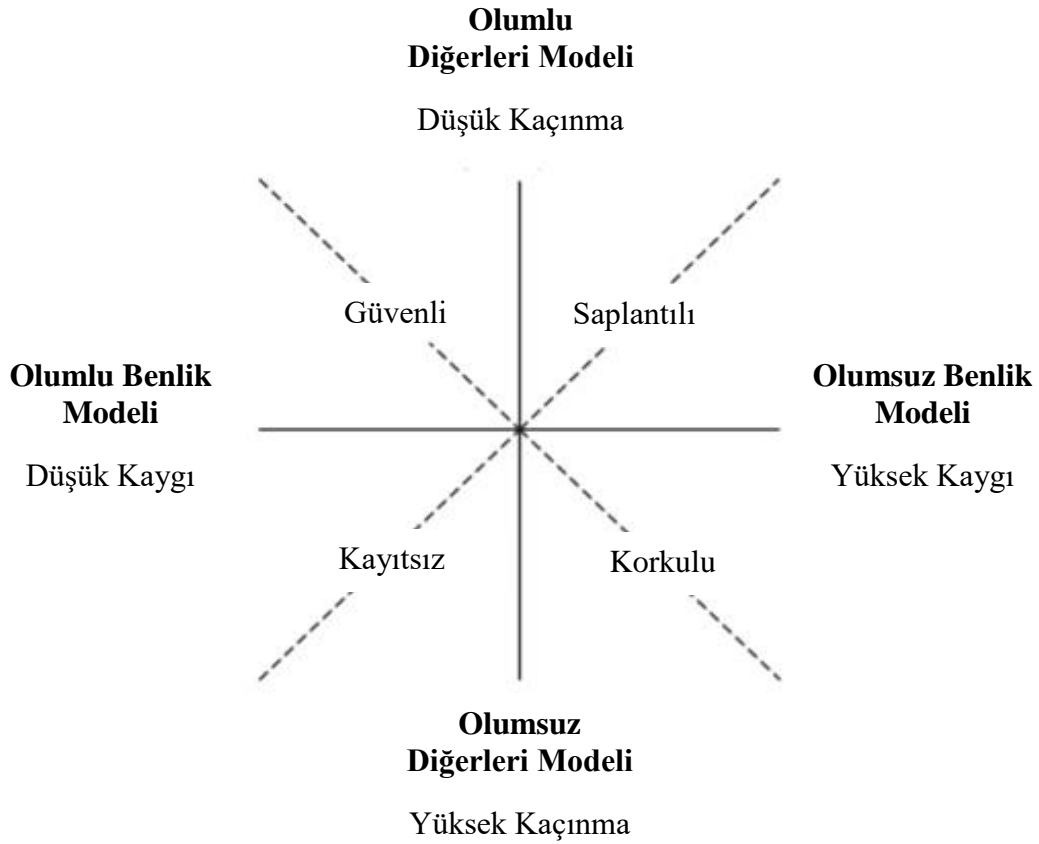
sergiledikleri davranışlarda tutarlı bir eğilime sahip değillerdir. Çocuğun ağlama eylemi ve bu eylemin sönmesi yaşanan durumla çelişkili bir biçimde gerçekleşir (Yıldırım-Kurtuluş, 2016). Bu yeni oluşan bağlanma stilinin ortaya çıkışı, birincil bakım verenin depresyon belirtileri göstermesi ve yine bakım veren tarafından bebeğe yöneltilen istismar edici davranışların etkisinde olduğu belirtilmiştir (Hazan ve Shaver, 1994).

1.2.3. Bartholomew ve Horowitz Bağlanma Kuramı

Uzun bir süre bağlanma konusu çocukluk ve bebeklik yılları içinde incelenmeye devam ettikten sonra Bowlby'nin ve etkisi bağlanma kuramı üzerinde büyük olan Ainsworth'ün çalışmalarından yola çıkarak bireylerin yetişkinlik dönemlerine de yoğunlaşmıştır (Hazan ve Shaver, 1994).

Bartholomew ve Horowitz, Bowlby'nin (1973) içsel çalışma modelini temsil olarak oluşturduğu dört kategorili yetişkinlik dönemi için çalışma modelini sistematik hale getirmiştir (Bartholomew ve Horowitz, 1991). Bu dört kategorili model iki boyutta tanımlanmıştır; birincisi kişinin benlik modelinin olumlama, ikincisi bir kişinin başkaları veya diğeri modelinin olumlama. Kişinin kendi öz değeri ile ilişkili duyguları ne kadar özümlediği kendilik (benlik) modelini; başkalarının genel olarak ne derece destekleyici ve ulaşılabilir olduğunun beklentisi diğeri modelin olumlama göstermektedir. Bu sebeple öz model, ilişki içerisinde başkaları tarafından gerçekleşen onay arayışı ve kaygı ile ilişki içerisindedir. Diğeri model ise, kişinin geliştirdiği ilişkilerde yakınlığa ihtiyaç duyması veya bunlardan kaçınma yönelimi ile ilişkili olmasıdır (Bartholomew ve Shaver, 1998).

Şekil 2.1’de Bartholomew ve Horowitz (1991) tanımı olan Dörtlü Bağlanma Model’i gösterilmiştir.



Şekil 2.1 Dörtlü Bağlanma Modeli

(Bartholomew ve Shaver, 1998)

Güvenli yetişkin bağlanma; olumlu kendilik modeli ve diğerinin olumlu modelinin kombinasyonu ile meydana gelmektedir. Güvenli modele sahip olan bireyler özümsemiş kendine yönelik değer duygusunu barındıran ve ilişkilerinde yakınlık konusunda zorlanmayan kişilerdir (Bartholomew ve Shaver, 1998).

Saplantılı yetişkin bağlanma; olumsuz kendilik modeli ve diğerinin olumlu modelinin kombinasyonu ile meydana gelmektedir. Saplantılı modele sahip olan kaygılı bireyler kuşku içerisinde başkalarından tasdik almak isterler ve bu sayede kendilerini kabul ettireceklerini düşünürler (Bartholomew ve Shaver, 1998).

Kayıtsız yetişkin bağlanma, olumlu kendilik modeli ve diğerinin olumsuz modelinin kombinasyonu ile meydana gelmektedir. Kayıtsız modele sahip olan bireyler yakın ilişkilerden uzak durarak kendilerine ait değer ve saygı duygularını devam ettirmeye çalışırlar (Bartholomew ve Shaver, 1998). Aynı zamanda kendine

ait zamanlarını daha çok işlerine ve sevdiği aktivitelere verirler (Bartholomew, 1990).

Korkulu yetişkin bağlanma ise, olumsuz kendilik modeli ve diğerinin olumsuz modelinin kombinasyonu ile meydana gelmektedir. Korkulu modele sahip bireyler başkaları tarafından kabul görmeye bağımlılık derecesinde ihtiyaç duyarlar ve başkalarının kaybını yaşamamak ve onunla mücadele ederken yaşayacağı negatif duyguları önlemek için sık sık samimi ilişkilerden kaçınırlar (Bartholomew ve Shaver, 1998).

2.2.4. Ergenlik ve Yetişkinlikte Bağlanma Kuramı

Bağlanma bakış açısına göre, ergenlik dönemi geçiş evresi olarak tanımlanmaktadır. Bu dönemde ergen bireylerin alışılmadık ve yeni durumlarla karşılaştıklarında bunların üstesinden gelme konusunda aktif bir rol oynadıkları ve bağlanma figürünün temsilcisi olan bakım verene daha az bağımlı olma çabasına girmekte oldukları savunulmaktadır (Allen ve Land, 1999). Aynı zamanda bu durumun ergenlik döneminin bir özelliği olduğu da bilinmektedir. Raja, McGee ve Stanton (1991)'a göre ergenlik zamanında meydana gelen bağlanma süreci üç farklı şekilde açıklanmaktadır. Birinci olarak, bağlanma ebeveynlerden akranlara doğru yönelmekte ve değişim göstermektedir. Çünkü çocuklar bu dönemde bağımsızlıklarını kazanıp kendilerini gösterme çabasında olmak istemektedir. Ebeveyn ve akranlarına karşı geliştirilen bağlanma ilişkileri alışılmışın dışında ters bir yapıya sahiptir. İkinci olarak, ergenler için iki tane birbirlerinden farklı dünyanın var olduğu bilinmektedir. Bunlar aile ve akranları şeklinde ayrılmaktadır. Ebeveyne karşı gerçekleşen bağlanma ilişkisi ile akranlarına karşı gelişen bağlanma ilişkisi birbirlerinden bağımsız olarak varlığını sürdürmektedir. Son açıklamaya göre ise, ebeveyne ve akranlarına karşı bağlanma özelliklerinin birbirleriyle pozitif şekilde ilişkili olduğu belirtilmektedir (Raja vd., 1991).

Bireyler yetişkinlik dönemlerinde de çocuklukta gerçekleşen bağlanma süreçlerinin etkilerini yaşayabilmektedir. Çocuklukta kazanılan bağlanma temellerinin bireylerde nasıl şekil değiştirdiği ya da bireylerin ilişkilerini nasıl etkilediğini yapılan çalışmalarla gösterilmektedir. Yetişkinlik ve bağlanma süreçlerine odaklanan çalışmalara göre; güvenli olarak bağlanan kişilerin çocuklukta edindiği hatıraları daha iyi hatırladıkları ve bu hatırladığı anlarının genelini olumlu

olduğu belirtilmiştir. Kaçınan bağlanma geliştiren kişilerin yaşadıkları bağlanma örüntülerinin değerini küçültme durumunda oldukları ve güvenli bağlanma gerçekleştiren kişilerin aksine bu kişilerin kendileri için önemli olan bu bağlanma deneyimlerini anımsamakta zorlandıkları belirtilmiştir. Saplantılı bağlanma geliştiren bireylerin ise, ebeveynlerini pozitif ve destekleyen kişiler olarak tanımladıkları; fakat yaşadığı geçemiş dönem hatıralarını tutarlı şekilde bir araya getirmekte zorluk çektikleri belirtilmiştir (Main, Kaplan ve Cassidy, 1985).

Hazan ve Shaver (1987) bebeklikte oluşan bağlanma stillerinin, yetişkinlikteki romantik ilişkiler bağlanma örüntüsüyle ilgili olduğunu öne sürmüştür. Yetişkinlikteki bağlanma biçimlerini, daha önceden Ainsworth (1989) tarafından çalışmaları yapılan üç tip bağlanma biçimine göre tanımlamış ve sınıflandırmıştır. Yazarlar, güvenli bağlanan yetişkinlerin yakınlık kurmakta, birine güvenmekte, romantik ilişki kurmakta ve partnerlerinin hatalarını kabul etmekte zorlanmayacaklarını belirtmiştir. Kaçınan bağlanma geliştiren yetişkinlerin ise sıklıkla ilişkilerinde şüpheli bir tutum sergilediğini, diğer insanlarla yakınlışmaktan korktuğunu ve bu kişilerin sosyal açıdan yetersiz olabileceklerini ifade etmiştir. Son olarak, kaygılı/kararsız bağlanma geliştiren yetişkinlerin; yakınlışk ilişkilerinden kuşku duyan, ilişki içerisinde kıskanç ve takıntılı kişiler oldukları savunulmuştur. Kişinin sahip olduğu bu özellikler karşılıklı ikili ilişkilerde baskı unsuru olarak görüldüğü için karşı tarafın içinde bulunduğu durumdan uzaklaşması ile ilişkili olacağı belirtilmiştir (Hazan ve Shaver, 1987). Yapılan bazı boylamsal çalışmaların sonuçları, genç yetişkinlerin %72'sinin bebeklik döneminden 20 sene sonra aynı bağlanma örüntülerine sahip olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların %28'i farklı bir sonuca ulaşmış olup çocuklukta yaşanılan olumsuz yaşam olaylarının, ileride sahip olunacak bağlanma örüntülerini değiştirmede göz ardı edilmeyecek kadar büyük etkisi olduğunu saptamıştır (Water, Merrick, Treboux, Crowell ve Albersheim, 2000).

Özetle, bağlanma ilişkileri çocuklukta anne-babaya yoğunlaşırken ergenlikte akranlarına ve arkadaşlarına, yetişkinlikte ise kişinin yakınlışk ilişkilerinde bulunduğu kişiye yoğunlaşmaktadır. Fakat tüm bu bağlanma örüntülerinde erken çocukluk dönemlerinde oluşan ilişkilerin etkisi devam etmektedir (Morsünbül ve Çok, 2011).

2.2.5. Bağlanma ve Sosyal Medya Kullanımı

Bağlanma stillerinin ilişkiler üzerinde etkisi bilinmektedir (Berlin ve Cassidy, 1999). Çocukluk dönemlerinde ebeveynlerle ilk bağlanma örüntüleri gerçekleşirken yaşamın ilerleyen zamanlarında bireyler, aileleri dışında da diğer insanlarla kalıcı bağlanma örüntüleri kurabilmektedir. Ergenlik döneminde sıklıkla karşımıza çıkan aileden olmayan akranlarla gerçekleşen bağlanma ilişkilerine odaklanan birçok çalışma literatürde de bulunmaktadır (Gorrese ve Ruggieri, 2012). Bu etkinin sosyal medya üzerinden kurulan arkadaşlıklar üzerindeki yansımaları da son yıllarda incelenmeye başlamıştır.

Oldmeadow ve ark., (2012) bağlanma stilleri ve Facebook kullanım özellikleri ile ilgili yaptıkları çalışmada kaygılı bağlanma stillerine sahip olan yetişkinlerin Facebook'u daha sık kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca bu çalışmada, kaygılı bağlanma stiline sahip kişilerin olumsuz duygular hissettiklerinde Facebook kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ve aynı zamanda bu kişilerin diğerlerinin onları Facebook'ta nasıl algıladıklarına dair daha fazla endişe duydukları saptanmıştır. Diğer bir taraftan, aynı çalışmanın sonuçları yüksek oranda kaçınmacı bağlanma stillerine sahip olan yetişkinlerin daha az Facebook kullanım sıklığına sahip olduğuna işaret etmektedir. Kişilerin bu davranışları sergilemelerindeki en temel amaçları, kendileri hakkında diğerlerinin algılarını değiştirmek ve sevilmeye değer bir kişi olduğunu diğerlerine ispat etmektir (Angangsari, Gumilar ve Godwin, 2013). Özetle, bu araştırma sonuçları Facebook'u deneyimleme ve kullanma biçimlerinin bağlanma stilleri ile doğrudan bir ilişkisi olabileceğini öne sürmektedir.

Bağlanma teorisi ve Facebook etkileşimine yönelik yapılan bir başka çalışmanın bulguları (Hart, Nailling, Bizer ve Collins, 2015), kaygılı bağlama stiline sahip kişilerin Facebook platformunda daha fazla zaman geçirdiğini, daha sık ve daha geniş bir konu yelpazesinde paylaşım yaptığını ve daha fazla etiketleme ve başkalarının profillerine yorum yapma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Kaygılı bağlanması daha yüksek olan insanların kendilerinin aktif olarak Facebook ortamında yer almaları gerektiğini düşünmeleri nedeniyle endişeye kapıldıkları öne sürülmektedir. Ayrıca, çalışmada yine kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin başkalarından gelen geri bildirimlere karşı duyarlı olmaya daha yatkın oldukları da gösterilmiştir. Diğer taraftan, kaçınma bağlanma stiline sahip olan bireylerin daha az sosyal medya kullanımı gösterdikleri de araştırmanın bir diğer bulgusudur.

Facebook sosyal medya hesabı üzerinde bağlanma stilleri ve ilişkiler üzerine yapılan bir başka çalışmaya ise, (Emery, Muise ve Dix, 2014); kaçınma boyutuna sahip bireylerin ilişkilerini başkalarına karşı göstermek için düşük istek içinde oldukları bulunmuştur. Buna karşın, endişeli bireylerin yüksek oranda ilişkilerini diğerlerine göstermek için çabaladıkları belirtilmiştir.

Gillath, Karantzas ve Selçuk (2017) çalışmasında, bağlanma stilleri ve genç yetişkinlerde ağ özellikleri arasındaki ilişkiye vurgu yapılmış ve özellikle çevrimiçi arkadaşlar ve diğer yüz yüze arkadaşlıklar arasında iki örneklem oluşturmuştur. Her iki araştırma sonuçları da birbirini destekleyip kaygılı ve kaçınmacı bağlanma, bağ gücü (her bir ağ üyesine karşı kendisini ne kadar yakın hissettiği ve diğerlerinin kendisi hakkında ne kadar yakın hissettiğine yönelik düşünceler) ile negatif anlamlı ilişki içerisinde bulunmuştur. Ek olarak Facebook üzerinde yapılan çalışmanın sonucuna göre kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve geniş arkadaş sayısına sahip olan bireyler ile sosyal medyaya ait olan ağlar üzerinde gerçekleşen bağ gücünün daha düşük olduğu belirtilmiştir.

Fiori ve ark., (2011) yaptığı çalışmasında bağlanma stilleri ve yüz yüze kurulan ilişkilere değinmiştir. Bu çalışmanın bulguları güvenli bağlanan kişilerin daha geniş akraba olan ve olmayan ağlarla ilişkisini belirtirken kayıtsız (güvensiz) bağlanan kişilerin daha küçük akraba olmayan ağlarla ilişkisini saptanmıştır. Anders ve Tucker (2000) 18-23 yaş arasında bulunan grupla yaptığı yüz yüze kurulan ilişkileri baz alan çalışmasında da yine güvensiz (kaygılı-kaçınan) bağlananların daha küçük sosyal ağlarla ilişkili olduğunu ve sosyal etkileşimlerde girişkenlik konusunda eksiklik hissettikleri belirtilmiştir. Yüz yüze kurulan arkadaşlıklar ile bağlanma üzerinde yapılan çalışmaların yanında çevrimiçi arkadaşları da konu alan araştırmalar mevcuttur. Chang (2019) Facebook kullanımını çerçevesinde yaptığı çalışmasında yüksek bağlanma kaygısı ile çevrimiçi toplam arkadaş sayısının olumlu bir ilişkisinden bahsederken kaçınan bağlanmanın çevrimiçi toplam arkadaş sayısı ile olumsuz ilişkisini saptamıştır.

Sonuç olarak, kaygılı bağlanma stiline sahip kişilerin kaçınan bağlanma stiline sahip kişilere kıyasla daha fazla ve daha uzun sürelerle sosyal medyayı kullandıkları, sosyal medyada daha fazla etkileşime girdikleri görülmektedir. Önceki çalışmalardan elde edilen kaygılı bağlanma ile eşleşen kişiler negatif duyguları deneyimlediklerinde ve kendilerini güvensiz hissettiklerinde daha çok sosyal medyayı kullandıkları bilgisi de göz önüne alındığında, kaygılı bağlanma stiline sahip kişilerin

sosyal medya platformunu kendi içinde bulunduğu ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek için yoğun olarak kullandıkları öne sürülebilir (Angangsari vd., 2013; Rom ve Alfasi, 2014). Buna karşın, Kaçınan bağlanma gösteren kişilerin sosyal medyayı daha az kullanmaları içinde bulunduğu ilişkileri başkalarına gösterme eğilimlerinin düşük olması (Emery ve ark., 2014), kendini açığa vurma seviyeleri ve girişkenlik düzeylerinin eksik olması ile açıklanabilir (Anders ve Tucker, 2000).

2.3. Aleksitimi

Aleksitimi teriminin keşfedilmesi çeyrek yüzyıl önceye kadar uzanmaktadır. Yapılan araştırmalara göre psikosomatik bozukluğa sahip olan hastalarda ortaya çıkan davranış modelini anlatmak için 'aleksitimik' terimi ortaya çıkmıştır ve bu terimin gerçek anlamı aslında bireyin içinde bulunduğu ruh halini anlatabileceği kelimeleri bulamamasıdır (Sifneos, 1972). Alexisthymos kelimesi Yunan dilinde; a=eksiklik, lexis=söz ve thymos=duygu anlamını taşımaktadır (Sifneos, 1996). Aleksitimi kavramı; duyguları farkında olamama, başkalarına karşı ifade etmede yaşanan zorluk ve işlemsel olarak düşünme becerileri, kişinin fantezi dünyası ile kendini belli eden bilişsel yapı gibi eksikleri temsil etmektedir (Bagby, Taylor, Parker ve Dickens, 2006).

Aleksitimik kişiler, duygusal durumlarını tanımlamada zorluk yaşayan, ayırt etmekte güçlük çeken bireyler olup aynı zamanda bu bireylerin bilişsel ve duygusal olarak kendine ait iç yaşamları hiç denecek kadar azdır. Aleksitimi terimi ilk başlarda psikosomatik sorunlar yaşayan bireylere ait özellikler olarak yer alsa da daha sonra farklı psikiyatrik problemlerle de ilişkilendirilir (Taylor, Bagby ve Parker, 1997).

