



LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ

**ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SOSYAL
KARŞILAŞTIRMA ARASINDAKİ İLİŞKİDE AİLE
İLETİŞİMİNİN ARACI ETKİSİ**

ARAS AYNAZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İstanbul, Haziran 2025

**ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SOSYAL
KARŞILAŞTIRMA ARASINDAKİ İLİŞKİDE AİLE
İLETİŞİMİNİN ARACI ETKİSİ**

Aras AYNAZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Zeynep HAMAMCI

YÜKSEK LİSANS TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ
Prof. Dr. Mansur BEYAZYÜREK
Öğr. Gör. Dr. Ahmet ALTINOK

T.C.
BEYKOZ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

19/06/2025

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz Psikoloji Ana Bilim Dalı, Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 2330100007 numaralı öğrencisi **Aras Aynaz**' ın “Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisi” adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 19/06/2025 tarih ve/.....sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği ile Tezli Yüksek Lisans tezi olarak başarılı kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi :19/06/2025

1)Tez Danışmanı: Prof. Dr. Zeynep HAMAMCI

2) Jüri Üyesi : Prof. Dr. Mansur BEYAZYÜREK

3) Jüri Üyesi : Öğr. Gör. Dr. Ahmet ALTINOK

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.

ÖNSÖZ

Bu tez çalışması, ergenlik döneminde sosyal medya kullanımı ile sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişimin aracı rolünü incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Günümüzde sosyal medya platformlarının genç bireylerin yaşamlarında önemli bir yer edinmesi, bu araçların psikososyal gelişim üzerindeki etkilerini araştırmayı gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, ergen bireylerin sosyal medya kullanımlarının aile iletişimi yoluyla sosyal karşılaştırma düzeyleri üzerindeki etkisi bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

Öncelikle bu çalışmayı, hayatım boyunca beni koşulsuzca destekleyen, en zor anlarımda bile yanımda olan sevgili annem Elmas Aynaz' a ithaf ediyorum. Beni ben yapan değerlerin temelinde senin sevgin ve fedakarlığın var. Varlığın, sabrın ve bitmek bilmeyen emeğin sayesinde bu süreci tamamlayabildim. Her şey için gönülden teşekkür ederim.

Araştırma sürecinde bilgi ve deneyimleriyle katkı sunan, her aşamada yönlendirmeleriyle çalışmamı geliştirmeme yardımcı olan danışmanım Sayın Prof. Dr. Zeynep Hamamcı' ya teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tez sürecinde süpervizyon desteğiyle mesleki gelişimime katkıda bulunan değerli hocalarıma ve görüşlerini paylaşmaktan çekinmeyen katılımcılara içtenlikle teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca beni destekleyen ve her koşulda yanımda olan aileme ve mesleki yolculuğumda birlikte ilerlediğim tüm meslektaşlarıma şükranlarımı sunarım.

Bu çalışmanın, ergenlerin psikososyal gelişimlerini anlamada aile, okul ve klinik alanda çalışan uygulayıcılara katkı sağlamasını temenni ederim.

Aras Aynaz

Beykoz Üniversitesi
Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı

Haziran 2025

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	x
ABSTRACT.....	xi
KISALTMALAR.....	xii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
TABLO LİSTESİ.....	xiv
1 GİRİŞ VE AMAÇ.....	1
1.1 Giriş.....	1
1.2 Araştırmanın Problemi.....	4
1.3 Araştırmanın Amacı.....	5
1.4 Araştırmanın Soruları.....	5
1.5 Araştırmanın Önemi.....	6
1.6 Sayıtlılar.....	8
1.7 Sınırlılıklar.....	8
1.8 Tanımlar.....	9
2 GENEL BİLGİLER.....	10
2.1 Ergenlik.....	10

2.2 Sosyal Medya.....	13
2.2.1 Sosyal Medya Kanalları.....	14
2.2.2 Faceboook.....	14
2.2.3 İnstagram.....	15
2.2.4 Youtube.....	15
2.2.5 Tiktok.....	16
2.2.6 X (Twitter).....	16
2.2.7 Snapchat.....	17
2.2.8 Pinterest.....	17
2.2.9 Whatsapp.....	17
2.3 Ergenlik Döneminde Sosyal Medya Kullanımı.....	17
2.4 Sosyal Karşılaştırma Teorisi.....	19
2.5 Ergenlik Döneminde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Karşılaştırma	22
2.6 Aile.....	23
2.7 Aile İletişimi.....	24