Aleksitimi kavramı araştırmacılar tarafından iki biçimde ele alınır. Birincil aleksitimi kişilik özelliği kapsamında ortaya çıkar. İkincil aleksitimi ise psikolojik sorunlarla birlikte stres seviyesi yüksek durumlara ait bir cevap olarak ortaya çıkmaktadır (Grabe, Rainermann, Spitzer, Gansicke ve Freyberger, 2000). Ayrıca aleksitiminin erkeklerde kadınlardan daha az görüldüğünü (Mason, Oliver, Tyson, Jones ve Potts, 2005) ve aynı zamanda yapılan diğer çalışmada cinsiyetler arasında fark bulunmadığını (Gabriel, Untas, Lavner, Koleck ve Luminet, 2016) söylemek mümkündür.

2.3.1. Aleksitiminin Kuramsal Temelleri

Psikanalitik bakış açısının temelinde, duygusal travmaların veya sağlıklı savunma mekanizmalarının temelinde duyguların bastırılması ve ifade edilmemesi yatmaktadır. Eski araştırmalara bakıldığında bu düşünce aleksitimi kavramı için de geçerlidir; ancak yapılan çalışmalarla bu sonucun daha çok desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir (Helmes, McNeill, Holden ve Jackson, 2008; Tyche, Garnier, Lighezzolo-Alnot, Claudon ve Rebourg-Roesler, 2010). Nesne ilişkiler kuramına göre, aleksitimi kavramı ayrılma ve birleşme sırasında yaşanan eksikliklere bağlı olarak kişinin kimlik duygusunun yeteri kadar gelişmemesinin sonucunda çıktığı düşünülmektedir (Von Rad, 1984). Erken çocukluk döneminde yaşanan travmaların bireyin sahip olduğu aleksitimik özelliklerle ilişkili olduğu da iddia edilmektedir (Krystal, 1979). Psikanalitik kuramcılar, kişinin yaşadığı çatışmaların ifade edilemediğinde, somatik yollarla dışarı yansıdıklarını varsaymışlardır (Lesser, 1981).

Bilişsel yaklaşımdan yola çıkıldığında aleksitimi kavramının işlevselliğini yitirmiş bilişsel süreçler ile bağlantılı olduğunu görmekteyiz (Zackheim, 2007). Lazarus'a (1982) göre, bilişsel değerlendirmelerin duyguların oluşmasında etki sahibi olduğu söylenebilir ve bilinçli şekilde gerçekleşen bilişsel bir değerlendirme sonucunda duygular sözlü olarak ifade edilebilir (Lazarus, 1982). Nörofizyolojik bakış açısına göre ise, aleksitimi kavramı, beynin sol yarım küresi ile sağ yarım küresi arasında yaşanan bazı kopukluklar sonucu meydana gelen bir durum olarak görülmüştür (Larsen, Brand, Bermond ve Hijman, 2003). Limbik sistemden hareket eden duysal uyarıların neokortekse gitmesinin engellenmesi sonucu ile ortaya çıkan bir hata olarak tanımlanmaktadır (Hoppe ve Bogen, 1977). Yapılan çalışmalar aleksitimik bireylerin daha çok beynin sol yarım küresinin işlevli hale geldiğini ve uzmanlaşmanın bu bölümde yapıldığını göstermektedir. Bunun sonucu olarak bu kişilerin beyinlerinin sağ beyin fonksiyonlarının daha az geliştiğini öne sürülmektedir. Bununla beraber, bu kişilerin hayal gücü yeteneklerinin sınırlı olduğu, katı düşünme becerisine sahip oldukları ve bu kişilerde somatik yakınmalar gibi durumların meydana geldiği belirtilmiştir (Burgess ve Simpson, 1988; Taylor, 1984).

Son olarak, sosyokültürel bakış açısına göre, aleksitimi kavramının ilk ortaya çıkışı batı toplumlarında olmuştur. Bu toplumlarda duyguları ifade etmenin bir olgunluk göstergesi olduğunu söylemek mümkündür (Lesser, 1981). Doğu toplumlarında yaşayan insanların bazı duyguları bastırıldığından dolayı bu

duyguların ifade edilmesinin güç olduğu bilinmekte ve bunun sonucunda bireylerin hissettiği duyguları bedenselleştirerek ortaya çıkardığı belirtilmektedir (Lesser, 1985). Bu kavram farklı etnik gruplarına sahip olan kişilerin çalışmalarında yer almıştır (Thorberg, Young, Sullivan ve Lyvers, 2009).

2.3.2. Aleksitimi ve Sosyal Medya Kullanımı

Kişinin kendi duygularını ve diğer kişilerin hissettiği duyguları açığa çıkarma becerisindeki eksiklik olarak tanımlanan aleksitiminin (Güleç vd., 2009), sosyal ilişkiler üzerinde olumsuz etkisi bilinmektedir (Kauhanen, Kaplan, Julkunen, Wilson ve Salonen, 1993). Kişiler arasında var olan ilişkilerde genellikle sorunların ortaya çıkışı duyguların ifade edilememesinden kaynaklandığı saptanmıştır. Kişinin karşıdaki insana duygularını yansıtmadığı durumlarda beden istenmeyen somatik belirtiler göstermekte olup kişide aleksitimik yakınmaların varlığı da görülmektedir (Cooper, Holmstrom, 1984).

Aleksitimik özellikler gösteren kişilerin gerçek hayattaki sosyal alanlarında ve ilişkilerinde zorluklar yaşadıklarından dolayı insanlarla yüz yüze etkileşim gerektirmeyecek internet faaliyetlerinde ve sosyal medyada daha fazla vakit geçirecekleri ve dolayısıyla bu kişilerin sosyal medya üzerinden daha çok kişi ile arkadaşlık kuracakları öne sürülebilir. Nitekim, aleksitimi ve artmış problemlerle internet kullanımının birbiri ile ilişkili olduğu gösterilmiş (Yates, Gregor ve Haviland, 2012; Edward, Lvyers, Karantonis ve Thorberg, 2016). Yani, aleksitimik kişiler problem yaratabilecek ölçüde internette daha çok vakit geçirmektedir. Sadece bir çalışmada sosyal medya bağımlılığına değil internet kullanım vaktine ve orada yapılan etkinliklere odaklanılmıştır. Kalaman, Orhan ve Kocabey (2019) aleksitimi skoru ile internet kullanım saatinin doğru orantılı olarak arttığını ve internette araştırma yapmak, gezinmek, bilgi edinmek için kullananların aleksitimi skorlarının sosyal paylaşım platformlarına girmek için kullananlara göre daha az olduğunu saptamıştır.

Aleksitiminin problematik internet kullanımı ile olduğu kadar sosyal medya bağımlılığı ile de bağlantısı mevcuttur. Ezer (2019) yaptığı çalışmada; aleksitimi ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğu göstermiştir. Bu sonucu destekleyen bir diğer çalışma da sosyal medya kullanım bozukluğu ve aleksitiminin ilişkili olduğunu bulmuştur (Youssef vd., 2020). Sosyal medya

kullanımını problematik boyutta ele almadan aleksitimi ile sosyal medya arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma bulunmaktadır.

Mersin ve ark., (2019) 272 hemşirelik öğrencisinin katılımı ile sosyal medya kullanım özellikleri ve aleksitimi arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlı yaptığı çalışmada; hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya platformları arasında en çok Instagram'ı kullandıklarını saptamıştır. Aynı zamanda aleksitimi ile sosyal medya günlük kullanım süresi pozitif bir ilişki içindeyken sosyal medyada sahip olunan arkadaş sayısı ve sosyal medyanın kullanım uzunluğu arasında bir ilişki görülmemiştir. Yani katılımcıların günlük sosyal medyada geçirdiği süre ne kadar fazlaysa aleksitimi puanının da o derece fazla olduğunu belirtilmiştir.

2.4. Araştırmanın Önemi

Gelişen teknoloji ile birlikte sosyal ağlara ulaşan kişilerin de sayısı giderek artmaktadır. Günümüzde insanlar sosyal ilişkilerini sosyal ağlar üzerinden kurmakta ve ilişkilerini bu şekilde devam ettirmektedir (Emery ve ark., 2014). Ayrıca internetin, yüz yüze görüşmede zorluk yaşanılacağı düşünülen bireylerle iletişim kurmamızı sağlayan yeni yollar ortaya koyacağı belirtilmektedir (Dumbar, 2016). Nitekim aleksitimik kişilerin problemleri internet ve sosyal medya kullanımını gösteren çalışmalar mevcuttur (Ezer, 2019; Yates ve ark., 2012; Edward ve ark., 2016). Buna ek olarak, ilişkilerin nicelik ve niteliğini etkileyebilen bağlanma tiplerinin de sosyal medya kullanımı ile bağlantısı önceki çalışmalarca açığa çıkartılmıştır (Oldmeadow ve ark., 2012; Hart ve ark., 2015). Fakat, önceki çalışmalarda bu iki değişken birlikte incelenmemiştir ayrıca aleksitimi çalışmalarının hepsi problematik kullanım gösteren kişilerle gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla, sosyal medya kullanımını belirleyen aleksitimi ve bağlanma stillerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmanın sonuçları bağımlılık ya da problematik kullanım ile ilgili müdahale çalışmaları için katkı sağlayan bir nitelikte olabilir.

Sosyal medya kullanımını inceleyen çalışmaların büyük bir çoğunluğu Facebook kullanımına odaklanmıştır. Fakat, günümüzde gençler Facebook'u artık daha az kullanmaktadır. Raporlar Facebook'un artık sıklıkla yaşlı kişiler tarafından kullanıldığını göstermektedir (Bayrak, 2020). Dolayısıyla, gençler arasında sıklıkla kullanılan ve farklı kullanım stilleri ve amaçları olan Instagram ve Twitter'ın birlikte incelenmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

2.5. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada, Türkiye’de yaşayan niversite ğrencilerinin sosyodemografik özelliklerinin, sosyal medya kullanım özelliklerinin, bağlanma stilleri ve aleksitimi puanlarının sosyal medya kullanımı ile ilişkisinin incelenmesi ve bu değişkenlerin yordayıcı gücünün değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca, sosyal medya ağ byklğu ile bağlanma stillerinin ve aleksitiminin ilişkisinin incelenmesi de hedeflenmektedir.

2.6. Hipotezler

H1: Kaygılı bağlanma stili, sosyal medya kullanımını pozitif yönde yordaması beklenmektedir.

H2: Kaçınmacı bağlanma stili, sosyal medya kullanımını negatif yönde yordaması beklenmektedir.

H3: Aleksitimi toplam puanı, sosyal medya kullanımını pozitif yönde yordaması beklenmektedir.

H4: Kaygılı bağlanma stili ve sosyal medya ağ byklğu arasında pozitif ilişki beklenmektedir.

H5: Aleksitimi toplam puanı ve sosyal medya ağ byklğu arasında pozitif ilişki beklenmektedir.

2.7. Araştırma Soruları

1. Cinsiyete göre sosyal medya kullanımı ve alt boyut puanları anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
2. Yaş ile sosyal medya kullanımı ve alt boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya kullanımı ve alt boyut puanları anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
4. Sosyal medya günlük kullanım süresine göre sosyal medya kullanımı ve alt boyut puanları anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
5. Sosyal medyadaki sahte hesaplara göre sosyal medya kullanımı ve alt boyut puanları anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

2.8. Sınırlılıklar

1. Araştırma, 18-26 yaş aralığında olan Türkiye’de yaşayan üniversite öğrencileri örneklemini ile sınırlıdır.
2. Bu araştırmada elde edilen veriler, ‘Sosyodemografik Bilgi Formu’, ‘Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği’, ‘Toronto Aleksitimi Ölçeği’, ‘Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri II ’testlerine verilen yanıtlarla sınırlıdır.
3. Verilerin analizi, kullanılan istatistiki yöntemlerle sınırlıdır.

2.9. Sayıtlar

Katılımcıların bu çalışma için hazırlanan tüm ölçek sorularına kendilerini doğru yansıtan ve içten cevaplar verdiği düşünülmektedir.

BÖLÜM 3

3. YÖNTEM

3.1. Örneklem

Bu çalışmada örneklem sayısı belirleme işleminde G*Power3 (Faul, Erdfelder, Lang ve Buchner, 2007) olası güç analizinden yararlanılarak regresyon analizi için ; 0.95 güvenirlik oranı, 0.05 örneklem hatası ve orta etki büyüklüğü ($d=0.05$) ile 402 kişi olarak belirlenmiştir. Fakat araştırma sorularını çözen 475 kişiye ulaşılmış bunların 11 tanesi (%2,3) psikiyatrik tanı dışlama kriterine uymadığı için çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu yüzden çalışma sonuçları 464 katılımcının sonuçlarına göre gerçekleşmiştir.

Çalışmaya, dünya internet kullanımı veri 'We Are Social' raporlarına göre; en fazla kullanıcıya sahip sosyal medya uygulamalarından olan Facebook, Instagram ve Twitter gibi hesapların en az birine sahip olan ve sosyal medya kullanıcıları içinde önemli bir çoğunluğu temsil eden 18-26 yaş aralığındaki üniversite öğrencileri dahil edilmiştir (Bayrak, 2020). Araştırmanın örnekleminde, bağlanma ve aleksitimi skorları üzerinde cinsiyetin olası etkisini (Kaya ve Kalkan, 2019) ortadan kaldırmak için, kadın katılımcılar 257 (%55,4) ve erkek katılımcılar 207 (%44,6) kişi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada cinsiyet için birbirine yakın oranda sayılar ele alınmıştır.

FMV Işık Üniversitesi 07.05.2020 tarihli Etik Kurul onay raporu alınan çalışmada yer alan onam formunu çalışmaya katılan her bir kişinin doldurması istenmiştir.

Bu çalışmanın dışlama kriterleri; katılımcıların belirtilen sosyal medya hesaplarından herhangi birine sahip olmayıp, başka platformlarda hesaplarının

olması ve kişilerin sahip olduğu sosyal medya hesaplarını bir seneden az kullanması olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak, bir araştırmaya göre sosyal medyada harcanan zamanın artması sahip olunan psikolojik bozukluklarla ilişkilidir (Bilgin, 2018). Bu sebeple psikiyatrik muayene sonucu bir tanı almış olan kişiler çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu kriterin kontrolü için, sosyo-demografik formda yer alan geçmiş psikolojik rahatsızlıklar sorusuna verilen cevap baz alınmıştır.

3.2. Kullanılan Araç ve Gereçleri

Araştırmada kullanılan verileri toplamak için yapılan ankette sırasıyla ‘Sosyodemografik Bilgi Formu’, ‘ Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMUIS)’, ‘ Toronto Aleksitimi Ölçeği (TAÖ-20)’ ve ‘ Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II Ölçeği (YİYE-II)’ uygulanmıştır.

3.2.1. Sosyodemografik Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bu formda 18-26 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, okuduğu bölüm, sınıf düzeyi) ilişkin sorulara yer verilmiştir. Bu soruların devamında araştırma için gerekli ek maddeler oluşturulmuştur. Bunlar; dışlama kriteri olarak sunulan kişilik bozukluğu tanısının olup olmaması, sosyal medya hesaplarının (Facebook, Instagram, Twitter) varlığı ve katılımcının var olan hesapları için hazırlanmış belli başlı sorular bulunmaktadır. Formda, araştırmanın ikinci hipotezini incelemek için sosyal medya platformlarındaki arkadaş ve takipçi sayılarına ilişkin sorular yer almaktadır. Ayrıca, formda katılımcıların sahip olduğu sosyal medya hesaplarının kullanım süreleri, gün içinde ne kadar zaman geçirdikleri, kendi kimliğini temsil etmeyen hesaplarının varlığı (sahte hesap) ile ilgili sorular yer almaktadır. Toplam soru sayısı 25’dir. Bu soruları katılımcılar yanıtlarken kullandıkları sosyal medya hesaplarında sahip oldukları arkadaş ve takipçi sayılarını belirtmek için tam sayı vermeleri istenmiştir. Ek olarak katılımcılar sosyal medya kullanıp kullanmadıklarını ve kendi kimliğini temsil etmeyen hesapların varlığını belirtmek için bu soruyu ‘var, yok’ şeklinde yanıtlamışlardır. Ayrıca sahip olduğu sosyal medya hesaplarının kullanım sürelerini ve gün içinde ne kadar zaman geçirdiklerini belirlerken belli aralıklarla verilen şıklardan kendilerine uygun olanı seçmeleri istenmiştir. Sosyal medya ile ilgili olan sorular Facebook, Instagram ve

Twitter hesapları için tekrarlanmıştır. Katılımcıların sadece aktif olarak kullandıkları sosyal medya hesaplarının altında bulunan soruları yanıtlamaları beklenmektedir. Aktif olarak katılımcıların sosyal medyayı kullanıp kullanmadıklarını ölçmek için ayrıca bir soru eklenmiştir. Bu soruya da katılımcıların ‘evet, hayır’ şeklinde cevaplama istenmiştir. Ankette toplam puan bulunmamaktadır. Bu yüzden her soru kendi içinde değerlendirilip analize dahil edilmiştir. Sosyodemografik Bilgi Formu EK-B’de verilmiştir.

3.2.2. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS)

Bu ölçeğin, Jenkins-Guarnieri ve arkadaşları tarafından 2013 yılında sosyal medya kullanım düzeylerini belirlemek için orijinal formu geliştirilmiştir. Bu ölçek altılı likert tipi ile derecelendirilir (1) tamamen katılmıyorum, (6) tamamen katılıyorum. Ölçekte toplam 10 madde bulunmaktadır fakat 8. madde ters kodlanmaktadır. Bu ölçekten en az 10 puan alınırken en fazla 60 puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan puanların yüksekliğine göre sosyal medya kullanım düzeylerinin de arttığını söyleyebiliriz. Aynı zamanda bu ölçeğin iki alt boyutu bulunmaktadır: (1) sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı, (2) sosyal rutinlerle bütünleşme. Ölçekte bulunan ilk altı madde sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı boyutunu, son dört madde ise ikinci alt boyut olan sosyal rutinlerle bütünleşmeyi belirlemektedir.

Ölçeğin orijinal formunda Cronbach alfa değeri 0.91 olarak rapor edilmiştir. Alt ölçeklerinin iç tutarlık güvenilirlik katsayılarına bakıldığında, Cronbach alfa değeri sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı için 0.89, sosyal rutinlerle bütünleşme için 0.83 olarak katsayıları bulunmuştur (Jenkins ve ark., 2013). Ayrıca bu formda düzenli aralıklarla üç hafta boyunca test tekrar test yöntemi uygulanmıştır. Bu verilerden çıkan sonuçlara göre güvenilirlik katsayısı ölçeğin tamamı için 0.80, alt ölçekler için sırasıyla 0.80 ve 0.68 olarak elde edilmiştir (Jenkins ve ark., 2013). Ek olarak ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Akın ve ark. tarafından 2015 yılında 18-26 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerin katılımıyla yapılmıştır. Bu versiyonun Cronbach alfa değerleri ölçeğin tamamı için 0.87, duygusal bağlantı ve sosyal bütünleşme ilk alt ölçeği için 0.87 ve diğer alt ölçek olarak bilinen sosyal rutinlerle bütünleşme için 0.71 olarak hesaplanmıştır. Bu ölçeğin ve bu ölçekte

bulunan iki alt boyutun toplam puanı ele alınarak çalışmanın analizleri gerçekleştirilmiştir. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği EK-C'de verilmiştir.

Bu çalışma için ölçeğin tamamının ve ölçekte bulunan her alt boyutunun Cronbach Alfa değerleri; SMUIS 0.86, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı boyutu 0.88, ikinci alt ölçek olan sosyal rutinlerle bütünleşme 0.88 olarak yer almaktadır. Yapılan çalışmaya aynı zamanda iki alt ölçek puanları da dahil edilmiştir.

3.2.3. Toronto Aleksitimi Ölçeği (TAÖ-20)

Ölçeğin ilk formunu 1985 yılında Taylor, Ryan ve Bagby geliştirmiştir. Bu ölçek 26 maddeden oluşmakta ve 4 alt ölçeğe sahiptir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach alfa katsayısı ise 0.79 olarak belirlenmiştir.