2.7.1 Fikir Birliğine Dayalı Aileler.....	26
2.7.2 Koruyucu Aileler.....	27
2.7.3 Serbest Bırakıcı Aileler.....	27
2.7.4 Çoğulcu Aileler.....	28
2.8 Ergenlikte Aile İletişimi.....	28
2.9 Aile İletişimi ve Sosyal Medya.....	30
3 YÖNTEM.....	33
3.1. Araştırmanın Modeli.....	33
3.2. Araştırma Grubu.....	33
3.3. Araştırmada Kullanılan Araç ve Gereçler.....	36
3.3.1. Bilgilendirilmiş Onam Formu.....	36
3.3.2. Sosyo-demografik Bilgi Formu.....	36
3.3.3. Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ).....	37
3.3.4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ).....	38
3.3.5. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.....	38
3.4. Veri Toplama Süreci.....	39
3.5. Verilerin Analizi.....	39

4 BULGULAR.....	44
4.1 Tüm Değişkenlerin Ortalama ve Standart Sapmaları.....	44
4.1.1 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeylerinin Sosyo-demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	55
4.2.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeylerinin Sosyo-demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	83
4.3.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeylerinin Sosyo-demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	92
4.4 Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma ve Aile İletişim Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.....	110
4.4.1 Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisinin İncelenmesi.....	112
5 TARTIŞMA.....	116
5.1 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeylerinde Sosyo-demografik Değişkenlere İlişkin Farklılıklar.....	116
5.2 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeylerinde Sosyo-demografik Değişkenlere İlişkin Farklılıklar.....	118
5.3 Ergenlerin Aile İletişim Düzeylerinde Sosyo-demografik Değişkenlere İlişkin Farklılıklar.....	120
5.4 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Karşılaştırma Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.....	123

5.5 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Aile İletişimi Uyum Yönelimi Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	124
5.6 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeyleri ile Aile İletişim Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	125
5.7 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Karşılaştırma Düzeyleri Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisi.....	126
6 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	130
6.1 Sonuç.....	130
6.2 Öneriler.....	132
6.2.1 Uygulamacılar İçin Öneriler.....	132
6.2.2 Araştırmacılar İçin Öneriler.....	132
KAYNAKÇA.....	133
EKLER.....	150
Ek-A: Bilgilendirilmiş Onam Formu.....	150
Ek-B: Sosyo-demografik Bilgi Formu.....	150
Ek-C: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ).....	152
Ek-D: Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ).....	153
Ek-E: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ).....	156

Ek-F: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) Kullanım İzni.....	158
Ek-G: Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ) Kullanım İzni.....	158
Ek-H: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Kullanım İzni.....	158
Ek-I: Etik Kurul Onay Formu.....	159
Özgeçmiş.....	160



ÖZET

ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ARASINDAKİ İLİŞKİDE AİLE İLETİŞİMİNİN ARACI ETKİSİ

Bu araştırmada sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisi incelenmiştir. Araştırma, İstanbul’ da yaşayan 14-18 yaş arası 358 ergen katılımcı ile yürütülmüştür. Bu araştırmada; Sosyo-demografik Bilgi Formu, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve Aile İletişim Kalıpları Ölçeği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Çalışmada ele alınan değişkenlerde sosyo-demografik verilere göre bir fark olup olmadığını incelemek için Tek Yönlü Varyans Analizi ve bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi uygulanmıştır. Değişkenlerin birbirleri ile ilişkisine bakmak için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Testi ve sosyal karşılaştırma düzeyleri ve sosyal medya kullanım düzeyi arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı rolüne bakmak amacı ile Yol Analizi uygulanmıştır. Aile iletişim Kalıpları uyum yönelimi alt boyutu ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Aile iletişim düzeylerinin diyalog yönelimi alt boyutu ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur. Aile iletişiminin uyum yönelimi alt boyutu ile sosyal karşılaştırma düzeyi arasındaki ilişki anlamlı değildir. Sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutunun tam aracı etkisi bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal karşılaştırma, sosyal medya kullanımı, ergenlik, aile iletişimi.

Tarih: Haziran, 2025.

ABSTRACT

THE MEDIATING ROLE OF FAMILY COMMUNICATION IN THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USE AND SOCIAL COMPARISON AMONG ADOLESCENTS

In this study, the mediating role of family communication in the relationship between social media use and social comparison was examined. The research was conducted with 358 adolescents aged between 14 and 18, residing in Istanbul. Data were collected using the Socio-Demographic Information Form, the Social Comparison Scale, the Social Media Use Scale, and the Family Communication Patterns Scale. To investigate whether there were differences in the variables based on socio-demographic characteristics, One-Way Analysis of Variance and The t-test for independent sample groups was applied. To examine the relationships among the variables, Pearson Product-Moment Correlation Analysis was performed. Furthermore, Path Analysis was employed to assess the mediating role of family communication in the relationship between levels of social comparison and social media use.

A weak but statistically significant positive correlation was found between the conformity orientation subdimension of family communication patterns and both the continuity and competence subdimensions of social media use. A moderate and statistically significant positive correlation was observed between the dialogue orientation subdimension of family communication and levels of social comparison. However, the relationship between the conformity orientation subdimension of family communication and social comparison levels was not statistically significant. The results revealed that the dialogue orientation dimension of family communication fully mediated the relationship between social media use and social comparison.

Keywords: Social comparison, social media use, adolescence, family communication.

Date: June, 2025.

KISALTMALAR

- AİKÖ : Aile İletişim Kalıpları Ölçeği
SMKÖ : Sosyal Medya Kullanım Ölçeği
SKÖ : Sosyal Karşılaştırma Ölçeği



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Sosyal Medya Kullanım ve Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisine Yönelik Analiz Sonuçları.....	113
Şekil 2. Sosyal Medya Kullanım Süreklilik ve Yetkinlik ile Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisine Yönelik Analiz Sonuçları.....	114



TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1.Katılımcıların Sosyo-demografik Özelliklerinin Dağılımları	34
Tablo 3.2 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Dağılımları	41
Tablo 3.3. Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirliği.....	43
Tablo 4.1 Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma ve Aile İletişim Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapmaları.....	44
Tablo 4.1.1.1 Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Düzeylerinin Sosyo-demografik Verilere Göre İncelenmesine Yönelik Analiz Sonuçları.....	55
Tablo 4.2.1.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeylerinin Sosyo-demografik Verilere Göre İncelenmesine Yönelik Analiz Sonuçları.....	83
Tablo 4.3.1.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeylerinin Sosyo-demografik Verilere Göre İncelenmesine Yönelik Analiz Sonuçları.....	92
Tablo 4.4 Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma ve Aile İletişim Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları.....	110

1. GİRİŞ

1.1 GİRİŞ

Ergenlik dönemi, bireyin çocukluktan yetişkinlik dönemine geçerken hayatındaki değişimlere uyum sağlamaya çalıştığı bir süreçtir (Santrock, 2015). Ergen bu dönemde; sosyal, hormonal, fiziksel, duygusal ve cinsel birçok yönde değişim yaşamaktadır (Oktan ve Şahin, 2010). Ergenler bu süreçte kendilerinde ve çevrelerinde özellikle meydana gelen fiziksel ve sosyal değişikliklere karşı duyarlıdırlar. Ergenlik döneminde ergenin, gelişim ve değişim süreci devam ederken ‘kimlik yapılandırılması’ süreci de devam etmektedir (Erikson, 1964). Ergen bu dönemde önemli gelişimsel bir süreç olan ‘kimliğini şekillendirmeye ve kendi değer ile özelliklerini keşfetmeye çalışır (Archer, 1989). Bu dönem ergenin, nasıl biri olduğu, nasıl görüldüğüne dair sorular sorduğu ve kendini keşfetmeye çalıştığı bir süreçtir. Ergen, benlik idealini gerçekleştirmeye çalıştığı bu dönemde çevresindeki insanlardan da etkilenir. Bu noktada bireyin kendini keşfedebileceği birçok alan bulunmaktadır. Sosyal çevreden alınan geri bildirimler, bireyin başarıları ve bireyin kendini diğer insanlarla karşılaştırması bu kaynaklardan bazılarıdır (Gilbert, Giesler ve Morris, 1995; Mussweiler ve Strack, 2000; Wood, 1989).

Birey, kendisi hakkında bir yargıya varırken her zaman tarafsız bir ölçüte bağlı olamayabilir. Böylece, kendisinin sahip olduğu özellik ve yetenekleri başka bireyler ile kıyaslama adımına gider. Bu süreç sosyal karşılaştırma olarak adlandırılır (Teközel, 2000). Sosyal karşılaştırma sürecinde birey, kendisini diğer insanlarla karşılaştırarak benlik algısını şekillendirebilir. Bireylerin diğerleri tarafından nasıl algılanacağına ve yorumlanacağına yönelik kaygı ve endişe olarak da tanımlanan sosyal karşılaştırma (Budak vd., 2013) birçok bireyin farkında olmadan sürdürdüğü ve kendiliğinden gelişen bir süreçtir (Blanton ve Stapel, 2004; Buunk ve Gibbons, 2007). Sosyal karşılaştırmanın

bu doğası bireyin çevresiyle sürekli olarak etkileşime girerek kendi kimliğini değiştirmesine ve şekillendirmesine olanak tanımaktadır. Birey genellikle kendine benzer olarak algıladığı diğer kişilerle sosyal karşılaştırma sürecine girer. Sosyal karşılaştırma

sürecinde benzerlik ne kadar artar ve belirgin hale gelirse, bireyin bu karşılaştırmadan etkilenmesi de daha belirgin hale gelir (Festinger 1954). Bu karşılaştırma sürecinin yalnızca bireylerin yetenek ve düşünceleriyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda duygularını, kişiliklerini, sosyal statülerini ve prestijlerini de içererek, bireyin kendisi hakkında bir öz değerlendirme yapmasına olanak tanıdığını belirtilmiştir. (Karasakal ve Aksu, 2014).