Toronto Aleksitimi Ölçeğinin kısaltılmış form halini Bagby, Parker ve Taylor 1994 yılında geliştirmiştir. 20 sorudan oluşan anket, beşli Likert tipi derecelendirmesine sahiptir. Bu ölçek geliştirilirken aleksitimi skorunu ölçmeyi amaçlamıştır. Maddelere katılımcılar tarafından verilmesi beklenen cevap seçenekleri: hiçbir zaman (1), nadiren (2), bazen (3), sık sık (4), her zaman (5) şeklinde olacaktır. Ölçeğin 4, 5, 10, 18, 19 numaralı beş maddesi ters puanlanmaktadır. Ölçeğin üç alt boyutu bulunmaktadır. Duyguları tanımada güçlük (faktör 1), duyguları belirlemede güçlük (faktör 2), aşırı dışa dönük düşünme (faktör 3). Faktör 1'de 7 madde (1, 3, 6, 7, 9, 13, 14), faktör 2'de 5 madde (2, 4, 11, 12, 17) ve faktör 3'te 8 madde (5, 8, 10, 15, 16, 18, 19, 20) olarak yer almaktadır. Ölçekten 20-100 arasında puan alınabilmektedir. Ölçekten katılımcılar tarafından alınacak puan 51 ve daha azsa bunun aleksitimi yoksunluğu olarak ele alınması gerektiğini fakat 61 puan ve daha fazla ise bunun aleksitimi işaret ettiğini belirtmişlerdir (Bagby ve ark. 1994). Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Güleç ve arkadaşları tarafından 2009 senesinde yapılmıştır. Yapılan çalışmada bulunan iç tutarlık sayısı, alfa=0.78 olarak bulunmuştur. Faktör 1 için 0.80, Faktör 2 için 0.57 ve Faktör 3 için ise 0.63 olarak bulunmuştur. Toronto Aleksitimi Ölçeği EK-D'de verilmiştir.

Bu çalışma için TAÖ-20 ölçeğin tamamının ve her alt boyutunun Cronbach Alfa değerleri; TAÖ-20 0.84, duyguları tanımada güçlük 0.87, duyguları belirlemede güçlük 0.72, aşırı dışa dönük düşünme 0.50 olarak tespit edilmiştir. Bu ölçeğin toplam puanı alınarak çalışmanın analizi gerçekleştirilmiştir.

3.2.4. Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II (YİYE-II)

Ölçek ilk olarak 2000 yılında Fraley, Waller ve Brennan tarafından yetişkin bireylerde bağlanma boyutlarını ölçmek için geliştirilmiştir. Türkçe geçerlik çalışması ise Selçuk, Günaydın, Sümer ve Uysal tarafından 2005 yılında üniversite öğrencilerinin katılımı ile yapılmıştır. Envanterin kaçınmacı bağlanma ve kaygılı bağlanma olmak üzere iki alt boyutu vardır. Her bir alt boyut 18 madde ile ölçülmektedir. Ölçek toplamda 36 maddeden oluşmaktadır. 14 tane ters kodlanan madde vardır. Bu maddeler: 4, 8, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 24, 26, 30, 32, 34, 36 şeklindedir. Kaçınma boyutunun puanını hesaplamak için çift sayılı soruların ortalamaları, kaygı boyutunun puanı için ise tek sorulu sayıların ortalamaları alınmaktadır. Dolayısıyla alt boyutlarının ortalama puanları kullanılarak bu çalışmadaki analizler gerçekleştirilmiştir. Bu alt boyutlardan elde edilen puanlar en düşük 18, en yüksek 126 arasında değişmektedir. Maddeler 7'li likert tipi ile derecelendirilir (1= hiç katılmıyorum, 4= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 7= tamamen katılıyorum). Her iki alt boyuttan düşük puana sahip olan kişiler 'güvenli bağlanma'; yüksek puana sahip olan kişiler 'korkulu bağlanma' kapsamında değerlendirilir. Ek olarak yüksek kaygı puanı ile düşük kaçınma puanına sahip olan kişiler 'saplantılı bağlanma'; düşük kaygı puanı ile yüksek kaçınma puanına sahip olan kişiler ise 'kayıtsız bağlanma' kapsamında değerlendirilir.

Cronbach alfa katsayısı kaçınma boyutu için 0.90, kaygı boyutu için ise 0.86 olarak belirlenmiştir. Test tekrar test sonuçları ise kaygı alt boyutu için 0.82 ve kaçınma alt boyutu için 0.81 olarak bulunmuştur (Selçuk ve ark. 2005). Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri EK-E'de verilmiştir.

Bu çalışma için belirlenen Cronbach alfa katsayı puanları; kaçınma boyutu için 0.89, diğer alt ölçek olarak bilinen kaygı boyutu için ise bu rakam 0.90'dır.

3.3. İşlem

Bu çalışmada benimsenen nicel araştırma yöntemidir. Aynı zamanda araştırmanın hipotezlerini test etmek için kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik skorları bulunan şiddetli psikometrik özellikleri olan ölçme araçları kullanılmıştır. Bu nicel çalışmada, ilişkisel araştırma türünden yararlanılmıştır. Aynı zamanda kesitsel bir araştırma yürütülmüştür. Sadece ilişkilerin yorumlanması ve kestirilmesi

mümkündür. Bazı araştırma sorularının test edilmesinde (demografik bilgilerin değişkenler üzerinde dağılımına bakılması gibi) betimleyici araştırma türünden de yararlanıldığı söylenebilir. 18-26 yaş arasındaki üniversite öğrencilerinden toplanacak verilerin, uygun örneklem yöntemi ile online veri toplama aracı olarak da bilinen Google Form yoluyla elde edilmiştir. Katılımcılardan teste geçmeden önce onam formu doldurmaları istenmiştir. Ayrıca yeterli sayıda katılımcılara, psikoloji topluluklarının mail grupları yoluyla ve sosyal medya platformlarında paylaşılan çalışma ilanı ile ulaşılmıştır. Araştırma için kullanılan veriler şifre ile korunan bilgisayar yardımı ile saklanmış ve toplanan veriler sürecin sonunda imha edilmiştir.

3.4. Veri Analizi

Çalışmadaki analizler SPSS 23 programı yardımı ile yapılmıştır. Veriler betimleyici analiz yardımı ile değerlendirilmiştir. İlk olarak ölçeklerin demografik değişkenlerle farkların incelenmesinde bağımsız t-test ve ANOVA uygulanmıştır. Daha sonra temel hipotezlerden biri olan araştırmada bulunan değişkenlerin ilişkisini görmek amaçlı pearson korelasyon analiz testi uygulanmıştır. Diğer temel hipotez için ise Spearman korelasyon testi uygulanmıştır. Korelasyon katsayısının yorumu Ratner'e (2009) göre düşük ilişki ($r < 0.30$), orta ilişki ($0.30 \leq r < 0.70$), güçlü ilişki ($0.70 \leq r \leq 0.99$) olarak ele alınmıştır.

Buna ek olarak, ilişkili bulunan araştırma soruları için yordayıcı rolü belirlemek amaçlı çoklu doğrusal regresyon kullanılmıştır. Günlük kullanım süresi gibi değişkenler kategorik değişken olduğu için regresyon analizine bu değişkenlerin dahil edilmesi için dummy değişkenler oluşturulmuştur. Kukla değişken olarak bilinen Dummy, kategorik değişkenleri sadece '0-1' değerinde kodlayarak temsil etmektedir (Field, 2009).

Kullanılan ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri -1.5 ve 1.5 arasındadır. Bu yüzden analiz kısmında parametrik testler yardımı ile sonuçlara ulaşılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırmada kullanılan ölçeklerin Skewness ve Kurtosis verileri aşağıdaki Tablo 2.1'de sunulmuştur. Fakat ağ büyüklüğü değişkenlerinin çarpıklık ve basıklık değerleri -1.5 ve 1.5 arasında değildir. Ağ büyüklüğü değişkeninin Skewness ve Kurtosis verileri Tablo 2.2'de sunulmuştur.

Tablo 2.1 Kullanılan Ölçeklerin Basıklık Çarpıklık Durumu Veri Tablosu

(N=464)	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
SMUIS	.45	.11	-.26	.23
Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	.70	.11	-.19	.23
Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	-.22	.11	-.40	.23
TAÖ	.43	.11	-.33	.23
Duyguları Tanımda Güçlük	.64	.11	-.15	.23
Duyguları Belirlemede Güçlük	.42	.11	-.27	.23
Aşırı Dışa Dönük Düşünme	.16	.11	.11	.23
Kaçınmacı Bağlanma	.10	.11	-.81	.23
Kaygılı Bağlanma	.27	.11	-.57	.23

Tablo 2.2 Ağ Büyüklüğünü Temsil Eden Değişkenlerin Basıklık Çarpıklık Durumu Veri Tablosu

	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Facebook arkadaş sayısı	2.90	.26	14.32	.52
Instagram takipçi	5.95	.26	44.73	.52
Instagram takip edilen	1.78	.26	5.05	.52
Twitter takipçi	8.93	.26	80.51	.52
Twitter takip edilen	6.68	.26	52.46	.52

BÖLÜM 4

4. BULGULAR

Araştırmanın bulgular kısmında belirlenen hipotezler ve araştırma soruları doğrultusunda yapılan analiz sonuçlarının verileri yer alacaktır.

4.1. Demografik Bilgiler ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Bu çalışmaya 464 kişi alınmıştır. Katılımcıların 257'si (%55,4) kadın, 207'si (%44,6) erkektir. Katılımcıların yaşları 18 ile 26 arasında değişmektedir ve yaş ortalaması ise 22,72 ($SS = 2,36$) dir. Evli olan bireyler 12 (%2,6), bekar olan bireyler ise 452 (%97,4)'dir. Katılımcıların hepsi üniversite öğrencisi olmakla birlikte, katılımcılar mühendislik, sağlık bilimleri, tıp, diş hekimliği, hukuk, iktisadi, idari ve sosyal bilimler ve mimarlık bölümleri ile eğitim ve açiköğretim fakültesi öğrencileridir. Tablo 4.1'de demografik değişkenlere ilişkin değerler verilmiştir. Öğrenci örneklemeden oluşan katılımcıların bölümleri çeşitlilik gösterdiği için tanımlayıcı istatistiklere dahil edilememiştir.

Tablo 4.1 Katılımcıların Demografik Bilgilerin Dağılımları (N=464)

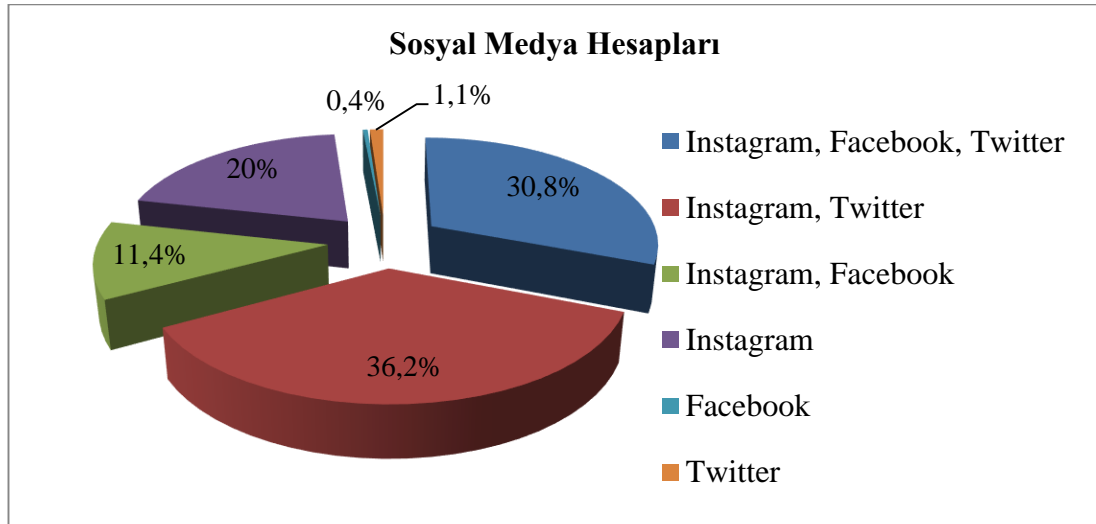
Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	257	55,4
	Erkek	207	44,6
Medeni Durum	Evli	12	2,6
	Bekar	452	97,4
Yaş	18-26	22,72*	2,36**

	Hazırlık	6	1,3
	1	49	10,6
	2	100	21,6
Sınıf	3	68	14,7
	4	104	22,4
	5	7	1,5
	6	3	0,6
	Yüksek Lisans	127	27,4

Not: * Ortalama, ** Standart Sapma Değeri

Katılımcıların tamamının en az bir tane sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Yalnızca tek sosyal medya hesabı bulunan 100 (%21,6) kişi, iki sosyal medya hesabı bulunan 221 (%47,6) kişi, üç sosyal medya hesabı bulunan 143 (%30,8) kişi mevcuttur. Tek sosyal medya kullanan 100 kişinin 93'ünün (%93) Instagram hesabı, 5'inin (%5) Twitter hesabı ve 2'sinin (%2) sadece Facebook hesabı vardır. İki sosyal medya hesabı bulunan 221 kişinin 168'inin (% 36,2) Instagram ve Twitter hesabı varken, 53'ünün (%11,4) Facebook ve Instagram hesabı vardır.

Genel olarak bakıldığında, çalışmada yer alan 464 kişinin 143'ünün (%30,8) Facebook, Instagram, Twitter hesaplarını aynı anda kullanırken, 168'inin (%36,2) Instagram ve Twitter'ı, 53'ünün (%11,4) ise Facebook ve Instagram'ı birlikte kullandığı saptanmıştır. Buna ek olarak, 93 kişinin (%20,0) sadece Instagram, 5 kişinin (%1,1) sadece Twitter ve 2 kişinin (%0,4) sadece Facebook kullandığı bulunmuştur. Şekil 4.1'de dağılım gösterilmiştir.



Şekil 4.1 Katılımcıların Kullandığı Sosyal Medya Hesapları

Katılımcıların neredeyse tamamının, 449'unun (%96,8) Instagram hesabını aktif olarak kullandığı bulunmuştur. Buna ek olarak, 99 katılımcı (%21,3) Facebook hesabını, 284 katılımcı (%61,2) ise Twitter hesabını aktif olarak kullandığını belirtmiştir. Bu üç sosyal medya platformunu aktif olarak kullanan katılımcıların

arkadaş sayısı, hesap süresi, günlük kullanım süresi gibi kullanım özelliklerine ilişkin değerler Tablo 4.2, Tablo 4.3 ve Tablo 4.4.'te verilmiştir.

Tablo 4.2 Aktif Facebook Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 99)

		N	%
Kullanım süresi	1-3 yıl	4	4,0
	4-6 yıl	9	9,1
	7-9 yıl	23	23,2
	10-12 yıl	58	58,6
	13-15 yıl	5	5,1
Kullanım süresi (günlük)	0-30 dakika	54	54,5
	30 dakika-1 saat	25	25,3
	1-2 saat	16	16,2
	2-3 saat	-	-
	3 saat ve üzeri	4	4,0
Arkadaş sayısı		584,49*	564,32**
Sahte hesap	Var	3	3,0
	Yok	97	97,0

Not: * Ortalama, ** Standart Sapma Değeri

Tablo 4.3 Aktif Instagram Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 449)

		N	%
Kullanım süresi	1-3 yıl	43	9,6
	4-6 yıl	246	54,9
	7-9 yıl	133	29,7
	10-12 yıl	17	3,8
	13-15 yıl	2	0,4
Kullanım süresi (günlük)	0-30 dakika	26	5,8
	30 dakika-1 saat	80	17,9
	1-2 saat	149	33,3
	2-3 saat	100	22,3
	3 saat ve üzeri	92	20,5
Arkadaş sayısı	Takipçi	607,03*	1498,49**
	Takip edilen	496,40*	279,95**
Sahte hesap	Var	90	20,1
	Yok	357	79,7

Not: * Ortalama, ** Standart Sapma Değeri

Tablo 4.4 Aktif Twitter Kullanıcılarının Kullanım Özellikleri (N = 284)

		N	%
Kullanım süresi	1-3 yıl	73	25,7
	4-6 yıl	67	23,6
	7-9 yıl	87	30,6
	10-12 yıl	39	13,7
	13-15 yıl	5	1,8
Kullanım süresi (günlük)	0-30 dakika	68	23,9
	30 dakika-1 saat	73	25,7
	1-2 saat	84	29,6
	2-3 saat	28	9,9
	3 saat ve üzeri	29	10,2
Arkadaş sayısı	Takipçi	513,11*	3297,66**
	Takip edilen	214,09*	307,47**
Sahte hesap	Var	33	11,6
	Yok	247	87,0

Not: * Ortalama, ** Standart Sapma Değeri

4.2. Tüm Ölçek ve Alt Ölçek Boyutlarından Elde Edilen Değerler (Minimum, Maksimum, Ortalama ve Standart Sapma)

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ve alt boyutları, aleksitimi ve alt boyutları, bağlanma stilleri (kaçınmacı ve kaygılı) ölçeklerinden elde ettikleri skorların ortalama değerleri, standart sapma değerleri ve minimum-maksimum değerleri Tablo 4.5’de gösterilmiştir.

Tablo 4.5 Değişkenlerin Betimsel Bulguları (N=464)

Değişken	Ort.	SS.	Min.	Max.
Sosyal Medya Kullanımı				
SMUIS – (Toplam puan)	31,85	9,34	11	60
SMUIS - Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	15,26	6,67	6	36
SMUIS - Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	16,59	3,83	4	24
Aleksitimi				
TAÖ – (Toplam puan)	48,10	11,56	24	82
Bağlanma Stilleri				
Kaçınmacı Bağlanma	2,95	0,99	1	5,61
Kaygılı Bağlanma	3,61	1,11	1,5	6,61

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanım Ölçeği, TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği

4.3. Aktif Facebook Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

4.3.1. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri

Facebook'u aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır (bkz: Tablo 4.6). Sonuçlar SMUIS toplam puan ve alt ölçek puanlarının cinsiyete göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$).

Tablo 4.6 Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri

		N	Ort.	SS	t	df	p
SMUIS- Toplam	Erkek	59	32.32	9.49	-1,14	97	.255
	Kadın	40	34.47	8.68			
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Erkek	59	15.27	6.81	-.90	97	.366
	Kadın	40	16.55	6.97			
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Erkek	59	17.05	3.95	-1,17	97	.244
	Kadın	40	17.92	3.11			

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Facebook'u aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının sosyal medya hesap sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların kullandığı sosyal medya hesap sayısı tek hesaba sahip olanlar, iki hesaba sahip olanlar ve üç hesaba sahip olanlar şeklinde gruplandırılmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanın ve alt ölçek puanlarının hesap sayısına göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$). Tablo 4.7'de ANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4.7 Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	37.89	2	.44	.64
	Gruplar İçi	85.49	96		
	Toplam		98		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	27.49	2	.57	.56
	Gruplar İçi	47.64	96		
	Toplam		98		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	18.69	2	1.41	.24
	Gruplar İçi	13.19	96		
	Toplam		98		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Aktif olarak Facebook kullanan katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımı, aleksitimi düzeyleri ve bağlanma stilleri arasında ilişkinin olup olmadığını analiz etmek için korelasyon testi uygulanmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puan ($r = -.07$; $p > .05$), sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ($r = -.08$; $p > .05$), sosyal rutinlerle bütünleşme ($r = -.02$; $p > .05$) alt ölçek puanları ile yaş arasında ilişki göstermemektedir.

Facebook'u aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının gün içinde Facebook'ta geçiren süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Facebook hesabını aktif olarak kullandıklarını belirten katılımcıların analizi için gün içinde geçirdiği süreler; ilk grup 0-30 dakika ikinci grup 30 dakika-1 saat ve üçüncü grup 1-2 saat, 2-3 saat, 3 saat ve üzeri olarak ele alınmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanının $F(2,96) = .23$; $p > .05$, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı $F(2,96) = .28$; $p > .05$, sosyal rutinlerle bütünleşme $F(2,96) = .12$; $p > .05$ alt ölçeklerinin gruplar arasında farklılaşmadığını göstermektedir. Analizin sonuçlarına Tablo 4.8'de yer verilmiştir.

Tablo 4.8 Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	20.01	2	.23	.793
	Gruplar İçi	85.86	96		
	Toplam		98		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	13.82	2	.28	.750
	Gruplar İçi	47.92	96		
	Toplam		98		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	1.62	2	.12	.887
	Gruplar İçi	13.54	96		
	Toplam		98		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

4.3.2. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi

Araştırmanın temel hipotezi olan sosyal medya kullanım ölçeği ve alt boyutlarının kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi tarafından yordanacağı sorusunu analiz etmek amacıyla bu bölümde öncelikle aralarındaki ilişkiye bakılmıştır.