Benlik algısı, bireyin kendilik yapısının önemli bir bileşeni olarak değerlendirilir. Bu bağlamda kendilik algısı, bireyin kendine dair olumlu ya da olumsuz tutumlarının daha bütüncül bir yansımasıdır. Rosenberg (1965), kendilik algısını bireyin kendisi hakkında uygun bulduğu ya da uygun bulmadığı özellikleri değerlendirme biçimi olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde, Woolfolk (2001) ise kendilik algısını, bireyin sahip olduğu kişisel özellikler, davranış örüntüleri ve yetenekler temelinde kendini sevme ve takdir etme kapasitesi olarak ifade etmiştir. Bu yönüyle kendilik algısı, bireyin sadece bilişsel değil, duyuşsal ve öznel yönlerini de kapsayan daha geniş bir yapıyı ifade eder.

İnsanlar yaşam boyu iletişim kurarak sosyal varlıklar olduklarını ortaya koyarlar. İlk zamanlar bilgi arama amacı ile kullanılan internet ağı zaman içinde sosyal etkileşim kurmak için de bir araç haline gelmiştir (Caldwell vd., 2015). Sosyal medya platformları zaman ile artmış ve kullanıcılarının zamanında yer kaplayan bir rutin haline gelmiştir (Caldwell vd., 2015). Sosyal medyanın iletişim, iş birliği ve paylaşım gereksinimlerini karşılamakta önemli bir rol oynadığını görülmüştür (Eren, 2014). Bu yönüyle sosyal medya; fotoğraf, çeşitli içerikler, düşünce ve bilgi gibi alanlarda paylaşım yaparak diğer kullanıcılar ile iletişim kurabilir ve diğer kullanıcılar ile etkileşimde bulunabilirler. Sosyal medya kullanımındaki artış aynı platformdaki kullanıcıların birbirleri ile etkileşim kurmasında etkili olmuştur. Kullanıcıların kendi ve çevresi ile ilgili birçok bilgiyi paylaşabilmesi ile kurulan etkileşim, sosyal karşılaştırma sürecine bir zemin hazırlamıştır (Kaşdarma, 2016).

Bireyler arası kurulan etkileşimde iletişim temel bir rol oynar. Bireylerin iletişim kurarken çeşitli iletişim araçlarından yararlandığı görülmüştür. (Söner ve Yılmaz, 2018). Birey; toplum, diğer kişiler, olaylar ve durumlar ile iletişim yolu ile anlamlı ilişkiler kurar

ve toplumsal yapının içinde yer bulur (Erdoğan, 2002). Lazar (2001) kişilerarası iletişime dikkat çeker, bireylerin duygu ve düşüncelerini aktarabilmesi için kurulan etkileşim olarak tüm insan iletişiminin ana unsuru olarak ifade etmiştir. İletişime bakıldığında en kapsayıcı anlamıyla bilgiyi aktarma süreci olarak tanımlanmaktadır. İletişim aracılığıyla birey topluma dahil olmaktadır (Şahin ve Aral, 2012). İletişim becerilerinin geliştiği ve öğrenildiği ana yer genellikle ailedeki iletişimdir (Kırık, 2014: 337). Aile, sadece çeşitli bakım ve sorumluluk üstlenen bir yapı değil aynı zamanda çocuğun duygu ve düşüncelerini ifade etmeyi diğer kişileri de dinleyerek etkileşim sürecine dahil olduğu bir yapıdır (Görgün- Baran, 2004). Aileler, yapıları gereği küçük ve samimi bir ortam sundukları için çocukların belirli davranış kalıplarını öğrendikleri temel alanlardan biri olmaktadır (Evirgen, 2010). Aile, maddi ve manevi birçok alanda bireyi etkileyen bir faktördür. Aile ortamının; yardımlaşmayı, paylaşmayı ve karşılıklı anlayışı gerektiren yapısı bu etkilenme sürecine zemin hazırlamaktadır (Çakmak ve Koçyiğit, 2017). Aile'nin bireylerin ihtiyacına yönelik işlevleri yerine getirmesinde ana unsurun aile içinde açık, sık ve olumlu iletişim olmasıdır (Kara, 2006). Bu bağlamda aile içi iletişimi olumsuz ya da zayıf olan aile yapısında, bireyler duygusal zararlara maruz kalabilir (Dilber, 2019). Bu durumun çözülmesine yönelik aile içinde olumlu iletişim kurularak bireyler arasındaki yakınlık artabilir ve sorunlar azalabilir (Arabacı, 2011: 37).

Bireyin dünyaya geldiği, teknolojinin hızla ilerlediği ve birçok noktada hakim olduğu dünyada aile iletişiminin sosyal medyadan etkilenmemesi mümkün görünmemektedir. Önceleri yüz yüze gerçekleşen iletişim zamanla sosyal medya üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Sosyal medya kullanıcılarının birçoğu aile iletişimi zamanının ve diğer yüz yüze görüşmelerinin sosyal medya kullanımı ile azaldığını belirtmişlerdir. Bu yönüyle sosyal medya aile ilişkilerini ve yapısını etkilemektedir (Dilber, 2019). Sosyal medya kişilerarası etkileşim ve iletişimi zaman ya da uzaklık fark etmeksizin mümkün kılar. Bu durum olanaklarını artırabilirken, yüz yüze iletişimi de azaltmaktadır. Olumlu ve olumsuz birçok noktada etki edebilen sosyal medya aynı zamanda başka sorunlar da yaratabilmektedir. Gençlerin boş zamanlarında sosyal

medyada, odalarında ve yalnız şekilde zaman geçirmeleri sosyal yaşamdan uzaklaştırmaktadır. Bu durum aile içindeki bireylerin boş zamanlarında beraber vakit geçirme olanaklarını azaltmaktadır (Aslan ve Cansever, 2012).

1.2 ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Günümüzde sosyal medya kullanımı genç nesilde hızla artmaktadır. Sosyal medya platformlarının paylaşım yapılabilir ve etkileşim kurabilir olması ile sosyal karşılaştırmanın sürecinin sadece yüz yüze değil sosyal platformlar üzerinden de sürdürülmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal medyanın çoğu zaman gençlerin kendilerinde iyi buldukları özellikleri paylaşması diğer gençlerde olumsuz duygu ve düşünceler uyandırabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya platformları gençlerin kendilerini ifade edebilecekleri bir zemin de oluşturmaktadır. Sosyal medya günümüz dünyasında gelişerek değişmekte ve yeni kullanım alanları sunmaktadır. Sosyal medyanın kullanımı, bireyin kendini değerlendirebilmek adına yapacağı sosyal karşılaştırma süreci için bir zemin hazırladığı düşünülmektedir. Sosyal medyada gerçekleşen yukarı yönlü karşılaştırmalar bireyin benlik saygısının düşmesine, olumsuz benlik gelişimine ve depresyon düzeyinin artmasına neden olabilmektedir (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019). Bununla beraber aile iletişiminin güçlü olması çocuğun olumlu benlik algısı geliştirmesinde ve kendini değerli hissetmesinde önemli bir rol oynar (Şahin ve Aral, 2012). Sosyal medya kullanımının ailedeki iletişim boşluğunu doldurmada önemli bir faktör olduğu aktarılmıştır (Başaslan, 2022) Aile ve diğer kişiler ile bu sosyal medya mecraları ile iletişim kurabilmekteyiz. Aynı zamanda aile iletişiminin eksikliği, bireyin kendini daha açık şekilde ifade edebileceği sosyal medya kullanımını artırabilmektedir. Değişen dünyada sosyal medya kullanımı önemli bir yer tutmaktadır. Yapılan sosyal karşılaştırma çalışmalarının genellikle yüz yüze iletişim ve etkileşim üzerine yapıldığı görülmektedir ancak sosyal karşılaştırma sürecini etkileyen önemli bir faktörün de sosyal medya kanalları olduğu görülmüştür. Mevcut literatürde sosyal medya kullanımının ergenlerde sosyal karşılaştırma ile ilişkili olduğuna dair çeşitli bulgular yer almaktadır.

Ancak bu sürecin hangi değişkenler ile şekillendiği ve aile iletişiminin bu ilişkideki aracı rolü henüz yeterince açıklığa kavuşturulmamıştır.

Sosyal medya mecralarında genellikle idealize edilmiş içeriklerin paylaşılması, sosyal karşılaştırmanın yukarı yönlü yapılmasına ve olumsuz benlik algısının arttırmasına yol açabilmektedir. Ancak bu ilişkide koruyucu bir faktör olabilecek aile iletişimi yeterince çalışılmamıştır. Literatürde aile iletişimi ile sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırma vardır ve sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisine yönelik çalışma bulunmamıştır. Bu nedenle araştırmada sosyal medya ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisinin olup olmadığını belirlenmeye çalışılmıştır.