Hipotezi test etmek için yapılan korelasyon analizinin sonuçları şunları vermektedir; SMUIS toplam puanı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanmıştır ($r = .25, p < .01$). Yani sosyal medya kullanımı arttıkça aleksitimi puanı da yükselmektedir. SMUIS alt boyutları ile aleksitimi arasında ilişkiye bakıldığında ise; Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanmıştır ($r = .27, p < .01$). Sosyal Rutinlerle Bütünleşme ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında ise ilişki saptanmamıştır ($r = .12, p > .05$).

SMUIS toplam puanı ile kaygılı bağlanma düzeyi arasında pozitif orta büyüklükte ilişki saptanmıştır ($r = .33, p < .001$). SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaygılı bağlanma puanı arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .35, p < .001$). Sosyal rutinlerle bütünleşme ile kaygılı bağlanma puanı arasında ise ilişki saptanmamıştır ($r = .19, p > .05$).

SMUIS toplam puanı ve kaçınmacı bağlanma puanı arasında hiçbir ilişki saptanmamıştır ($r = .14, p > .05$). Fakat, SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaçınmacı bağlanma puanı

arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanırken ($r = .25, p < .01$); sosyal rutinlerle bütünleşme ile kaçınmacı bağlanma puanı arasında ise hiçbir ilişki saptanmamıştır ($r = -.11, p > .05$). Tablo 4.9’da korelasyon değerleri gösterilmiştir.

Tablo 4.9 Aktif Facebook Kullanıcı için Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
SMUIS - Toplam	-	.93***	.75***	.25**	.14	.33***
SMUIS - Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı		-	.47***	.27**	.25**	.35***
SMUIS - Sosyal Rutinlerle Bütünleşme			-	.12	-.11	.19
TAÖ				-	.33***	.36***
Kaçınmacı Bağlanma					-	.37***
Kaygılı Bağlanma						-

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.3.3. Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerini Yordayan Faktörler

Bu aşamada, SMUIS toplam ve alt ölçek puanları ile korelasyon analizlerinden anlamlı bir ilişki saptanan değişkenler ile yordayıcı etkiyi belirlemek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Diğer sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği ile ilgili anlamlı değişkenler olmadığı için analize bu aşamada dahil edilmemiştir. Analizler ile ilgili değerler Tablo 4.10 ve 4.11’de verilmiştir.

Tablo 4.10 Aktif Facebook Kullanıcı için SMUIS Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri

	B	Standart Hata	β	t	p
(Sabit)	18.963	4.035	-	4.700	.000
TAÖ	.120	.079	.155	1.523	.131
Kaygılı Bağlanma	2.250	.810	.283	2.777	.007
R=.368	R2=.136				
F(2,6)=7.528	P<.001				

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği

Sonuçlar, 2 değişkenin varyansın %14'ünü açıkladığını göstermektedir. ($R^2=.14$, $F(2,96) = 7.53$, $p < .05$). Kaygılı bağlanmanın istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde SMUIS toplam puanını yordadığı bulunmuştur. ($\beta = .28$, $p < .05$).

Tablo 4.11 Aktif Facebook Kullanıcı için SIEC Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri

	B	Standart Hata	β	t	p
(Sabit)	3,645	3.084	-	1.182	.240
TAÖ	.086	.060	.148	1.429	.156
Kaygılı Bağlanma	1.521	.626	.256	2.431	.017
Kaçınmacı Bağlanma	.835	.762	.114	1.095	.276
R=.400	R2=.160				
F(3,95)=6.049	P<.001				

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği

Sonuçlar, 3 değişkenin varyansın %16'sını açıkladığını göstermektedir ($R^2=.16$, $F(3,95) = 6.049$, $p < .05$). Kaygılı bağlanmanın istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantıyı yordadığı bulunmuştur ($\beta = .26$, $p < .05$).

4.4. Aktif Instagram Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

4.4.1. Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri

Instagram'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının analiz etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır (bkz: Tablo 4.12). Sonuçlar SMUIS toplam puan ve alt ölçek puanlarının cinsiyete göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$).

Tablo 4.12 Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri

		N	Ort.	SS	t	df	p
SMUIS- Toplam	Erkek	196	31.24	9.46	-1.63	446	.102
	Kadın	252	32.68	9.03			
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Erkek	196	14.85	6.70	-1.39	446	.164
	Kadın	252	15.73	6.59			
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Erkek	196	16.38	3.96	-1.55	446	.121
	Kadın	252	16.94	3.59			

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Instagram'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının sosyal medya hesap sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların kullandığı sosyal medya hesap sayısı tek hesaba sahip olanlar, iki hesaba sahip olanlar ve üç hesaba sahip olanlar şeklinde gruplandırılmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanının ve alt ölçek puanlarının hesap sayısına göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$). Tablo 4.13'te ANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4.13 Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	3.68	2	.04	.958
	Gruplar İçi	85.76	445		
	Toplam		447		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	8.47	2	.19	.826
	Gruplar İçi	44.36	445		
	Toplam		447		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	6.34	2	.44	.640
	Gruplar İçi	14.20	445		
	Toplam		447		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Aktif olarak Instagram kullanan katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımı, aleksitimi düzeyleri ve bağlanma stilleri arasında ilişkinin olup olmadığını analiz etmek için korelasyon testi uygulanmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puan ($r = -.02$; $p > .05$), sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ($r = -.01$; $p > .05$), sosyal rutinlerle bütünleşme ($r = -.01$; $p > .05$) alt ölçek puanları ile yaş arasında ilişki göstermemektedir.

Instagram'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının gün içinde Instagram'da geçirilen süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Instagram hesabını aktif olarak kullandıklarını belirten katılımcıların analiz için gün içinde geçirdiği süreler; ilk grup 0-30 dakika ve 30 dakika-1 saat ikinci grup 1-2 saat üçüncü grup 2-3 saat dördüncü grup 3 saat ve üzeri olarak ele alınmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanının $F(3,443) = 16.70$; $p < .05$, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı $F(3,443) = 15.03$; $p < .05$, sosyal rutinlerle bütünleşme $F(3,443) = 10.47$; $p < .05$ alt ölçeklerinin gruplar arasında farklılaştığını göstermektedir. Post Hoc Bonferroni analizi çıktılarına göre; 0-30 dakika ve 30 dakika-1 saat kullanım süresine sahip katılımcılar 2-3 saat ($M = 6.84$; $SS = 1.22$) ve 3 saat ve daha fazla ($M = 7.58$; $SS = 1.25$) zaman geçirenlere göre daha az sosyal medya kullanımına sahiptir. Analizin sonuçlarına Tablo 4.13'te yer verilmiştir.

Tablo 4.14 Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	1288.33	3	16.70	.000***
	Gruplar İçi	77.11	443		
	Toplam		446		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	607.81	3	15.03	.000***
	Gruplar İçi	40.42	443		
	Toplam		446		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	138.86	3	10.47	.000***
	Gruplar İçi	13.25	443		
	Toplam		446		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Facebook ve Twitter platformlarını aktif olarak kullandığını belirten katılımcılardan çok az kişinin sahte hesabı bulunduğu için analize dahil edilmemiştir. Fakat katılımcıların Instagram üzerinde sahte hesap sayısı daha fazla olduğundan dolayı sadece aktif olarak Instagram kullanıcıları baz alınmıştır. Instagram'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının sahte hesap sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığının analiz etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Uygulanan t-testinin sonucuna göre; iki grup (sahte hesap; var-yok) ile SMUIS toplam puan $t(445) = -4.55$, $p < .05$, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı $t(445) = -4.78$; $p < .05$, sosyal rutinlerle bütünleşme $t(445) = -2.70$; $p < .05$ alt ölçekleri arasında anlamlı olarak farklılık vardır. Sahte hesabı olan katılımcıların olmayanlara göre SMUIS toplam ve alt ölçek puanları daha yüksektir. Analizin sonuçlarına Tablo 4.15'te yer verilmiştir.

Tablo 4.15 Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Sahte Hesap Kullanımıyla İlgili Analiz Verileri

		N	Ort.	SS	t	df	p
SMUIS	Yok	357	31.10	8.96	-4.55	445	.000***
	Var	90	35.95	9.32			
SMUIS-Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Yok	357	14.62	6.44	-4.78	445	.000***
	Var	90	18.28	6.68			
SMUIS-Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Yok	357	16.47	3.72	-2.70	445	.000***
	Var	90	17.66	3.74			

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.4.2. Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi

Hipotezi test etmek için yapılan korelasyon analizinin sonuçları şunları vermektedir (bkz: Tablo 4.16); SMUIS toplam puanı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .30, p < .001$). Yani sosyal medya kullanımı arttıkça aleksitimi puanı da yükselmektedir. SMUIS alt boyutları ile aleksitimi arasında ilişkiye bakıldığında ise; Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .36, p < .001$). Sosyal Rutinlerle Bütünleşme ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında ise pozitif yönlü düşük ilişki saptanmıştır ($r = .10, p < .05$).

SMUIS toplam puanı ile kaygılı bağlanma düzeyi arasında pozitif orta büyüklükte ilişki saptanmıştır ($r = .35, p < .001$). SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaygılı bağlanma puanı arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .38, p < .001$). Sosyal rutinlerle bütünleşme ile kaygılı bağlanma puanı arasında ise pozitif düşük ilişki saptanmıştır ($r = .19, p < .001$).

SMUIS toplam puanı ve kaçınmacı bağlanma puanı arasında hiçbir ilişki saptanmamıştır ($r = .18, p > .05$). Fakat, SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaçınmacı bağlanma puanı arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanırken ($r = .11, p < .01$); sosyal rutinlerle

bütünleşme ile kaçınmacı bağlanma puanı arasında ise negatif düşük ilişki saptanmıştır ($r = -.15, p < .001$).

Tablo 4.16 Aktif Instagram Kullanıcı için Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
SMUIS - Toplam	-	.93***	.79***	.30***	.018	.35***
SMUIS - Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı		-	.54***	.36***	.11**	.38***
SMUIS - Sosyal Rutinlerle Bütünleşme			-	.10*	-.15***	.19***
TAÖ				-	.41***	.51***
Kaçınmacı Bağlanma					-	.30***
Kaygılı Bağlanma						-

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.4.3. Aktif Instagram Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Yordayan Faktörler

Bu aşamada, aktif Instagram kullanıcılarının SMUIS toplam ve alt ölçek puanlarını yordayan faktörleri belirlemek için hiyerarşik çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. İlk adıma SMUIS puanlarının anlamlı bir şekilde farklılaştığı kullanım özellikleri konulmuştur. İkinci adıma ise, ilişkili çıkan bağlanma ve aleksitimi puanları konulmuştur. İlgili analiz sonuçları Tablo 4.17, 4.18 ve 4.19'da gösterilmiştir.

Tablo 4.17 Aktif Instagram Kullanıcı için SMUIS Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Sahte Hesap	.190	4.362	4.281	.000*
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.127	-2.758	-2.518	.012
2-3 saat	.175	3.867	3.472	.001
3 saat ve daha fazla	.195	4.441	3.883	.000*
II				
TAÖ	.136	.108	2.769	.006
Kaygılı Bağlanma	.220	1.820	4.451	.000*

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen sahte hesap ve günlük kullanım süreleri SMUIS değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %14'ünü açıkladığını göstermektedir ($F(4,442) = 17,601, p < .05$). İkinci adımda ise analiz edilen aleksitimi ve kaygılı bağlanma SMUIS değerini istatistiksel olarak pozitif anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %9'unu açıkladığını göstermektedir ($F(2,440) = 26,098, p < .05$). Açıklanan toplam varyans %23'e yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .091, p < .001$).

Tablo 4.18 Aktif Instagram Kullanıcı için SIEC Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Sahte Hesap	.202	3.346	4.547	.000*
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.117	-1.828	-2.311	.021
2-3 saat	.191	3.052	3.794	.000*
3 saat ve daha fazla	.164	2.702	3.271	.001
II				
TAÖ	.232	.132	4.602	.000*
Kaygılı Bağlanma	.239	1.427	4.937	.000*
Kaçınmacı Bağlanma	-.096	-.649	-2.130	.034

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen sahte hesap ve günlük kullanım süreleri SIEC değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %13'ünü açıkladığını göstermektedir ($F(4,442) = 16,948, p < .05$). İkinci adımda ise analiz edilen aleksitimi, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma SIEC değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %14'ünü açıkladığını göstermektedir ($F(3,439) = 27,338, p < .05$). Açıklanan toplam varyans %27'e yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .136, p < .001$).

Tablo 4.19 Aktif Instagram Kullanıcı için ISR Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Sahte Hesap	.109	1.016	2.372	.018
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.105	-.930	-2.020	.044
2-3 saat	.091	.815	1.741	.082
3 saat ve daha fazla	.187	1.739	3.617	.000*
II				
TAÖ	.074	.024	1.374	.170
Kaygılı Bağlanma	.173	.581	3.312	.001
Kaçınmacı Bağlanma	-.273	-1.039	-5.613	.000*

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen sahte hesap ve günlük kullanım süresi (0-30 dk. / 30 dk-1saat, 3 saat ve daha fazla) ISR değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %8'ini açıkladığını göstermektedir ($F(4,442) = 9,345, p < .05$). İkinci adımda ise analiz edilen kaygılı ve kaçınmacı bağlanma ISR değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %8'ini açıkladığını göstermektedir ($F(3,439) = 13,295, p < .05$). Açıklanan toplam varyans %15'e yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .136, p < .001$).

4.5. Aktif Twitter Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

4.5.1. Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekleri ile İlişkili Demografik ve Kullanım Özellikleri

Twitter'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının analiz etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır (bkz: Tablo 4.20). Sonuçlar SMUIS toplam puan ve alt ölçek puanlarının cinsiyete göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$).

Tablo 4.20 Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeniyle İlgili Analiz Verileri

		N	Ort.	SS	t	df	p
SMUIS- Toplam	Erkek	115	32.40	9.40	-.85	282	.394
	Kadın	169	33.30	8.25			
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Erkek	115	15.61	6.79	-.48	282	.630
	Kadın	169	15.99	6.21			
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Erkek	115	16.78	3.84	-1.22	282	.223
	Kadın	169	17.30	3.35			

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Twitter'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının sosyal medya hesap sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların kullandığı sosyal medya hesap sayısı tek hesaba sahip olanlar, iki hesaba sahip olanlar ve üç hesaba sahip olanlar şeklinde gruplandırılmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanının ve alt ölçek puanlarının hesap sayısına göre farklılaşmadığını göstermektedir ($p > .05$). Tablo 4.21'de ANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4.21 Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Hesap Sayısıyla İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	38.19	2	.49	.608
	Gruplar İçi	76.53	281		
	Toplam		283		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	46.06	2	1.10	.332
	Gruplar İçi	41.55	281		
	Toplam		283		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	.37	2	.02	.971
	Gruplar İçi	12.76	281		
	Toplam		283		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Aktif olarak Twitter kullanan katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımı, aleksitimi düzeyleri ve bağlanma stilleri arasında ilişkinin olup olmadığını analiz etmek için korelasyon testi uygulanmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puan ($r = -.009$; $p > .05$), sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ($r = -.02$; $p > .05$), sosyal rutinlerle bütünleşme ($r = -.01$; $p > .05$) alt ölçek puanları ile yaş arasında ilişki göstermemektedir.

Twitter'ı aktif kullanan katılımcılar için sosyal medya kullanımının gün içinde Twitter'da geçirilen süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Twitter hesabını aktif olarak kullandıklarını belirten katılımcıların analiz için gün içinde geçirdiği süreler; ilk grup 0-30 dakika ikinci grup 30 dakika-1 saat üçüncü grup 1-2 saat dördüncü grup 2-3 saat, 3 saat ve üzeri olarak ele alınmıştır. Sonuçlar, SMUIS toplam puanının $F(3,278) = 10.48$; $p < .05$, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı $F(3,278) = 8.69$; $p < .05$, sosyal rutinlerle bütünleşme $F(4,278) = 6.65$; $p < .05$ alt ölçeklerinin gruplar arasında farklılaştığını göstermektedir. Post Hoc Bonferroni analizi çıktılarına göre; 2 saat ve daha fazla kullanım süresine sahip katılımcılar 0-30 dakika ($M = 8.08$; $SS = 1.49$), 30 dakika-1 saat ($M = 5.96$; $SS = 1.47$) ve 1-2 saat ($M = 5.87$; $SS = 1.43$) zaman geçirenlere göre daha fazla sosyal medya kullanımına sahiptir. Analizin sonuçlarına Tablo 4.22'de yer verilmiştir.

Tablo 4.22 Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçeklerinin Günlük Kullanım Süresiyle İlgili Analiz Verileri

		M	df	F	p
SMUIS- Toplam	Gruplar Arası	728.81	3	10.48	.000***
	Gruplar İçi	69.54	278		
	Toplam		281		
SMUIS- Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı	Gruplar Arası	336.14	3	8.69	.000***
	Gruplar İçi	38.66	278		
	Toplam		281		
SMUIS- Sosyal Rutinlerle Bütünleşme	Gruplar Arası	79.50	3	6.65	.000***
	Gruplar İçi	11.95	278		
	Toplam		281		

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.5.2. Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS ve Alt Ölçekler ile Bağlanma ve Aleksitiminin İlişkisi

Hipotezi test etmek için yapılan korelasyon analizinin sonuçları şunları vermektedir (bkz: Tablo 4.23); SMUIS toplam puanı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanmıştır ($r = .28, p < .001$). Yani sosyal medya kullanımı arttıkça aleksitimi puanı da yükselmektedir. SMUIS alt boyutları ile aleksitimi arasında ilişkiye bakıldığında ise; Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .37, p < .001$). Sosyal Rutinlerle Bütünleşme ile Toronto Aleksitimi Ölçeği arasında ise ilişki saptanmamıştır ($r = .02, p > .05$).

SMUIS toplam puanı ile kaygılı bağlanma düzeyi arasında pozitif düşük ilişki saptanmıştır ($r = .28, p < .001$). SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaygılı bağlanma puanı arasında pozitif yönlü orta etkili ilişki saptanmıştır ($r = .34, p < .001$). Sosyal rutinlerle bütünleşme ile kaygılı bağlanma puanı arasında ise ilişki saptanmamıştır ($r = .07, p > .05$).

SMUIS toplam puanı ve kaçınmacı bağlanma puanı arasında hiçbir ilişki saptanmamıştır ($r = .02, p > .05$). Fakat, SMUIS ölçeğinin alt ölçeklerini bakıldığında; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile kaçınmacı bağlanma puanı arasında pozitif yönlü düşük ilişki saptanırken ($r = .13, p < .05$); sosyal rutinlerle bütünleşme ile kaçınmacı bağlanma puanı arasında ise negatif düşük ilişki saptanmıştır ($r = -.18, p > .01$).

Tablo 4.23 Aktif Twitter Kullanıcı için Ölçeklerin Korelasyon Veri Bilgileri

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
SMUIS - Toplam	-	.93***	.76***	.28***	.025	.28***
SMUIS – Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlantı		-	.47***	.37***	.13*	.34***
SMUIS - Sosyal Rutinlerle Bütünleşme			-	.02	-.18**	.07
TAÖ				-	.44***	.56***
Kaçıncı Bağlanma					-	.38***
Kaygılı Bağlanma						-

Not: SMUIS; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.5.3. Aktif Twitter Kullanıcı için Sosyal Medya Kullanımını Yordayan Faktörler

Bu aşamada, aktif Twitter kullanıcılarının SMUIS toplam ve alt ölçek puanlarını yordayan faktörleri belirlemek için hiyerarşik çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. İlk adıma SMUIS puanlarının anlamlı bir şekilde farklılaştığı kullanım özellikleri konulmuştur. İkinci adıma ise, ilişkili çıkan bağlanma ve aleksitimi puanları konulmuştur. İlgili analiz sonuçları Tablo 4.24, 4.25 ve 4.26’da gösterilmiştir.

Tablo 4.24 Aktif Twitter Kullanıcı için SMUIS Toplam Puanın Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.104	-2.119	-1.508	.133
2-3 saat	.004	.084	.063	.950
3 saat ve daha fazla	.274	5.962	4.045	.000*
II				
TAÖ	.164	.123	2.461	.014
Kaygılı Bağlanma	.145	1.104	2.160	.032

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen günlük kullanım süresi (3 saat ve daha fazla) SMUIS değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %10'unu açıkladığını göstermektedir ($F(3,278) = 10.480, p < .05$). İkinci adımda ise analiz edilen aleksitimi ve kaygılı bağlanma SMUIS değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %7'sini açıkladığını göstermektedir ($F(2,276) = 11,992 p < .05$). Açıklanan toplam varyans %17'ye yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .072, p < .001$).