1.3 ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkiyi incelemek ve bu ilişkide aile iletişiminin aracı etkisini araştırmaktır. Araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1.4 ARAŞTIRMANIN SORULARI

1. Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeylerinde sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı bir fark var mıdır?
2. Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeylerinde sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı bir fark var mıdır?
3. Ergenlerin aile iletişim düzeylerinde sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı bir fark var mıdır?
4. Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
5. Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ile aile iletişiminin uyum yönelimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6. Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ile aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
7. Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyleri ile aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutu ile arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
8. Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyleri ile aile iletişiminin uyum yönelimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
9. Ergenlerin sosyal medya kullanımı ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasındaki ilişkide, aile iletişimin aracı bir rolü var mıdır?

1.5 ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Ergenlik döneminde birey, kendisi ile ilgili değerlendirmeler yapar ve kim olduğuna, hayattaki amacının ve yerinin ne olduğuna yönelik sorulara cevap arar (Tunç ve Kolburan, 2019). Bu dönemde bireyin çevre ile etkileşimi ile beraber; birey kendilik algısı, kimlik, benlik değeri ve kendi ile ilgili genel değerlendirmeleri etkilenecek şekilde şekillenir (Çiftçi, 2018; Yüksel, 2015). Her ne kadar bu süreç yüz yüze olarak sürmüş olsa da günümüzde sosyal medya, iletişim ve etkileşim yönüyle bu sürece dahil olmaktadır. Sosyal medya platformlarının kullanımı zaman içinde arttıkça kişilerin benlik gelişimi üzerinde etkili olmuştur. Yapılan bazı araştırmalarda bireyin çevresinden onay alması, kabul görmesi gibi süreçleri sosyal medya aracılığı ile karşılayabileceği ortaya konmuştur (Valkenburg vd., 2016). Birey kendi yeteneklerini, görünüşünü ve özelliklerini değerlendirirken nesnel ölçüt bulamadığında çevreye bakarak sosyal karşılaştırma sürecine girer (Festinger, 1954). Sosyal karşılaştırma süreci, bireyin kendilik değerlendirmesinde önemli bir rol oynar. Yukarı yönlü yapılan karşılaştırmalar bireyin ileride ulaşabileceği hedeflere yönelik kişiyi motive edebilir. Aynı zamanda yukarı yönlü karşılaştırmalar, bireyin kendi çeşitli özelliklerinde eksik olduğu düşünceleri ile olumsuz duygular uyandırabilir. Aşağı yönlü karşılaştırmalarda ise birey sahip olduğu özellikler, yaşam standartları, fiziksel görünüş, sağlık gibi konularda farkındalık kazarak olumlu duygular geliştirir. Buna karşın aşağı yönlü karşılaştırma yapan birey ileride

karşılaşma ihtimali olan olumsuz ve olası bir durumu göz önünde bulundurarak olumsuz duygular hissedebilir. Bu bağlamda sosyal medya yapısı gereği, genellikle idealize edilmiş içeriklerin paylaşıldığı bir mecra olarak yukarı yönlü karşılaştırmaları artırabilir. Bu süreçte kişinin kendini nasıl algılayacağına yönelik çevre ile kurduğu etkileşim ve iletişim önemlidir (Li, Tian ve Zhang, 2025). Çocuğun hayatında iletişimin temellerinin atıldığı, kendini fark edebildiği ilk yer aile iletişimidir. İletişim sürecinde birey başkalarını dinleyerek ve başkaları tarafından dinlenerek öz farkındalığını artırabilir ve benlik algısını olumlu ya da olumsuz yönde şekillendirebilir. Aynı zamanda aile içinde çocuğa alan yaratılması; kendi kararlarını alabilmesi, kendi fikir ve inançları doğrultusunda hareket edebilmesi benlik algısı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Bireyin kendi değerini fark etmesi, öz saygısının ve benlik algısının sosyal medya içeriklerini daha iyi yorumlayabilmesi ve algılayabilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişki incelenmiş ve özellikle aile iletişiminin bu ilişkide nasıl bir rolü olduğu araştırılmıştır.