Tablo 4.25 Aktif Twitter Kullanıcı için SIEC Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.063	-.949	-.905	.366
2-3 saat	.018	.249	.251	.802
3 saat ve daha fazla	.272	4.378	3.983	.000*
II				
TAÖ	.276	.153	4.050	.000*
Kaygılı Bağlanma	.178	1.006	2.696	.007
Kaçınmacı Bağlanma	-.072	-.473	-1.185	.237

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen günlük kullanım süresi (3 saat ve daha fazla) SIEC değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %9'unu açıkladığını göstermektedir ($F(3,278) = 8.693, p < .05$). İkinci bölümde ise analiz edilen aleksitimi ve kaygılı bağlanma SIEC değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %14'ünü açıkladığını göstermektedir ($F(3,275) = 15,979 p < .05$). Açıklanan toplam varyans %22'ye yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .136, p < .001$).

Tablo 4.26 Aktif Twitter Kullanıcı için ISR Alt Boyutunun Yordayıcı Faktörleri

Yordayıcılar	β	B	t	p
I				
Günlük Kullanım süresi				
0-30 dk. / 30 dk-1saat	-.141	-1.170	-2.009	.046
2-3 saat	-.021	-.166	-.299	.765
3 saat ve daha fazla	.179	1.584	2.593	.010
II				
Kaçınmacı Bağlanma	-.203	-.734	-3.554	.000*

Not: TAÖ; Toronto Aleksitimi Ölçeği * $p < .001$

Sonuçlar, birinci adımda analiz edilen günlük kullanım süresi (0-30 dk. / 30 dk-1saat, 3 saat ve daha fazla) ISR değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %7'sini açıkladığını göstermektedir ($F(3,278) = 6.653, p < .05$). İkinci adımda ise analiz edilen kaçınmacı bağlanma ISR değerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordamakta ve değişkenler varyansın yaklaşık %4'ünü açıkladığını göstermektedir ($F(1,277) = 12,630 p < .05$). Açıklanan toplam varyans %11'e yükselmiş olup ikinci adımda eklenen değişkenlerin varyansı anlamlı bir şekilde değiştirdiği saptanmıştır ($\Delta R^2 = .041, p < .001$).

4.6. Sosyal Medya (Facebook, Instagram, Twitter) Ağ Büyüklüğü, Aleksitimi, Kaygılı Bağlanma İlişkisinin Korelasyon Verileri

Bu bölümde; “ Kaygılı bağlanma ve aleksitimi düzeyleri ile ağ büyüklüğü arasında pozitif ilişki beklenmektedir. ” araştırmanın temel hipotezleri analiz edilmiştir. Facebook arkadaş sayısı, Instagram ve Twitter takipçi ve takip edilen arkadaş sayıları normal dağılım göstermediklerinden dolayı Spearman Korelasyon uygulanmıştır.

Facebook platformunu aktif olarak kullanıyorum diyen katılımcıların sahip oldukları arkadaş sayıları ile kaygılı bağlanma ($r = -.01, p > 0.05$) ve aleksitimi toplam puanları ($r = -.07, p > 0.05$) arasında ilişki bulunmamıştır. Instagram platformunu aktif olarak kullanıyorum diyen katılımcıların takipçi sayıları ile kaygılı bağlanma ($r = -.001, p > 0.05$) ve aleksitimi toplam puanları ($r = -.05, p > 0.05$) arasında ilişki bulunmamıştır.

Instagram platformunu aktif olarak kullanıyorum diyen katılımcıların takip ettiği arkadaş sayıları ile kaygılı bağlanma ($r = -.005, p > 0.05$) ve aleksitimi toplam puanları ($r = -.05, p > 0.05$) arasında ilişki bulunmamıştır. Twitter platformunu aktif olarak kullanıyorum diyen katılımcıların takipçi sayıları ile kaygılı bağlanma ($r = .03, p > 0.05$) ve aleksitimi toplam puanları ($r = .07, p > 0.05$) arasında ilişki bulunmamıştır.

Twitter platformunu aktif olarak kullanıyorum diyen katılımcıların takip ettiği arkadaş sayıları ile kaygılı bağlanma ($r = .02, p > 0.05$) ve aleksitimi toplam puanları ($r = .03, p > 0.05$) arasında ilişki bulunmamıştır.

BÖLÜM 5

5. TARTIŞMA

Bu çalışmada, Türkiye’de yaşayan üniversite öğrencilerinde bağlanma stilleri ve aleksitiminin, sosyal medya kullanımı (sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı, sosyal rutinlerle bütünleşme) üzerindeki yordayıcı rolünün incelenmesi amaçlanmış olup elde edinilen bulgular diğer çalışmalar çerçevesinde tartışılmıştır. İlerleyen bölümlerde yapılan bu çalışmanın bulguları tartışılırken aynı zamanda sınırlılıklar ve öneriler de yer almaktadır.

Bu amaçları araştırırken Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Toronto Aleksitimi Ölçeği ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma stillerini belirlemek için Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II ölçeği kullanılmıştır. Araştırma hipotezlerinden biri olan sosyal medya ağ büyüklüğünü incelemek için ise ölçek kullanılmamıştır. Araştırmada bağımlı değişken olan SMUIS ölçeği ve iki alt boyutunun sosyodemografik değişkenler (cinsiyet, sosyal medya hesap sayısı, yaş, günlük kullanım süresi, sahte hesap) ve diğer ölçeklerle ilişkisi incelenmiştir.

Özellikle, bağlanma ve sosyal medya üzerine yapılan çalışmalara genellikle Facebook platformlarını kullanan katılımcılar dahil edilmiştir (Oldmeadow ve ark., 2013; Hart ve ark., 2015; Chen, 2019). Yazarlar sosyal medya kullanımını ölçmek için kendi sorularını hazırlamayı tercih etmiş olup (Oldmeadow ve ark., 2013; Hart ve ark., 2015) bazıları davranışsal teknoloji bağımlılık ölçeğini kullanmıştır (Chen, 2019). Ayrıca aleksitimi ile problematik sosyal medya ya da internet kullanımı üzerinde yapılan çalışmalarda sık rastlanan ölçekler bağımlılık düzeylerini değerlendirmektedir (Yates ve ark., 2012; Edward ve ark., 2016; Youssef ve ark., 2020; Ezer, 2019). Bir çalışmada ise sosyal medyada geçirilen süre baz alınmıştır

(Mersin ve ark., 2019). Kısaca, bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak sosyal medya kullanımını değerlendirmek için Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMUIS) kullanılmıştır.

SMUIS, geçmiş sosyal medya ölçümlerinde baz alınan basit kullanım sıklıklarından öteye geçerek kullanıcıların sosyal medya ile arasında kurduğu duygusal bağlantının (SIEC) yanında günlük yaşamlarıyla ve davranışlarıyla birleşmesine (ISR) odaklanmıştır. SIEC alt boyutu kişilerin sosyal ağları kullanmadığında nasıl hissettiklerini, başkaları ile iletişim kurmak için sosyal medyayı bir araç olarak kullanmayı tercih edip etmediklerini ölçmeyi amaçlamıştır. ISR al boyutu ise sosyal medyanın kullanıcılar için ne düzeyde hayatlarının bir parçası olduğunu belirlemektedir. McKenna ve Bargh (1999) çalışmasında insanların sosyal ağ platformlarını farklı sebeplerle kullanacaklarını belirtmiştir. Bu nedenle bu çalışmada 3 farklı platform için ayrı ayrı analizler yapılmıştır.

İlk aşamada, SMUIS ve alt ölçek puanları ile demografik değişkenlerden biri olan yaş ile arasındaki ilişkiye, yine demografik değişkenlerden olan cinsiyet (kadın-erkek) ile arasındaki farklılığa bakılarak yapılan analiz verileri yorumlanmış olup bu değişkenlerin ilgili literatür çerçevesinde değerlendirmesi ve yorumlanması yapılmıştır.

Bu çalışma; Facebook, Instagram ve Twitter aktif kullanıcılarının her biri için SMUIS ve alt ölçekleri ile cinsiyet arasında anlamlı düzeyde farklılık görülmediği sonucuna ulaşmıştır. Geçmişte yapılan ilgili çalışmalarda da bizim bulgularımızla paralel olarak SMUIS ölçeği açısından kadın-erkek arasında farklılığın olmadığını belirtmiştir (Balcı ve Sarıtaş, 2019; Ophir, 2017; Berry, Emsley, Lobban ve Bucci, 2018). FIS ölçeğinin kullanıldığı sosyal medya (Facebook) kullanım yoğunluğuna odaklanan bazı çalışmalarda ise cinsiyet arasında farklılık saptanırken (Bekiroğlu ve Şahin, 2019; Alan, 2019) bazısında farklılık saptanmamıştır (Çelik, 2012). Ek olarak, sosyal medya bağımlılığını konu alan çalışmalarda cinsiyetin etkisi tartışmalıdır. Bazı çalışmalarda bağımlılık puanlarının cinsiyet ile arasında farklılık görülmezken (Demir ve Kumcağız, 2019; Aktan, 2018) anlamlı farklılık bulan çalışmalar da mevcuttur (Kıran, Küçükboşancı ve Emre, 2020; Gazi ve Çetin, 2017; Gomez, Rial, Brana, Golpe ve Varela, 2017; Pilar ve ark., 2019).

Facebook, Instagram ve Twitter aktif kullanıcılarının her biri için SMUIS ve alt ölçekleri ile yaş arasında anlamlı düzeyde ilişki görülmemiştir. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre sosyal medya kullanımı ile nesil farklılıkları arasında

ilişkinin olduğunu söylemekte mümkündür (Provision Living, 2019). Nitekim, ilgili literatür çerçevesinde benzer çalışmaların bulguları, yaş ile SMUIS değerinin negatif bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir (McDougall ve ark., 2016). 19-59 yaş aralığında bulunan katılımcıların dahil edildiği bir çalışmanın sonuçlarına göre ise SIEC ile yaş negatif ilişki içersindeyken ISR ile yaş ilişkili saptanmamıştır (Kapitan, 2019). Ayrıca, Alan (2019) sosyal medya kullanım yoğunluğunun yaşa göre farklılık gösterdiğini belirtmiştir. Sosyal medya bağımlılığını konu alan çalışmalarda cinsiyette olduğu gibi yaşın etkisi de tartışmalıdır. Bazı çalışmalarda bağımlılık puanlarının yaş ile arasında farklılık görülmezken (Çiftçi, 2018; Gazi ve Çetin, 2017) anlamlı farklılık bulan çalışmalarda mevcuttur (Pilar ve ark., 2019). Bu mevcut çalışma bulgularına göre yaş ile SMUIS puanlarının anlamlı çıkmaması yaş aralığının 18-26 olmasından kaynaklandığı düşünülmüştür. Çünkü bu yaş aralığı çok kısıtlı olmakla beraber sadece genç kesimi kapsamıştır.

Facebook, Instagram ve Twitter aktif kullanıcılarının her biri için SMUIS ve alt ölçekleri ile sosyal medya hesap sayısı arasında anlamlı düzeyde farklılık görülmemiştir. İlgili literatürde, sosyal medya hesap sayısı ile SMUIS ölçek ve alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik bulguları desteklemeye ve ya çürütmeye yönelik araştırma sonuçlarına rastlanmamıştır. Statista (2021) raporlarına göre 2018 yılında kişilerin yaklaşık olarak 9 farklı hesabı bulunmaktadır. Fakat bu çalışmada yalnızca 3 farklı platform kullanımı incelenmiştir. Bu yüzden kişilerin daha fazla hesaba sahip olması, sosyal medyayı hayatlarına dahil etmelerine ve sosyal medya ile duygusal bağlantı kurmalarına yol açabilir. Dolayısıyla daha fazla platformun analize dahil edilmesi ile farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Instagram ve Twitter kullanıcılarının her biri için SMUIS ve alt ölçekleri ile günlük kullanım süresi arasında anlamlı düzeyde fark görülmüş olup, günlük kullanım süresi arttıkça SMUIS puanının da arttığı belirtilmiştir. İlgili literatür çerçevesinde benzer çalışmalara bakıldığında, SMUIS ile sosyal medyada geçirilen sürenin pozitif ilişkili olması bu çalışmanın verilerini desteklemektedir (McDougall ve ark., 2016; Ophir, 2017). Ek olarak, sosyal medya bağımlılığını konu alan çalışmalarda da kullanım süresinin etkisi ele alınmıştır. Yapılan çalışmalarda bağımlılık puanlarının kullanım süresi ile arasında farklılık görülmüştür (Çiftçi, 2018; Demir ve Kumcağız, 2019; Balcı ve Gölcü, 2013; Gazi ve Çetin, 2017; Al-Menayes, 2015).

Mevcut araştırmada kullanım süresinin aktif Facebook kullanıcıları için SMUIS puanları ile günlük kullanım süresi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresi ile SMUIS ve alt boyutlarının karşılaştırması yapılmış olup, anlamlı olarak farklılaşmanın görülmeyeceği bulgusu (Çakmak ve Müezzın, 2018) ile uyumludur. Bu sonuçların, bu araştırmada yer alan örneklemin daha çok genç kesimden oluşması ile bağlantılı olabileceği düşünölmektedir. Yapılan geçmiş araştırmalar yaşlı nüfusun Facebook’u Instagram’a daha çok tercih etme eğiliminde olduğunu göstermektedir (Sheldon, Antony ve Ware, 2021). Buna ek olarak, hikaye paylaşma, canlı yayın yapabilme gibi özelliklere sahip olup bu özellikleri kullanıcı ile ilk kez buluşturan Instagram ve güncel olaylar ile ilgili yorum yapabilme imkanı sağlayan Twitter’ın gençlere anı paylaşma olanağı tanıdığı gözlenmektedir (Kim, Seely ve Jung, 2017). Uysal (2020) alışmasında üniversite öğrencilerinin en çok Instagram’da daha sonra Twitter’da en az olarak Facebook’ta zaman geçirdiklerini belirtmiştir. Bununla beraber anın paylaşıldığı platformların daha uzun süre kullanımı sosyal medya ile bütünleşmenin bağlantılı olabileceğini düşünörmektedir.

Instagram aktif kullanıcıları için SMUIS ve alt ölçekleri ile sahip olunan sahte hesap arasında anlamlı düzeyde farklılık görölmekte olup sahte hesabı olan katılımcıların olmayanlara göre SMUIS ve alt ölçek puanları daha yüksektir. Facebook ve Twitter aktif kullanıcılarının yeterli sayıda sahte hesapları olmadığı için analize dahil edilmesi uygun görölmemiş ve analiz yorumu yapılamamıştır. SMUIS ve sahte hesap arasındaki farklılığa odaklanan çalışmanın olmaması ile birlikte ilgili literatürde yapılan geçmiş çalışmanın sonucu bulgularımızı destekler niteliğindedir. Örneğin, Göksel (2018) öğrencilerin sosyal medyayı nasıl değerlendirdiklerini belirlemek için sosyal medya kullanım ölçeği (Altunbaş ve Kul, 2015) ile sosyal ağdaki sahte hesapların varlığı arasında farklılığa bakmış olup sahte hesap kullanan katılımcıların kullanmayanlara göre iletişim ve kullanım amacı alt ölçek puanlarının daha yüksek çıktığını belirtmiştir. Kullanıcıların sahte hesapları ile sanal platformlarda kendi kimliklerini gizleyerek duygu ve düşüncelelerini daha rahat ifade edebildikleri ve dolayısıyla bu kişilerin sosyal medyayı hayatlarına dahil ederek kullandıkları öne sürölebilir.

Çalışmanın ana ölçekleri olan sosyal medya kullanım düzeyi, kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitiminin ilişkisi tüm sosyal medya platformları için ayrı ayrı incelenmiştir. Sonuçlar tüm hesapları için; SMUIS toplam puanı arttıka

aleksitimi ve kaygılı bağlanma puanlarının da arttığını göstermektedir. Ölçeğin alt boyutu olan SIEC ile aleksitimi ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma puanları arasında pozitif bir ilişki görülmüştür. Öte yandan, diğer alt boyut olan ISR ile aleksitimi ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma arasındaki ilişkinin sonuçları katılımcıların aktif olarak kullandıkları hesaplara göre değişiklik gösterdiği bulunmuştur. Facebook için; ISR ile aleksitimi ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Instagram için; ISR ile aleksitimi ve kaygılı bağlanma arasında pozitif düşük ilişki görülürken kaçınmacı bağlanma arasında negatif düşük ilişkili bulunmuştur. Twitter için; ISR ile aleksitimi ve kaygılı bağlanma arasında ilişki bulunamazken kaçınmacı bağlanma ile negatif düşük ilişki tespit edilmiştir.

Bağlanma stillerinin sosyal medya kullanımı ile bağlantısını inceleyen çalışmalarda, kaygılı bağlanma gösteren kişilerin daha fazla sosyal medya kullanmayı ve sosyal medya üzerinde daha fazla etkileşim kurmayı tercih ettikleri görülürken (Chen, 2019; Oldmeadow ve ark., 2012; Hart ve ark., 2015); kaçınmacı bağlanma gösteren kişilerin daha az sosyal medya kullanma eğiliminde olduklarını tespit etmişlerdir (Oldmeadow ve ark., 2012; Hart ve ark., 2015). Kaygılı bağlanan bireylerin sosyal medya yardımı ile kendilerini popüler görebildikleri öne sürülmekte ve bu durumun da kullanıcıların iyi oluş düzeylerine olumlu etki edebildiği iddia edilmektedir (Oldmeadow ve ark., 2013). Benzer olarak; Valkenburg ve Peter (2007) kaygılı bireyler için sosyal ağlar üzerinden ilişki geliştirmenin gerçek dünyaya göre daha kolay olabileceği ve dolayısıyla bu bireylerin yakınlık algılarının sosyal medyada artıyor olabileceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra yüksek kaygılı bağlanmaya sahip olan kişilerin sosyal medyayı reddedilme olasılığını kontrol etmek ve kurmak istedikleri yakınlıkları elde etmenin yolu olarak gördüklerini savunan çalışmalar mevcuttur (Oldmeadow ve ark., 2013; Coan ve Sbarra, 2015). Bunlara ek olarak Hızarcı (2018) problemlili internet kullanım davranışı yüksek olan bireylerde; kaygılı bağlanma puanlarının ve varolan gelişmeleri kaçırma korkusunun yüksek olduğu aynı zamanda bu kişilerin yaşam doyum seviyelerinin de düşük olduğunu saptamıştır.

Rom ve Alfasi (2014) çalışmasında kaygılı bağlananların Facebook'a yönelme davranışlarındaki nedenin kişilerin duygularıyla ilişkili olduğunu ve Facebook ağlarıyla kişilerin bağlanma ilişkisi geliştirdiğini göstermiştir. Kaygılı bağlanmanın Facebook platformundaki geri bildirim arayışını olumlu, kaçınmacı bağlanmanın ise olumsuz olarak yordayacağı yapılan bir çalışmada belirlenmiştir (Hart ve ark., 2015).

Bu yüzden kaygılı kişilerde geri bildirim arayışının fazla oluşu sosyal medya kullanımındaki rutin kontrollerinde artacağını , kaçınan bireylerde ise rutin kontrollerin azalacağı düşünülmektedir. Fakat Türkiye’de Facebook kullanıcı yaşının yüzde 32.4’ü yani çoğunluğun 25 ile 34 yaş aralığında bulunması (Statista, 2021) ve mevcut çalışmada bu yaş gruplarında örnekleme sahip olmamasından kaynaklı Facebook platformu üzerinde rutinlerin oluşmadığı düşünülmektedir.

Aleksitiminin sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların neredeyse tamamında problematik internet ve sosyal medya kullanımı olan kişiler yer almaktadır (Yates ve ark., 2012; Edward ve ark., 2016; Ezer, 2019; Youssef ve ark., 2020). Eski çalışmaların sonuçları, bu çalışmanın Instagram bulgularının hepsini destekler niteliktedir. Sadece bir çalışmada, patolojik kullanım göstermeyen kişilerle inceleme yapılmış olup sosyal medya kullanım özelliklerine odaklanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları da günlük sosyal medyada geçirilen süre ile aleksitiminin olumlu biçimde ilişkili olduğunu göstermiştir (Mersin ve ark., 2019).

Vanheule, Vandenberg, Verhaeghe ve Desmet (2010) göre kişiler arası problemlerin aleksitimik özellikler ile anlaşabileceğini belirtmiştir. Ayrıca aleksitimik bireylerin problem çözme odaklı olmak yerine duygusal çerçevede baş etme yöntemleri geliştirdiği bilinmektedir (Besharat, 2010). Tüm bunlar göz önünde tutulduğunda, aleksitimi yapısına bağlı olarak kişilerin gerçek hayattaki ilişkilerinden, bu ilişkilerin beraberinde getirdiği sorunlardan ve duygulardan kaçmak için sosyal ağlara yöneldiği söylenebilir. Fakat; bu çalışmada Facebook ve Twitter’da ISR ile aleksitimi arasında ilişki bulunamamış olup Instagram’da pozitif ilişki saptanmıştır. Instagram platformu üzerinde ISR ile aleksitiminin pozitif ilişkisinin çıkmasının sebebi; yaş aralığı 18-28 olan üniversite grubuyla yapılan bir çalışmaya göre bu yaş grubunun en çok Instagramda vakit geçirirken sonra Twitter daha sonra Facebook en sonda Youtube hesaplarında vakit geçirdiği bulgularının belirtilmesi (Çömlekçi ve Başol, 2019) olarak düşünülebilir. Yani, bu yaşlarla uyumlu olan aleksitimik katılımcıların Instagramda daha çok vakit geçirdikleri düşünüldüğünde bu platform hayatlarının bir parçası olmuş olabilir.

Son olarak, Mevcut çalışmada, üç farklı sosyal medya platformunun (Facebook, Instagram, Twitter) her birinde sahip olunan sosyal medya ağ büyüklüğü değişkeni ile aleksitimi ve kaygılı bağlanma arasında ilişki görülmediği sonucuna varılmıştır. Bu bulgular ile uyumlu olmayan bir şekilde, Chang (2019) çalışmasında; kaygılı bağlanma ile Facebook’ta sahip olduğu arkadaş sayısının pozitif bir ilişkide

olduğunu saptamıştır. Bilindiği üzere daha endişeli bireylerin yüz yüze gerçekleştirdiği sosyal etkileşimlerde girişkenlik düzeylerinin eksik olduğu saptanmıştır (Anders ve Tucker, 2000). Oldmeadow ve ark. (2013) çalışmasında Facebook platformunun gerçek hayatta etkileşime girme konusunda yetersiz hisseden insanlar için arkadaşlıkları sürdürme konusunda alternatif bir araç sunduğunu belirtmiştir. Kısacası literatür çerçevesinde endişeli insanların sosyal medya üzerinde gerçekte olduğundan daha fazla sosyal etkileşime sahip olabilecekleri anlaşılmaktadır. Literatürde sosyal medya arkadaş sayısındaki artışın bireylerin psikolojik sağlıklarına olumlu etki ettiğine ve memnuniyet düzeylerinin arttığına yönelik çalışmalar yapılsa bile (Oh, Ozkaya ve LaRose, 2014; Sutcliffe, Binder ve Dunbar, 2018) aleksitiminin arkadaş sayısı ile ilişkisine yönelik bir çalışma bulunmaktadır (Mersin ve ark., 2019). Bu çalışmanın sonuçları da bizim bulgularımızı destekler niteliğindedir.

Aktif Facebook kullanıcıların SMUIS ve SIEC puanlarını kaygılı bağlanma yordamaktadır. Instagram kullanıcıların SMUIS puanını sahte hesap, günlük kullanım süreleri, aleksitimi ve kaygılı bağlanma; SIEC puanını sahte hesap, günlük kullanım süreleri, aleksitimi, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma; ISR puanını sahte hesap, günlük kullanım süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla), kaygılı ve kaçınmacı bağlanma yordamaktadır. Twitter kullanıcıların SMUIS ve SIEC puanlarını günlük kullanım süresi (3 saat ve daha fazla), aleksitimi ve kaygılı bağlanma; ISR puanını günlük kullanım süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla) ve kaçınmacı bağlanma yordadığı bulunmuş olup bu bulguları destekleyen önceki çalışmalara yukarıda yer verilmiştir. Bununla birlikte Instagram ve Twitter platformlarında bağlanma stilleri ve aleksitimi değişkenleri, sosyal medya kullanım özelliklerinden daha anlamlı bir şekilde SMUIS toplam ve alt ölçek puanlarını yordamaktadır.

Her ne kadar sosyal medya platformları ile ilgili benzer çalışmalara nadir rastlansa da, gerçek hayattaki yüz yüze kurulan ilişkileri içeren sosyal ağ büyüklüğü ile bağlanma ve aleksitimiye inceleleyen çalışmalar mevcuttur. Örneğin, Anders ve Tucker (2005) araştırmasında güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin daha büyük ve daha tatmin edici sosyal destek ağlarına sahip olduğunu, aksine daha kaygılı ve kaçınan bağlanma stiline sahip kişilerin ise daha küçük ve daha az tatmin edici sosyal ağlara sahip olduğunu belirtmiştir. Ek olarak, aleksitimik bireylerin gerçek hayatta kurduğu ilişkilerde sorun yaşadığı (Besharat, 2010) ve yaşadıkları

aleksitiminin düşük sosyal destekle (Tsai ve ark., 2009) ilişkili olduğu bilinmektedir. Ortaya konan eski çalışmalardan yola çıkarak kaygılı ve aleksitimik bireyler gerçek hayattaki sosyal ortamlarında diğer kişilerle ilişkisinin sınırlı olduğu bilinip bu açığı sosyal medyadaki arkadaşları ile gidermeye çalışmış olacağı ve kendi hakkındaki bilgileri çok sayıda arkadaşına ulaştırmak isteyeceği öne sürülebilir. Fakat beklenen sonuçların aksine katılımcıların sosyal medyadaki arkadaş sayısı ile aleksitimi ve kaygılı bağlanma puanlarının ilişkili olmadığı görülmüştür. Çalışmalardaki uyumsuzluğun sebebi olarak katılımcıların sosyal medyada sahip olduğu arkadaşlarının sahte (bot) mi yoksa gerçek insan profilleri mi olduğu ayrımının yapılamaması olabilir. Çünkü sahte (bot) takipçiler bir hedef hesabın takipçi sayısını arttırmak için özel olarak oluşturulmuş hesaplar olarak tanımlanmaktadır (Cresci, Pietro, Petrocchi, Spognardi ve Tesconi, 2014).

Sonuç olarak, bu çalışmada tüm platformlar için geçerli olan sosyal medyaya duygusal olarak bağlanmada aleksitimi, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma değişkenlerinin pozitif etkisi olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda beklenen sonuçlarla tutarlı olarak Instagram platformu için sosyal medyayı günlük hayata dahil etmede aleksitimi ve kaygılı bağlanma değişkenlerinin pozitif, kaçınan bağlanma değişkeninin ise negatif etkisi görülmüştür. Hem duygusal hem fiziksel olarak bağlanma figürü ile arasında çok derin bir mesefa bulunan kaçınmacı bağlanmanın (Behrens, Hesse ve Main, 2007) olumsuz duygulara (düşük sosyal beceriler) ve bağlanma kaygısına sahip olduğu bilinmektedir. Bu nedenle kaçınan bireylerin başkalarına bağlı hissetmenin ve onları hayatlarında tutmanın bir yolu olarak sosyal medyayı kullanıp (Nitzburg ve Farber, 2013) kendileri ile sosyal medya arasında duygusal olarak yakınlık kurmuş olacakları ve sosyal etkileşime girmedikleri için (Nitzburg ve Farber, 2013) sosyal medyanın hayatlarında bir rutin oluşturmadığı düşünülmektedir. Kaygılı bağlanan kişiler ise bir fotoğraf ve gönderi yayınladıklarında herhangi birinden gelecek geri bildirim arayışlarından dolayı sosyal medyayı sürekli olarak kontrol etmek isteyip kendilerini canlı tutmanın yolunu aradıkları bilinmektedir (Oldmeadow ve ark. 2013; Hart ve ark., 2015). Bu nedenle sosyal medya kaygılı kişilere rutin kontrollerini sık sık yapma imkanı sağladığı için çevrimiçi ağlarla aralarında hem duygusal bir bağ oluşup hem de hayatlarının bütününe dahil olduğu düşünülmektedir. Ek olarak, aleksitimik bireylerin düşük empati yeteneğine, kişiler arası sıkıntılara ve sınırlı iletişim yeteneklerine sahip olduğu belirtilmiş (Banzhaf, Hoffmann ve Kanske, 2018) olup

aleksitimi ile sosyal medya bağımlılığı ve kullanım süresi konusunda çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların sonuçlarında ise aralarında pozitif ilişki saptanmıştır (Mersin ve ark., 2019; Ezer, 2019). Tüm bunlardan yola çıkarak aleksitimik kişilerin sosyal medya ile hem duygusal bağ kurduğu hem de sosyal medyayı hayatlarına dahil ettiği düşünülmektedir.

5.1. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma bağlanma stilleri ve aleksitiminin, sosyal medya kullanımı üzerindeki yordayıcı rolünün incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Analizler sonucunda ortaya çıkan sonuçlar araştırmanın değişkenleri olarak kullanılan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı, sosyal rutinlerle bütünleşme), Toronto Aleksitimi Ölçeği ve Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II Ölçeğinin belirlediği değerlerle sınırlı kalmıştır.

Katılımcılar 18-26 yaş aralığında bulunan üniversite öğrencileri ile sınırlıdır. Yapılan çalışmalara bakıldığında ergenlik çağında olan gençlerin sosyal medya platformlarının kullanım düzeylerinin günden güne arttığını görmekteyiz (O'Keeff ve Clarke Pearson, 2011). Ayrıca ergenlik dönemine gelen gençlerin sanal dünyada var olan kişilerle oluşturdukları ilişkileri gerçek dünyadakilere tercih ettikleri bilinmektedir (Cabral, 2008). Buna ek olarak, ilişki durumunun (Semerci, 2018) ve medeni halin (Ateş, 2019) bağlanma ile bağlantılı olduğu bilinmektedir, oysa ki bu çalışma üniversite öğrencilerini kapsadığı için, birçok öğrencinin bekar olduğu gözlenmiş olup ilişkisinin olup olmamasına dikkat edilmemiştir. Dolayısıyla, geniş bir yaş aralığı içinde ilişki durumunun ya da farklı gelişim dönemlerin dahil edildiği çalışmalar literatüre fayda sağlayabilir.

Son olarak, bu çalışmada katılımcıların %96,8'i Instagram hesabını, %21,3'ü Facebook hesabını, %61,2'si Twitter hesabını aktif olarak kullandığını belirtmiştir. Bu değerlerin de eşit olarak dağılmaması yapılan analiz sonuçlarının farklı çıkması ile ilişkili olacağı düşünülmüştür. Dolayısıyla, benzer değişkenlerle yapılacak ileriki çalışmalar için üç sosyal medya hesabını aktif olarak kullanan katılımcıların sayılarının eşit olarak ele alınması önerilmektedir. Çünkü katılımcıların eşit sayıda olması bu hesaplar arasında farklılıkların daha net görülmesine imkan sağlayacaktır. Aynı zamanda aktif olarak Twitter ve Facebook kullanan katılımcıların örneklem sayılarını arttırmak ileride yapılacak olan çalışmalar için

önerilmektedir. Gazi ve Çetin, (2017) farklı sosyal medya platformları ile sosyal medya bağımlılıkları arasında farkı incelemiş ve sadece Facebook ve Youtube arasında katılımcıların sosyal medya bağımlılık oranlarının farklı olduğunu görmüş olup diğer sosyal medya platformları arasında (Twitter, Instagram, LinkedIn ve MySpace) fark bulamamıştır.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma için belirlenen hipotezler çerçevesinde öncelikle her hesabı (Facebook, Instagram ve Twitter) aktif kullanan katılımcılar için ayrı ayrı kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi ile SMUIS ve alt ölçekleri için korelasyon değerlerine bakılmıştır. Facebook için; SMUIS ile kaygılı bağlanma ve aleksitimi düzeyi arasında pozitif ilişki bulunmuş fakat kaçınmacı bağlanma ile arasında bir ilişki bulunmamıştır. SIEC ile kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi arasında pozitif ilişki bulunmuştur. ISR ile kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Ek olarak kaygılı bağlanmanın SMUIS ve SIEC puanını anlamlı olarak yordadığı saptanmıştır.

Instagram için; SMUIS ile kaygılı bağlanma ve aleksitimi düzeyi arasında pozitif ilişki bulunmuş fakat kaçınmacı bağlanma arasında bir ilişki bulunmamıştır. SIEC ile kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi arasında pozitif ilişki bulunmuştur. ISR ile kaygılı bağlanma ve aleksitimi arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunurken kaçınmacı bağlanma ile arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Ek olarak sahte hesap, günlük kullanım süreleri, aleksitimi ve kaygılı bağlanma SMUIS toplam puanını, sahte hesap, günlük kullanım süreleri, aleksitimi ve kaygılı-kaçınmacı bağlanma SIEC puanını, sahte hesap, günlük kullanım süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla), kaygılı ve kaçınmacı bağlanma ISR puanını yordadığı saptanmıştır.

Twitter için; SMUIS ile kaygılı bağlanma ve aleksitimi arasında pozitif ilişki bulunmuş fakat kaçınmacı bağlanma arasında bir ilişki bulunmamıştır. SIEC ile kaygılı-kaçınmacı bağlanma ve aleksitimi arasında pozitif ilişki bulunmuştur. ISR ile kaygılı bağlanma ve aleksitimi arasında ilişki bulunmazken kaçınmacı bağlanma ile negatif bir ilişki bulunmuştur. Ek olarak günlük kullanım süresi (3 saat ve daha fazla), aleksitimi ve kaygılı bağlanma SMUIS ve SIEC puanlarını, günlük kullanım

süreleri (0-30 dk/ 30 dk-1 saat, 3 saat ve daha fazla) ve kaçınmacı bağlanma ISR puanını yordadığı saptanmıştır.

Ağ büyüklüğünü temsil eden arkadaş sayılarıyla ilgili belirlenen hipotezleri test etmek için her hesabı (Facebook-Instagram-Twitter) aktif kullananları ayrı ayrı ele aldığımızda tüm sonuçlar sosyal medyadaki ağ büyüklüğü ile kaygılı ve aleksitimi düzeyleri arasında anlamlı ilişkinin olmadığını göstermiştir. Bu yüzden ağ büyüklüğü ile ilgili hipotezler red edilmiştir.

Yapılan çalışmanın sonuçları yetişkinlikte bağlanma (kaygılı-kaçınan) boyutları ile özellikle Instagram kullanımı ve deneyimleri arasında teorik çerçevede tutarlı veriler sunmaktadır. Bu bulgular, sosyal ağların kişilerin sahip olduğu bağlanma özelliklerine hizmet edeceğini ve özellikle kaygılı bağlanması fazla olan üniversite öğrencileri için daha çekici olabileceğini desteklemektedir. Mevcut çalışma gençler arasındaki sosyal ağ kullanımının bağlanma kuramı ile açıklanabilmesi açısından az sayıdaki geçmiş çalışmalara eşlik etmesiyle birlikte sosyal ağ kullanımının aleksitimi ile ilişkisini zengin bir bakış açısı ile anlamaya yönelik ilk adımlardan biri olmuştur.

Çalışmanın yukarıda belirtilen kısıtlılıklarına yönelik sunduğumuz önerilere ek olarak gelecek çalışmalar için birçok öneriler daha mevcuttur.

Literatür incelendiğinde sosyal medya kullanımı önceki çalışmalarda sıklıkla 'Facebook Yoğunluk Ölçeği' ile değerlendirildiği gözlenmektedir (Ellison ve ark., 2007). Facebook Yoğunluk Ölçeğinden önce ise araştırmacılar kendi sorularını hazırlayarak ölçüm yapmışlardır. Fakat SMUIS geliştirilene kadar sosyal medyanın insanların günlük hayatlarıyla birleşmesini bu kadar titiz değerlendiren başka bir ölçüm aracı bulunmamaktaydı. Jenkins-Guarnieri ve ark., (2013) daha önce kendi ölçüm araçlarını geliştiren araştırmacıların, hazırladıkları ölçeklerin aşamalarını ve izledikleri yolları net bildirmediklerini belirtmiştir. Ayrıca SMUIS ölçeği diğer sosyal medya platformlarına uyarlanabilmektedir. Sosyal medyanın kullanımı konusunda ölçüm yapan araçların arasından SMUIS ölçeği en kapsamlılar arasındadır. Bu yüzden ileride yapılacak çalışmalar için kullanım konusundan ziyade kullanım amaçlarını belirleyen ölçeklerin araştırmalara dahil edilmesi literatürdeki eksikliklere katkı sağlayacaktır.

Bazı çalışmalarda sosyal medya kullanımının bireylerdeki öznel iyi oluşun, yaşam doyumunun ve sosyal çevre ile temasın eksikliğinden kaynaklı olabileceği gibi depresyon seviyesinin de önemli etkisinden bahsedilmektedir (Chou ve Edge,

2012; Kross, Verduyn ve Demiralp, 2013). Bu sonuçlar, sosyal medya kullanımının ruh sağlığı üzerinde ciddi etkileri olabileceğini göstermektedir. Fakat bu noktada, sosyal medyanın etkisinin farklı yaş gruplarında farklı şekillerde görülebileceği de unutulmamalıdır. Özellikle ergenlikteki bireyler açısından sosyal medya üzerinden akran yargılamasının ve kabulünün ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir (Patchin ve Hinduja, 2006). Bununla beraber, sosyal medya kullanımı ile zihinsel sağlık ve iyi oluş arasındaki ilişki üzerinde bağlanma stillerinin (kaygılı-kaçıncı) düzenleyici rolünü inceleyen çalışmanın sonuçları; yüksek kaygılı ve düşük kaçınmacı bağlanmaya sahip bireylerin, problemleri sosyal medya kullanımından kaynaklı ortaya çıkan olumsuz sonuçlara karşı daha duyarlı olabileceğini belirtmiş olup problemleri kullanım ile hem psikolojik iyi oluş hem de yaşam doyumunun olumsuz ilişki içerisinde olduğu saptanmıştır (Young, Kolubinski ve Frings, 2020). Tüm bunlara dayanarak, gelecekte ruh sağlığı, aleksitimi ve bağlanma biçimleri ilişkisinde sosyal medyanın rolünün inceleneceği çalışmalar yapılması önem taşımaktadır.

Sosyal medya üzerinden zorbalık yapma (cyberbullying) artmakta olup sosyal medyada zorbalığa uğrayan kişiler çeşitli psikolojik sıkıntılar yaşamaktadır. Arıca (2009) yaptığı çalışmada siber zorbalıların ve kurbanlarının diğer kişilere göre psikolojik belirtiler gösterme olasılıklarının daha fazla olduğunu saptamıştır. Aynı zamanda bu belirtilerin başında düşmanca duyguların geldiğini belirtmiştir. Diğer araştırmalar siber zorbalığın depresyon, kaygı ve intihar girişimlerine öncülük ettiğini göstermektedir (Hamm ve ark., 2015; Dalmaz, 2014; Ildırım, Çalıcı ve Erdoğan, 2017). Bu davranışların da bağlanma stilleri ve aleksitimi temelli incelenmesi gelecekteki çalışmalar için faydalı olabilir.

Geçmiş çalışmalara bakıldığında güvensiz bağlanma stillerinin, aleksitimik kişiliğin oluşmasında etkisinin olacağı düşünülmektedir (Kraemer ve Loader, 1995). Üniversite öğrencilerinin katılımı ile yapılan bir çalışmaya göre ise kaçınmacı ve kaygılı bağlanma stillerinin aleksitimi puanlarını pozitif bir şekilde yordadığı belirtilmiştir (Meins, Harris-Waller ve Lloyd, 2008). Aleksitimi ve bağlanma stilleri ile yapılan çalışmaların literatürde yer alması ile birlikte bu çalışmanın bulgularını da göz önünde bulundurarak gelecek çalışmalar için bağlanma stilleri, aleksitimi ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilerin aracı etki modeli ile incelenmesi önerilmektedir.

Son olarak, araştırmanın sonuçlarının bireylere sağlanan ruh sağlığı hizmetleri ve klinik gözlemler çerçevesinde de değerlendirilebileceği düşünölmektedir. Güvensiz bağlanan ve aleksitimik kişilerin gerçek hayattaki ilişkilerinde yaşadıkları bazı olumsuz durumlardan dolayı kendilerine alternatif çözümler bulma yoluna girdiklerini aynı zamanda bu alternatif çözümlerin başında ise sosyal medya kullanımının geldiğini mevcut çalışmanın sonuçlarına dayanarak görmekteyiz. Bununla birlikte, bireylerin sergilediği sosyal medyadaki eylemleri ve kullanım biçimlerinin temelleri aslında güvensiz bağlanma stilleri ve aleksitimik kişilerin sahip olduğu özelliklerden kaynaklanabileceği düşünölebilir.