Bu çalışmanın sonuçları ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasında ilişki olduğu belirlenirse özellikle okullarda psikolojik danışmanlar tarafından hem veliler hem de öğrenciler bu bulgular ışığında sosyal medya etkilerine karşı daha bilinçli danışma hizmetleri verilebilir ve sosyal medyadan etkilenerek olumsuz benlik algısı geliştiren ergenlerin benlik algısını güçlendirmeye yönelik yapılandırılmış müdahaleler planlayabilir. Yine çalışma kapsamında ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin bu ilişkide etkili bir rol oynadığı belirlenirse öncelikle ebeveynlerin ergenlerle kurduğu iletişim dinamiklerini fark etmeleri ve aile içinde daha açık ve destekleyici iletişim ortamları yaratmaları için bir farkındalık ve beceri geliştirmeye yönelik uygulamalar yürütülebilir.

1.6 SAYILTILAR

Araştırma sürecinde doğruluğu baştan kabul edilen sayıtlar şu şekildedir:

1. Katılımcılar, "Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ)", "Sosyo-demografik Bilgi Formu", "Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ)" ve "Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)" sorularına içtenlikle ve doğru cevap vereceklerdir.
2. Kullanılan ölçekler ölçülmeye çalışılan özellikleri geçerli ve güvenilir şekilde ölçmektedir.

1.7 SINIRLILIKLAR

1. Araştırma grubu çalışmaya katılmayı gönüllü kabul eden 14-18 yaş arası ergen kadın ve erkek katılımcılar ile sınırlıdır.
2. Araştırma İstanbul Şehri' ni kapsamaktadır.
3. Araştırma ölçekleri dijital platformlar aracılığı ile katılımcılara iletilmiş olup soruların anlaşılabilirliği cevapların doğruluğunu etkileyebilmektedir.

1.8 TANIMLAR

1.8.1 Ergenlik

Ergenlik, çocukluk ile yetişkinlik arasında olan bireyin toplumla etkileşimlerinin artması ve yer edinme çabası ile şekillenen, fizyolojik, cinsel, bilişsel, ahlaki, duygusal ve davranışsal değişimler yaşadığı gelişimsel süreçtir (İnanç, Atıcı ve Bilgin, 2024; Santrock, 2015).

1.8.2 Sosyal Medya

Sosyal medya, ana hatlarıyla kullanıcıların blog kurma, paylaşım yapma, profil oluşturma, arkadaş edinme, gruplara dahil olma ve diğer kullanıcılar ile etkileşim ve iletişim kurma gibi unsurları içerisinde barındıran sanal platformlardır. (Kirtiş ve Karahan, 2011).

1.8.3 Sosyal Karşılaştırma

Bireyin; yetenek, fiziksel görünüm, beceri, başarı gibi özelliklerini değerlendirmek için nesnel bir yanıt bulamadıklarında diğer bireylere göre kendilerini değerlendirme süreci olarak tanımlanabilir (Festinger, 1954).

1.8.4 Aile İletişimi

Aile iletişimi, genel tanımlamada aile içindeki her üyenin birbirleri ile, ebeveynlerin çocukları ile ve kardeşlerin de birbirleri ile kurdukları iletişim olarak tanımlanabilir. (Görgün- Baran, 2004).

2. GENEL BİLGİLER

2.1 ERGENLİK

Batı kaynaklarındaki “adolescent” kelimesine karşılık gelen ‘ergen’ sözcüğü Latince büyüme ya da olgunlaşmak anlamına gelen ‘adolescere’ kelimesinden gelmektedir. Bu yönüyle ergenlik bir durumu ziyade, bir geçiş dönemini ifade etmektedir. Ergenlik kavramı; birçok psikolog, antropolog, filozof tarafından farklı şekillerde açıklanmaya çalışılmıştır. Sokrates, gençlerin olumsuz davranışları ve otorite karşıtları olarak tanımlamışken, Aristo ise eleştirileri kabul etmeyen, dürtülerini kontrol edemeyen ve mantıksız davranışları olan varlıklar olarak tanımlamıştır (Dacey ve Travers, 1996).

Ergenler ile ilgili çalışmalar 1900’ lerden sonra artmış ve ergenlik dönemini ele alan ilk bilimsel çalışma G. Stanley Hall tarafından yapılmıştır. Modern ergenliğin kurucusu, ‘ruhun darwini’ olarak anılan ve ergenlik üzerine çalışmalar yapmış olan G. Stanley Hall geçiş süreci olan ergenliği “fırtına ve stres” dönemi olarak tanımlamıştır. Ergenlik, çocuk ile yetişkinliği birbirine bağlayan sosyal ve fiziksel gelişimlerin önde olduğu bir geçiş dönemidir (Santrock, 2015). Bireyin fizyolojik, cinsel, bilişsel, ahlaki, duygusal ve davranışsal değişimler yaşadığı bu dönem toplumda bir yer edinme ve kişisel hedefleri belirleme ile devam eden bir gelişim ve değişim sürecidir (İnanç, Atıcı ve Bilgin, 2024). Erikson (1968), geliştirdiği psikososyal gelişim kuramında ergenin daha bağımsız olacağını, kariyeri ve ilişkileri açısından geleceğine yönelik bakmaya çalıştığını aktarmıştır. Bu süreçte ergen kendini tanımaya çalışır ve kimliklerini inceleyerek şekillendirirler. Bu süreçte hızlı bir değişim gösteren fiziksel özellikler oldukça önemlidir.