KAYNAKÇA

- Ainsworth, M. D. S. (1967). *Infancy in Uganda: Infant care and the growth of love*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press
- Ainsworth, M. D. S. (1978). *Patterns of attachment*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Ainsworth M. S. (1989). Attachment beyond infancy. *American Psychologist*, 44(4), 709
- Ainsworth, M. D. S., & Bell, S. M. (1970). Attachment, exploration, and separation: Illustrated by the behavior of one-year-olds in a strange situation. *Child Development*, 1(41), 49-67 doi:10.2307/1127388
- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., & Wall, S. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Akın, A., Özbay, A. ve Baykut, İ. (2015). The validity and reliability of the Turkish version of the social media use integration scale. *The Journal of International Social Research*, 8 (38), 647-650
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421
- Alan, H. (2019). Sosyal ağ kullanımı yoğunluğu ve sanal kaytarma davranışları: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 112-129
- Alantar, Z., & Maner, F. (2008). Bağlanma kurami açısından yeme bozuklukları/Eating disorders in the context of attachment theory. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 9(2), 97
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Algharabat, R., & Tarhini, A. (2016). A systematic review of extant literature in social media in the marketing perspective. *In Conference on e-Business, e-Services and e-Society*, 79-89
- Allen, J. P., & Land, D. (1999). *Attachment in adolescence*. In J. Cassidy & P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (p. 319–335). The Guilford Press

- Al-Menayes, J. J. (2015). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 23-28. doi: 10.11648/j.pbs.20150401.14
- Altunbaş, F., ve Kul, M. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (51), 414-423.
- Anders, S. L. ve Tucker, J. S. (2005). Adult Attachment Style, Interpersonal Communication Competence and Social Support. *Personal Relationships* 7:379-89 doi.org/10.1111/j.1475-6811.2000.tb00023.x
- Andangsari, E. W., Gumilar, I., & Godwin, R. (2013). Social networking sites uses and psychological attachment need among Indonesian young adults population. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(2), 133
- Arabacıoğlu, T. ve Çakır, Ö. (2017). Öğretmen Adaylarının Facebook Kullanımının Modellenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (39) , 320-340
- Arıçak, O. T. (2009). Üniversite öğrencilerindeki siber zorbalık davranışlarının bir yordayıcısı olarak psikiyatrik belirtiler. *Eurasian Journal of Educational Research*, 34, 167-184.
- Arigo, D., Pagoto, S., Carter-Harris, L., Lillie, S. E. ve Nebeker, C. (2018). Using social media for health research: Methodological and ethical considerations for recruitment and intervention delivery, *Digital. Health*, 4, 1-15
- Ateş, N. (2019). Eğitim Düzeylerine Göre 20-35 Yaş Arasındaki Evli Ve Bekârların Bağlanma Stili Puanlarının Karşılaştırılması. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 2 (1) , 1-11 .
- Aydın, E. İ. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği”, (35): 373-386
- Bagby, R. M., Parker, J. D. A., & Taylor, G. J. (1994). The twenty-item Toronto Alexithymia Scale: I. Item selection and cross-validation of the factor structure. *Journal of Psychosomatic Research*, 38(1), 23–32.
- Bagby, R. M., Taylor, G. J. ve Parker, J. D. A. (1994). The twenty-item Toronto Alexithymia Scale: II. Convergent, discriminant, and concurrent validity. *Journal of Psychosomatic Research*, 38:33-40.
- Bagby, R. M., Taylor, G. J., Parker, J. D., ve Dickens, S. E. (2006). The development of the Toronto Structured Interview for Alexithymia: item selection, factor structure, reliability and concurrent validity. *Psychotherapy and psychosomatics*, 75(1), 25-39.
- Balcı, Ş., ve Sarıtaş, H. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya’da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 689-709.

- Banzhaf, C., Hoffmann, F., Kanske, P., Fan, Y., Walter, H., Spengler, S., ve Bermpohl, F. (2018). Interacting and dissociable effects of alexithymia and depression on empathy. *Psychiatry research*, 270, 631-638
- Barnett, D., & Vondra, J. I. (1999). Atypical patterns of early attachment: Theory, research, and current directions. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 64(3), 1–24. doi: 10.1111/1540-5834.00031
- Bartholomew, K. (1990). Avoidance of intimacy: An attachment perspective. *Journal of Social and Personal relationships*, 7(2), 147-178
- Bartholomew, K., ve Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226–244
- Bartholomew, K., & Shaver, P. R. (1998). Methods of assessing adult attachment. *Attachment theory and close relationships*, 1998, 25-45.
- Behrens, K., Hesse, E., & Main, M. (2007). Mothers' attachment status as determined by the Adult Attachment Interview predicts their 6-year-olds' reunion responses: A study conducted in Japan. *Developmental Psychology*, 43(6), 1553–1567.
- Bekiroğlu, H. A., ve Şahin, E. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu ve Saldırganlık Davranışı Gösterme İlişkisi. *Social Sciences*, 14(3), 215-236
- Berlin, L. J., & Cassidy, J. (1999). *Relations among relationships: Contributions from attachment theory and research*. In J. Cassidy & P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (p. 688–712). The Guilford Press.
- Berry, N., Emsley, R., Lobban, F., ve Bucci, S. (2018). Social media and its relationship with mood, self-esteem and paranoia in psychosis. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 138(6), 558-570.
- Besharat, M. A. (2010). Relationship of alexithymia with coping styles and interpersonal problems. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 5, 614-618
- Bilgin M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The journal of international scientific researches* 3(3).
- Boyd, D. M, Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1)
- Bowlby, J. (1958). The nature of the child's tie to his mother. *International Journal of Psycho-Analysis*, 39, 350–373.
- Bowlby, J. (1988). *A secure base: Clinical applications of attachment theory*. New York, NY: Routledge.
- Bowlby, J.(2012). *Bağlanma*, (T. Soylu, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

- Bretherton, I. (1992). The origins of attachment theory: John Bowlby and MaryAinsworth. *Developmental Psychology*, 28, 759–775
- Burgess, C., & Simpson, G. B. (1988). Cerebral hemispheric mechanisms in the retrieval of ambiguous word meanings. *Brain and language*, 33(1), 86-103
- Cabral, J. (2008). Is generation Y addicted to social media. *Future of children*, 2(1), 5-14
- Chang, C. (2019). Ambivalent Facebook users: Anxious attachment style and goal cognition. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(8), 2528–2548. <https://doi.org/10.1177/0265407518791310>
- Chen, A. (2019). From Attachment to Addiction: The Mediating Role of Need Satisfaction on Social Networking Sites. *Computers in Human Behavior*. doi:10.1016/j.chb.2019.03.034
- Chen, L., Karbasi, A., & Crawford, F. W. (2016). Estimating the size of a large network and its communities from a random sample. *Advances in neural information processing systems*, 29, 3072.
- Chou H. T. G., Edge N. (2012). They are happier and having better lives than I am: 48 The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology Behaviour and Social Networking*. 15(2):117–121
- Coan, J. A., ve Sbarra, D. A. (2015). Social baseline theory: The social regulation of risk and effort. *Current opinion in psychology*, 1, 87-91.
- Cooper, E.D., Holmstrom , R.W. (1984). Relation Ship Between Alexihmia and Somatic Complaints in Normal Sample. *Psychother Psychosom*, 41, 20-24
- Cresci, S., Di Pietro, R., Petrocchi, M., Spognardi, A., & Tesconi, M. (2015). Fame for sale: Efficient detection of fake Twitter followers. *Decision Support Systems*, 80, 56–71. doi:10.1016/j.dss.2015.09.003
- Çakmak, S., ve Müezzın, E. E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(3), 196-203
- Çelik, İ. (2012). *Öğretmen adaylarının sosyal ağ (Facebook) kullanımlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>

- Dalmaz, Esra (2014). “Üniversite Öğrencilerinde Siber Zorbalık/Mağduriyet, Depresyon Ve Anksiyete Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Demir, Y., ve Kumcağız, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42.
- Demirdağ, M. F. (2017). Bağlanma Teorisi'nin Kökenleri: John Bowlby ve Mary Ainsworth. *Düzce Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 76-90.
- Dumbar, R.I.M. (2016). Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks. *Royal Society Open Science*, 3(1).
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289-309.
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., ve Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and entrepreneurship*, 16(3), 79-91.
- Edwards, M. S., Karantonis, J. Lvyers, M., ve Thorberg, F.A. (2016). Traits associated with internet addiction in young adults: potential risk factors. *Addictive Behaviors Reports*, 3, 56–60.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168. doi:10.1111/j.1083-6101 .2007.00367.x
- Emery, L. F., Muise, A. ve Dix, E. L. (2014). Can You Tell That I’m in a Relationship? Attachment and Relationship Visibility on Facebook. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 40 (11)
- Erdman, P., ve Ng, K. M. (Eds.). (2011). *Attachment: Expanding the cultural connections* .London: Routledge.
- Ezer, R. N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Aleksitimi Düzeyleri ve Bağlanma Stilleri ile Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.G., ve Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program fort he social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, Thrid Edition.
- Fiori, K. L., Consedine, N. S., ve Merz, E.-M. (2011). Attachment, Social Network Size, and Patterns of Social Exchange in Later Life. *Research on Aging*, 33(4), 465–493.

- Fraley, R. C., Waller, N. G., ve Brennan, K. A. (2000). An item response theory analysis of self-report measures of adult attachment. *Journal of personality and social psychology*, 78(2), 350-365
- Freyberger, H. (1977). Supportive psychotherapeutic techniques in primary and secondary alexithymia. *Psychotherapy and psychosomatics*, 28(1/4), 337-342.
- Gabriel, B., Untas, A., Lavner, J. A., Koleck, M., & Luminet, O. (2016). Gender typical patterns and the link between alexithymia, dyadic coping and psychological symptoms. *Personality and Individual Differences*, 96, 266-271
- Gazi, M. A., ve Çetin, M. (2017). The research of the level of social media addiction of university students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 549-559. <https://doi.org/10.24289/ijsser.279705>
- Gillath, O., Karantzas, G. C., Selcuk, E. (2017). A Net of Friends: Investigating Friendship by Integrating Attachment Theory and Social Network Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 43 (11)
- Gomez, P., Rial, A., Braña, T., Golpe, S., Varela, J., (2017). Screening of Problematic Internet Use Among Spanish Adolescents: Prevalence and Related Variables. *Cyberpsychol Behavior and Social Networking*, 20(4), 259–267. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0262>
- Gorrese, A., ve Ruggieri, R. (2012). Peer Attachment: A Meta-analytic Review of Gender and Age Differences and Associations with Parent Attachment. *Journal of Youth and Adolescence*, 41(5), 650–672. doi:10.1007/s10964-012-9759-6
- Göksel, A . (2018). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(1), 39-48. Doi: 10.1501/Sporm_0000000340
- Grabe, H. J., Rainermann, S., Spitzer, C., Gänssicke, M. ve Freyberger, H. J. (2000). The relationship between dimensions of alexithymia and dissociation. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 69, 128–131
- Güleç, H., Köse, S., Güleç, Y.M., Çitak, S., Evren C., Borckardt, J. ve Sayar, K. (2009). Reliability and Factorial Validity of The Turkish Version of The 20-Item Toronto Alexithymia Scale (TAS-20). *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, 19, 214-220.
- Güler, H. K. (2014). *Yetişkin Bireylerde Bağlanma Biçimleri ile Psikososyodemografik Değişkenlerin Aleksitimi Düzeyi Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi, İstanbul.
- Hamm, M. P., Newton, A. S., Chisholm, A., Shulhan, J., Milne, A., Sundar, P., ... & Hartling, L. (2015). Prevalence and effect of cyberbullying on children and young people: A scoping review of social media studies. *JAMA pediatrics*, 169(8), 770-777.
- Harlow, H. F. (1958). The nature of love. *American Psychologist*, 13, 673–675

- Hart, J., Nailling, E., Bizer, G. Y., Collins, C. K. (2015). Attachment theory as a framework for explaining engagement. *Personality and Individual Differences*, 77, 33-40
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.3.511>
- Hazan, C., ve Shaver, P. R. (1994). Deeper into attachment theory. *Psychological Inquiry*, 5(1), 68–79.
- Hazar, M. (2011). “Sosyal Mağımlılığı- Bir Alan Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32
- Helmes, E., McNeill, P. D., Holden, R. R., & Jackson, C. (2008). The construct of alexithymia: Associations with defense mechanisms. *Journal of clinical psychology*, 64(3), 318-331.
- Hızarcı, Ö. (2018). *Problemlili cep telefonu kullanımı, sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK), yaşam doyumu ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin demografik değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Hoppe, K. D., & Bogen, J. E. (1977). Alexithymia in twelve commissurotomized patients. *Psychotherapy and psychosomatics*, 28(1/4), 148-155.
- Ildırım, Ezgi; Çalıcı, Can; Erdoğan, Barışhan (2017). “Psychological Correlates of Cyberbullying and Cyber-Victimization”. *International Journal of Human and Behavioral Science*, 3(2), 7-21.
- İnsan Toplum ve Teknoloji Derneği (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağlarda Sahte Hesap Kullanım Eğilimi Araştırma Projesi. Erişim Tarihi: 15.03.2021 <https://docplayer.biz.tr/19310541-Universite-ogrencilerinin-sosyal-aglarda-sahte-hesap-kullanim-egilimi-arastirma-projesi.html>
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., Johnson, B. (2013). Development and Validation of a Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 28(1), 38-50
- Kalaman, S., Orhan, H., Kocabay, İ. (2019). Sosyal Medya Kullanımı ve Aleksitimi: Acil Serviste Çalışan Hemşireler Üzerine Bir Araştırma. *Online Academic Journal of Informantion Technology*, 10 (37)
- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(1), 11–17.
- Kapitan, M. K. (2019). *The Impact of Self-Compassion and the Mediating Effects of Social Media on Relational Intimacy* (Doctoral dissertation, Purdue University Graduate School).
- Kauhanen, J., Kaplan, G.A., Julkunen, J., Wilson, T.W., Salonen, J.T. (1993). Social factors in alexithymia. *Comprehensive Psychiatry*, 34(5), 330-335

- Kaya, F. ve Kalkan, M. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Narsisistik Eğilimler, Bağlanma Stilleri ve Sosyal Medya Kullanımı. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 9(2), 243-249
- Kemp S. (2020). Digital 2020 Global Overview Report. Erişim Tarihi: 15.03.2021 <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Kıran, S., Küçükboğazcı, H., ve Emre, İ. E. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Kim, D. H., Seely, N., & Jung, J.-H. (2017). Do You Prefer, Pinterest or Instagram? The Role of Image-sharing SNSs and Self-monitoring in Enhancing Ad Effectiveness. *Computers in Human Behavior* (70), 535-543.
- Kraemer S, Loader P (1995) Passing through life: alexithymia and attachment disorders. *J Psychosom Res*, 39: 937-941
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*. 8(8).
- Krystal, H. (1979). Alexithymia and psychotherapy. *American journal of psychotherapy*, 33(1), 17-31.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(13)
- Larsen, J. K., Brand, N., Bermond, B., & Hijman, R. (2003). Cognitive and emotional characteristics of alexithymia: a review of neurobiological studies. *Journal of psychosomatic research*, 54(6), 533-541.
- Lazarus, R. S. (1982). Thoughts on The Relation Between Emotion and Cognition. *American Psychologist*, 37, 1019-1024.
- Lesser, I. M. (1981). A review of the alexithymia concept. *Psychosomatic medicine*.
- Lesser, I. M. (1985). Alexithymia. *New England Journal of Medicine*. 312:690-692
- Lumley, M. A., Ovies, T., Stettner, L., Wehmer, F., Lakey, B. (1996). Alexithymia, social support and health problems. *Journal of Psychosomatic Research*, 41(6), 519-530
- Magro, M. J., Ryan, S. D., Sharp, J. H., & Ryan, K. A. (2009). Using social networking for educational and cultural adaptation: An exploratory study. *AMCIS 2009 proceedings*, 528.

- Main, M. (1996). Introduction to the special section on attachment and psychopathology: 2. Overview of the field of attachment. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64(2), 237–243.
- Main, M., Kaplan, N., ve Cassidy, J. (1985). Security in infancy, childhood, and adulthood: A move to the level of representation. *Monographs of the society for research in child development*, 66-104. <https://doi.org/10.2307/3333827>
- Mason, Oliver, Tyson, M., Jones, C. & Potts, S. (2005). ‘Alexithymia: its prevalence and correlates in a British undergraduate sample’. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 78(1), 113-125
- McDougall, M. A., Walsh, M., Wattier, K., Knigge, R., Miller, L., Stevermer, M., ve Fogas, B. S. (2016). The effect of social networking sites on the relationship between perceived social support and depression. *Psychiatry research*, 246, 223-229.
- McKenna, K. Y., ve Bargh, J. A. (1999). Causes and consequences of social interaction on the Internet: A conceptual framework. *Media psychology*, 1(3), 249-269.
- Meins E, Harris-Waller J, Lloyd A (2008) Understanding alexithymia: Associations with peer attachment style and mind-mindedness. *Pers Individ Dif*, 45:146-152.
- Mersin, S., İbrahimoğlu, Ö., Saray Kılıç, H., ve Bayrak Kahraman, B. (2019). Social media usage and alexithymia in nursing students. *Perspectives in Psychiatric Care*. doi:10.1111/ppc.12448
- Morsünbül, Ü., ve Çok, F. (2011). Bağlanma ve ilişkili değişkenler. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(3), 553-570.
- Nitzburg, G. C., ve Farber, B. A. (2013). Putting up emotional (Facebook) walls? Attachment status and emerging adults' experiences of social networking sites. *Journal of Clinical Psychology*, 69, 1183–1190. <http://dx.doi.org/10.1002/jclp.22045>
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78.
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- Oldmeadow, J. A., Quinn, S. ve Kowert, R. (2012). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29, 1142-1149
- Ophir, Y. (2017). SOS on SNS: Adolescent distress on social network sites. *Computers in Human Behavior*, 68, 51-55.

- Öztemel, K., ve Traş, Z. (2017). Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin (FYÖ) Türkçe'ye uyarlanması: Faktör yapısı ve güvenilirliğinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(2), 91-101.
- Patchin, J. W., ve Hinduja, S. (2006). Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4(2), 148–169. <https://doi.org/10.1177/1541204006286288>
- Pilar, A. M., Manuel, R. R., Alberto-Jesús, P. M., del Pilar, M. J. M., Claudia, P., Dolores, R.-M. M., & Manuel, V.-A. (2019). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 101304. doi:10.1016/j.tele.2019.101304
- Porter, L. L. (2003). The science of attachment: The biological roots of love Mothering, 119, 1–11
- Provision Living (2019). Smartphone Screen Time: Baby Boomers and Millennials. Erişim Tarihi: 25.04. 2021 <https://www.provisionliving.com/news/smartphone-screen-time-baby-boomers-and-millennials>
- Raja S. N., McGee R., Stanton W. R. (1991). Perceived attachments to parents and peers and psychological well-being in adolescence. *J Youth Adolesc*; 21:471-485.
- Ratner, B. (2009). The correlation coefficient: Its values range between +1/-1, or do they?. *J Target Meas Anal Mark*, 17, 139-142. <https://doi.org/10.1057/jt.2009.5>
- Rom, E., ve Alfasi, Y. (2014). The role of adult attachment style in online social network affect, cognition, and behavior. *Journal of Psychology*, 1(1), 24-34.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., ve Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578 –586. doi: 10.1016/j.chb.2008.12.024
- Selçuk, E., Günaydın, G., Sümer, N., ve Uysal, A. (2005). Yetişkin bağlanma boyutları için yeni bir ölçüm: Yakın ilişkilerde yaşantılar envanteri-II'nin Türk örnekleminde psikometrik açıdan değerlendirilmesi. *Türk Psikoloji Yazıları*, 8(16), 1-11.
- Semerci, B. (2018). Romantik İlişkisi Olan Yetişkin Bireylerin İlişki Doyumlarının Bağlanma Stilleri, Benlik Saygısı ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından İncelenmesi. *Psikolojik Araştırmalar*, 3(6), 14-25.
- Sheldon, P., Antony, M. G., ve Ware, L. J. (2021). Baby Boomers' use of Facebook and Instagram: uses and gratifications theory and contextual age indicators. *Heliyon*, 7(4), e06670.
- Sifneos P. E. (1972) *Short-Term Psychotherapy and Emotional Crisis*: Harvard University Press. 1972.
- Sifneos, P. E. (1996). Alexithymia: Past and present. *The American Journal of Psychiatry*, 153(7), 137-142.

- Sigerson, L., ve Cheng, C. (2018). Scales for measuring user engagement with social network sites: A systematic review of psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 83, 87-105. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.023>
- Statista (2021). Number of Twitter users worldwide from 2014 to 2024. Erişim Tarihi: 12.03.2021 <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/>
- Statista (2021). Distribution of Facebook users in Turkey as of April 2021, by age of users. Erişim Tarihi: 25.04.2021 <https://www.statista.com/statistics/1030023/facebook-users-turkey/>
- Statista (2021). Distribution of Facebook users worldwide as of January 2021, by gender. Erişim Tarihi: 12.03.2021 <https://www.statista.com/statistics/699241/distribution-of-users-on-facebook-worldwide-gender/>
- Statista (2021). Average number of social media accounts per internet user from 2013 to 2018. Erişim Tarihi: 24.04.2021 <https://www.statista.com/statistics/788084/number-of-social-media-accounts/>
- Statista (2021). Distribution of Instagram accounts worldwide as of June 2019, by number of followers. Erişim Tarihi: 20.04.2021 <https://www.statista.com/statistics/951875/instagram-accounts-by-audience-size-share/>
- Statista (2021). Worldwide Instagram follower growth rate from January to June 2019, by profile size. Erişim Tarihi: 20.04.2021 <https://www.statista.com/statistics/307026/growth-of-instagram-usage-worldwide/>
- Statista (2021). Global number of fake accounts taken action on by Facebook from 4th quarter 2017 to 4th quarter 2020. Erişim Tarihi: 12.03.2021 <https://www.statista.com/statistics/1013474/facebook-fake-account-removal-quarter/>
- Sutcliffe A. G., Binder J. F., & Dunbar R. I. M. (2018). Activity in social media and intimacy in social relationships. *Computers in Human Behavior*, 85:227- 235. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.050>
- Sümer, N., ve Güngör, D. (1999). Yetişkin bağlanma stilleri ölçeklerinin Türk örnekleme üzerinde psikometrik değerlendirmesi ve kültürlerarası bir karşılaştırma. *Türk Psikoloji Dergisi*, 14(43), 71-106.
- Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook Kullanımı Araştırması. XIV. *Türkiye’de İnternet Konferansı*, 12-13.
- Şener (2021). Instagram’ın Kısa Tarihi. Erişim Tarihi: 09.02.2021 <https://sosyalmedya.co/instagram-infografik/>

- Şişman-Eren, E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.) Pearson, Boston
- Taylor GJ. (1984) Alexithymia concept, measurement and implications for treatment. *Am J Psychiatry*; 141:725-732.
- Taylor, G. J., Ryan, D. ve Bagby, M. (1985). Toward the development of a new self-report alexithymia scale. *Psychotherapy and psychosomatics*, 44(4), 191-199. <https://doi.org/10.1159/000287912>
- Taylor, G. J., Bagby, R. M., ve Parker, J. D. (1999). *Disorders of affect regulation: Alexithymia in medical and psychiatric illness*. Cambridge University Press.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Journal of History School(JOHS)*, 7(17): 851-870
- Thorberg FA, Young R, Sullivan KA, Lyvers M. (2009). Alexithymia and alcohol use disorders: a critical review. *Addict Behav*; 34:237-245
- Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L., Shin, C-C., Chen, K. C, Yang, Y. C. ve ark. (2009). The risks factors of Internet addiction-A survey of university freshmen. *Psychiatry Research*, 167, 294-299.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. Erişim adresi: 01.10.2020 <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. Erişim adresi: 01.10.2020 <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=Lv61pzCdPmn9MLzzR61FDQpGGLlGxK03SnnMJWks4sk1ytdVJvf!-1258634502?id=30574>
- Tychev, C., Garnier, S., Lighezzolo-Alnot, J., Claudon, P., ve Rebourg-Roesler, C. (2010). An accumulation of negative life events and the construction of alexithymia: a longitudinal and clinical approach. *Journal of personality assessment*, 92(3), 189-206.
- Uysal, Y. (2020). Lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım eğilimlerinin karşılaştırılması: Gediz örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(1), 70-85
- Valkenburg, P. M., ve Peter, J. (2007). Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends. *Developmental Psychology*, 43(2), 267-277. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.43.2.267>
- Vanheule, S., Vandenberghe, J., Verhaeghe, P., ve Desmet, M. (2010). Interpersonal problems in alexithymia: A study in three primary care groups. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 83(4), 351-362.

- Von Rad, M. (1984). Alexithymia and symptom formation. *Psychotherapy and psychosomatics*, 42(1-4), 80-89.
- Vural, Z. B. A. ve Bat. M., (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348- 3382.
- Yates, T. M., Gregor, M. A., Haviland, M. G. (2012). Child maltreatment, alexithymia, and problematic internet use in young adulthood. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 15(4)
- Yıldırım-Kurtuluş, H. (2016). *Okul Öncesi Kuruma Devam Eden 4-5 Yaş Grubu Öğrencilerin Benlik Kavramı Ve Bağlanma Stillerinin Anne Davranışları Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Young, L., Kolubinski, D. C., ve Frings, D. (2020). Attachment style moderates the relationship between social media use and user mental health and wellbeing. *Heliyon*, 6(6), e04056.
- Youssef, L., Hallit, R., Akel, M., Kheir, N., Obeid, S., ve Hallit, S. (2020). Social media use disorder and alexithymia: Any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *Perspectives in Psychiatric Care*. doi:10.1111/ppc.12506
- Zackheim, L. (2007). Alexithymia: The expanding realm of research. *Journal of Psychosomatic Research*, 63(4), 345–347. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2007.08.011>
- Waters, E., Merrick, S., Treboux, D., Crowell, J., ve Albersheim, L. (2000). Attachment security in infancy and early adulthood: A twenty-year longitudinal study. *Child development*, 71(3), 684-689.
- Winnicott, D. W. (1971). *Playing and reality*. London, UK: Tavistock.

EKLER

EK-A Bilgilendirilmiş Onam Formu

Bu tez çalışması, Işık Üniversitesi Klinik Psikoloji Bölümü öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Elif YILDIRIM danışmanlığında, Klinik Psikoloji yüksek lisans öğrencisi Buse ŞİMŞEK tarafından yürütülmüştür. Tezin amacı, üniversite öğrencilerinde bağlanma stilleri ve aleksitiminin, sosyal medya kullanımı ve ağ büyüklüğü üzerindeki yordayıcı rolü. Katılım gönüllük esasına dayanmakta olup kimlik belirleyici herhangi bir bilgi gerekmemektedir. Katılımcıların yanıtları gizli tutulacak, sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir. Bireysel hiçbir değerlendirme yapılmayacaktır.

Anket genel olarak kişisel rahatsızlık verecek sorular içermemektedir. Katılım sırasında ankette yer alan sorular ya da herhangi bir nedenle rahatsızlık duyulduğu takdirde cevaplama işlemi yarıda bırakılabilir.

Bu çalışmaya destek verdiğiniz için şimdiden teşekkür ederiz. Tez hakkında daha fazla bilgi edinmek ya da sorularınız için Buse Şimşek () ile iletişime geçebilirsiniz. Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorsanız, lütfen aşağıdaki bölümü işaretleyiniz.

Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.

EK-B Sosyodemografik Form

Sevgili Katılımcılar,

Bu form sizinle ilgili bazı bilgiler edinmek amacıyla hazırlanmıştır. Verilen forma adınızı veya soyadınızı yazmayınız. Vereceğiniz cevaplar bilimsel bir çalışma için kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Bu bakımdan doğru cevaplar vermeniz önem taşımaktadır.

1- Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

2- Yaşınız

18() 19() 20() 21() 22() 23() 24() 25()

3- Medeni Durum

Evli () Bekar ()

4- Okuduğu Bölüm

5- Sınıf

Hazırlık () 1.sınıf () 2.sınıf () 3.sınıf () 4.sınıf () Yüksek Lisans ()

6- Herhangi bir psikolojik rahatsızlığınız var mı? (Varsa belirtiniz)

Var () Yok () Lütfen yazınız:

7- Sosyal medya kullanıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

8- Hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz?

Facebook () Instagram () Twitter ()

9- Facebook hesabınızı aktif olarak kullandığınızı düşünüyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Aktif olarak Facebook kullandığınızı düşünmüyorsanız ilgili soruları cevaplandırmayınız

10- Ne kadar süredir Facebook hesabınız var?

1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-9 yıl () 10-12 yıl () 13-15 yıl ()

11- Facebook da kaç adet arkadaşınız var? _____

12- Geçen haftayı düşündüğünüzde gün içinde Facebook'ta ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

0 - 30 dakika ()

30 dakika -1 saat ()

1 saat – 2 saat ()

2 saat – 3 saat ()

3 saat ve daha fazla ()

13- Gerçek facebook hesabınız haricinde sahte başka hesabınız var mı?

Var () Yok ()

14- Instagram hesabınızı aktif olarak kullandığınızı düşünüyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Aktif olarak Instagram kullandığınızı düşünmüyorsanız ilgili soruları cevaplandırmayınız

15- Ne kadar süredir Instagram hesabınız var?

1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-9 yıl () 10-12 yıl () 13-15 yıl ()

16- Instagram'da kaç adet takipçiniz var? _____

17- Instagram'da kaç adet takip ettiğiniz kişi var? _____

18- Geçen haftayı düşündüğünüzde gün içinde Instagram'da ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

0 - 30 dakika ()

30 dakika -1 saat ()

1 saat - 2 saat ()

2 saat – 3 saat ()

3 saat ve daha fazla ()

19- Gerçek Instagram hesabınız haricinde sahte başka hesabınız var mı?

Var () Yok ()

20- Twitter hesabınızı aktif olarak kullandığınızı düşünüyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Aktif olarak Twitter kullandığınızı düşünmüyorsanız ilgili soruları cevaplandırmayınız

21- Ne kadar süredir Twitter hesabınız var?

1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-9 yıl () 10-12 yıl () 13-15 yıl ()

22- Twitter 'da kaç adet takipçiniz var? _____

23- Twitter 'da kaç adet takip ettiğiniz kişi var? _____

24- Geçen haftayı düşündüğünüzde gün içinde Twitter'da ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

0 - 30 dakika ()

30 dakika - 1 saat ()

1 saat - 2saat ()

2 saat – 3 saat ()

3 saat ve daha fazla ()

25- Gerçek Twitter hesabınız haricinde sahte başka hesabınız var mı?

Var () Yok ()

EK-C Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.

Tamamen katılmıyorum (1).....Tamamen katılıyorum (6) olacak şekilde bu maddelere cevap veriniz

1-Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda çevremle bağlantımın koptuğun hissediyorum

2-Keşke herkes iletişim kurmak için sosyal medyayı kullansa

3-Sosyal medyayı hiç kullanamadığım durumlarda gerginlik yaşarım

4- Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda mutsuz olurum

5- Diğer insanlarla neredeyse bütün iletişimimi sosyal medya aracılığıyla kurmayı tercih ederim

6-Sosyal medya sosyal ilişkilerimde önemli bir rol oynar

7-Sosyal medya hesabımı kontrol etmekten hoşlanırım

8-Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum

9-Sosyal medya kullanmak günlük yaşamımın rutin bir parçasıdır

10-Başkalarının sosyal medya paylaşımlarına cevap veririm

EK-D Toronto Aleksitimi Ölçeği

Lütfen aşağıdaki maddelerin sizi ne ölçüde tanımladığını işaretleyiniz.

Hiçbir zaman (1) Nadiren (2) Bazen (3) Sık Sık (4) Her zaman (5) olacak şekilde bu maddelere puan veriniz.

1. Ne hissettiğimi çoğu kez tam olarak bilemem
2. Duygularım için uygun kelimeleri bulmak benim için zordur
3. Bedenimde doktorların dahi anlamadığı hisler oluyor
4. Duygularımı kolayca tarif edebilirim
5. Sorunları yalnızca tarif etmektense onları çözümlmeyi yeğlerim
6. Keyfim kaçtığında, üzgün mü, korkmuş mu yoksa kızgın mı olduğumu bilemem
7. Bedenimdeki hisler kafamı karıştırır
8. Neden öyle sonuçlandığını anlamaya çalışmaksızın, işleri oluruna bırakmayı yeğlerim
9. Tam olarak tanımlayamadığım duygularım var
10. İnsanların duygularını tanıması gerekir
11. İnsanlar hakkında ne hissettiğimi tarif etmek bana zor geliyor
12. İnsanlar duygularımı kolayca tarif etmemi isterler
13. İçimde ne olup bittiğini bilmiyorum
14. Çoğu zaman neden kızgın olduğumu bilmem
15. İnsanlarla, duygularından çok günlük uğraşları hakkında konuşmayı yeğlerim
16. Psikolojik dramalar yerine eğlendirici programlar izlemeyi yeğlerim
17. İçimdeki duyguları yakın arkadaşlarıma bile açıklamak bana zor gelir
18. Sessizlik anlarında dahi, kendimi birisine yakın hissedebilirim
19. Kişisel sorunlarımı çözerken duygularımı incelemeyi yararlı bulurum
20. Film veya oyunlarda gizli anlamlar aramak, onlardan alınacak hazzı azaltır

EK-E Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II

Aşağıdaki maddeler romantik ilişkilerinizde hissettiğiniz duygularla ilgilidir. Bu araştırmada sizin ilişkinizde yalnızca şu anda değil, genel olarak neler olduğuyla ya da neler yaşadığınızla ilgilenmekteyiz. Maddelerde sözü geçen "birlikte olduğum kişi" ifadesi ile romantik ilişkide bulunduğunuz kişi kastedilmektedir. Eğer halihazırda bir romantik ilişki içerisinde değilseniz, aşağıdaki maddeleri bir ilişki içinde olduğunuzu varsayarak cevaplandırınız. Her bir maddenin ilişkilerinizdeki duygu ve düşüncelerinizi ne oranda yansıttığını karşılardaki 7 aralıklı ölçek üzerinde, ilgili rakam üzerine çarpı (X) koyarak gösteriniz.

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7

Beni hiç beni	Beni kısmet	Tamamıyla
tanımlamıyor	tanımlıyor	tanımlıyor

1. Birlikte olduğum kişinin sevgisini kaybetmekten korkarım.
2. Gerçekte ne hissettiğimi birlikte olduğum kişiye göstermemeyi tercih ederim.
3. Sıklıkla, birlikte olduğum kişinin artık benimle olmak istemeyeceği korkusuna kapılırım.
4. Özel duygu ve düşüncelerimi birlikte olduğum kişiyle paylaşmak konusunda kendimi rahat hissederim.
5. Sıklıkla, birlikte olduğum kişinin beni gerçekten sevmediği kaygısına kapılırım.
6. Romantik ilişkide olduğum kişilere güvenip inanmak konusunda kendimi rahat bırakmakta zorlanırım.

7. Romantik ilişkide olduğum kişilerin beni, benim onları önemseyemediğim kadar önemsemeyeceklerinden endişe duyarım.
8. Romantik ilişkide olduğum kişilere yakın olma konusunda çok rahatımdır.
9. Sıklıkla, birlikte olduğum kişinin bana duyduğu hislerin benim ona duyduğum hisler kadar güçlü olmasını isterim.
10. Romantik ilişkide olduğum kişilere açılma konusunda kendimi rahat hissetmem.
11. İlişkilerimi kafama çok takarım.
12. Romantik ilişkide olduğum kişilere fazla yakın olmamayı tercih ederim.
13. Benden uzakta olduğunda, birlikte olduğum kişinin başka birine ilgi duyabileceği korkusuna kapılıyorum.
14. Romantik ilişkide olduğum kişi benimle çok yakın olmak istediğinde rahatsızlık duyarım.
15. Romantik ilişkide olduğum kişilere duygularımı gösterdiğimde, onların benim için aynı şeyleri hissetmeyeceğinden korkarım.
16. Birlikte olduğum kişiyle kolayca yakınlaşabilirim.
17. Birlikte olduğum kişinin beni terk edeceğinden pek endişe duymam.
18. Birlikte olduğum kişiyle yakınlaşmak bana zor gelmez.
19. Romantik ilişkide olduğum kişi kendimden şüphe etmeme neden olur.
20. Genellikle, birlikte olduğum kişiyle sorunlarımı ve kaygılarımı tartışırım.
21. Terk edilmekten pek korkmam.
22. Zor zamanlarımda, romantik ilişkide olduğum kişiden yardım istemek bana iyi gelir.
23. Birlikte olduğum kişinin, bana benim istediğim kadar yakınlaşmak istemediğini düşünürüm.
24. Birlikte olduğum kişiye hemen hemen her şeyi anlatırım.

25. Romantik ilişkide olduğum kişiler bazen bana olan duygularını sebepsiz yere değiştirirler.
26. Başımdan geçenleri birlikte olduğum kişiyle konuşurum.
27. Çok yakın olma arzumu bazen insanları korkutup uzaklaştırır.
28. Birlikte olduğum kişiler benimle çok yakınlaştığında gergin hissederim.
29. Romantik ilişkide olduğum bir kişi beni yakından tanıdıktan sonra, “gerçek ben”den hoşlanmayacağından korkarım.
30. Romantik ilişkide olduğum kişilere güvenip inanma konusunda rahatımdır.
31. Birlikte olduğum kişiden ihtiyaç duyduğum şefkat ve desteği görememek beni öfkelenendirir.
32. Romantik ilişkide olduğum kişiye güvenip inanmak benim için kolaydır.
33. Başka insanlara denk olamamaktan endişe duyarım
34. Birlikte olduğum kişiye şefkat göstermek benim için kolaydır.
35. Birlikte olduğum kişi beni sadece kızgın olduğumda önemser.
36. Birlikte olduğum kişi beni ve ihtiyaçlarımı gerçekten anlar.

EK-F Etik Kurul Onayı

FMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
ETİK KURUL ALT KOMİSYON RAPORU

Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrenci no'lu, Buse Şimşek tarafından yürütülecek olan “Üniversite Öğrencilerinde Bağlanma Stilleri ve Aleksitiminin, Sosyal Medya Kullanımı ve Ağ Büyüklüğü Üzerindeki Yordayıcı Rolü” başlıklı tez araştırma protokolüne ait dosyanın incelenmesi sonucunda; tez araştırmasında katılımcıların risklerinin bulunmadığı, katılımcı/örneklem seçiminin yeterli olduğu, savunmasız herhangi bir katılımcının bulunmadığı, katılımcıların gönüllü olarak katıldığını belgeleyen bilgilendirilmiş onay formunun düzenlendiği, katılımcıların gizlilik ilkesine uygun olarak bilgi ve verilerinin korunduğu, kimlik bilgilerinin saklı tutularak bulguların sadece bilimsel amaçla ve toplum yararı için kullanılacağına açıklandığı belirlenmiş ve etik yönden uygun bulunmuştur. 07.05.2020

Dr.Öğr.Üyesi S.Vicdan Yücel Dr.Öğr.Üyesi Berna Akçınar Dr.Öğr.Üyesi Selin Karaköse

FMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ			
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS			
TEZ/PROJE/ARAŞTIRMA ÇALIŞMALARINI İÇİN			
ETİK ALT KURUL DEĞERLENDİRME FORMU			
Tez/Proje/AraştırmaAdı	:	Üniversite Öğrencilerinde Bağlanma Stilleri ve Aleksitiminin, Sosyal Medya Kullanımı ve Ağ Büyüklüğü Üzerindeki Yordayıcı Rolü	
Yürütücü	:	Buse Şimşek	
Danışman	:	Dr. Öğr. Üyesi Elif Yıldırım	
Başvuru Tarihi	:	30.04.2020	
1. Niteliği gereği çalışma için Etik Kurulu onayı gerekli midir?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
2. Katılımcıların uğrayabileceği riskler beklenen yararlarla uyumlu mu?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
	(a) Risk var mı?	<input type="checkbox"/> Evet	<input checked="" type="checkbox"/> Hayır
	(b) Yarar var mı?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
	(c) Bu yararlar göre riskler değer mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
3. Riskler minimize edilmiş mi?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
4. Yararlar maksimize edilmiş mi?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
5. Katılımcı seçimi dengeli mi?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
6. Savunmasız katılımcılar için ek önlemler alınmış mı?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
7. Katılımcıların özgür ve bilgilendirilmiş bir şekilde araştırmada rol almaları sağlanmış mı?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
	(a) Katılım onay formu var mı?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Hayır
	(b) Form anlaşılabilir bir nitelikte mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
8. Özel yaşam ve katılımcı güvenliği korunuyor mu?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
9. Verilerin korunması için gerekli tedbirler alınmış mıdır?			
		<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
SONUÇ :		<input checked="" type="checkbox"/> Etik açıdan uygundur	
		<input type="checkbox"/> Etik açıdan düzeltmeler gereklidir.*	
		<input type="checkbox"/> Etik açıdan uygun değildir*	
*Nedenlerini ek bir rapor halinde açıklayınız.			
TARİH	7.05.2020		
	Dr. Öğr. Üyesi S. Vicdan Yücel	Dr. Öğr. Üyesi Berna Akçınar	Dr. Öğr. Üyesi Selin Karaköse

ÖZGEÇMİŞ