Biyolojik ve fizyolojik değişimler, ergenlik döneminde hem erkek hem kızlarda hızlı ve belirgin şekilde ilerlerler. Ergenlik döneminde, boy ve kilo artışı yaşarlar. Kızlar bu hızlı değişim sürecini genellikle 10-12 yaşlarında, erkekler ise 12-14 yaşlarında deneyimlerler (Parlaz, Tekgül, Karademirci ve Öngel, 2012). Bu dönemde cinsiyet hormonlarının etkisiyle hızlı ilerleme gösteren fizyolojik gelişmeler cinsiyete göre fark

göstermektedir. Erinliğin başlarında kızlar erkeklerden daha önce ağırlık artışı gösterirken 14 yaş civarında erkekler kızları kilo açısından geçmektedir. Kızlar boy olarak da erkeklerden daha önce gelişim göstermektedir ya da aynı boyda olmaktadır. İlerleyen süreçte erkekler genellikle kızlara yetişir ve geçerler (Santrock, 2015). Büyüme hızı doruğu olarak adlandırılan dönemde en hızlı boy artışı yaşanmaktadır. Kızlar bu dönemi 11-12 yaş, erkekler ise 13-15 yaş sürecinde deneyimlerler (Koç, 2004). Biyolojik değişimler evrensel olsa da beden imajı ve algısı yaşanan çevreye, kültüre, moda ve zamana göre değişebilmektedir (Grogan, 2017). Bireyin yaşayacağı fizyolojik gelişme süreci içerisinde ideal bedensel formu belirlemesi yaşadığı toplumdan ve kültürden etkilenmektedir (Koç, 2004). Batı kültürlerinde daha fit ve zayıf standartlar dikkat çekerken bazı toplumlarda daha dolgun beden görünümleri sağlıkla ilişkilendirilebilir. Bu etkiler medya üzerinden de devam etmektedir. Moda ve kozmetik sektörlerinin gerçekçi olmayan beden görünümlerini yaratması, özellikle kadınlarda genellikle ince bel ve zayıf, erkeklerde kaslı ve fit idealar yaratması bireylerin ideal vücut formu belirleme sürecini etkilemektedir. 21. yüzyıl’ da Batı Avrupa’ da görüşler benzer niteliktedir. Zayıf olanlar; başarılı, mutlu ve genç olarak nitelendirilirken kilolu olanlar ise tembel ve disiplinsiz olarak nitelendirilmiştir. Orta çağda daha göbekli ve kilolu kadınlar doğurganlığın ve ideal vücut formunun temsili olarak tasvir edilirken günümüzde daha zayıf ve fit kadınlar dergilerde yayımlanmaktadır (Grogan, 2017). Bu gelişim sürecinde sosyal roller de etkili olmaktadır. Ergenler bu dönemde bedenlerini algılamaya ve sosyal kimlik geliştirmeye başlarlar. Bu dönemde bireylerin beden algıları cinsiyet rolleri ile iç içe geçmiş durumdadır. Toplumsal beklentilerle yüzleşen birey kendi bedenine dair olumsuz değerlendirmeler yapabilir. Ergenlerde bilişin değişim ve yapılanma süreci bilişsel gelişim kuramının soyut işleme dönemi içinde yer alır (Piaget, 1977). Bu dönemde bireyler, soyut kavramları kavramaya ve eylemlerinin sonuçlarını düşünmeye başlarlar. Karmaşık ve ahlaki muhakemelerin düşünölmeye başladığı bir evredir. 11 yaş sonrasında sadece somut olaylar yerine soyut düşönceleri de değerlendirmeye başlayan ergenler varsayım durumları anlama ve bunlar üzerinde mantıklı düşünmeye başlarlar. Somut

işlemler döneminde deneme yanılma yöntemi ile problemleri çözen bireyler soyut işlemler döneminde planlı, sistematik bir düşünme yolu ile hipotezler üretip çözerek problem çözme yolları geliştirir (Santrock, 2015). David Elkind, Piaget'in bilişsel gelişim kuramına dayanarak ergen benmerkezciliğini açıklamıştır ve ergenlerin dünyaya kendi bakış açılarından algılayacağını aktarmıştır. Ergen benmerkezciliği olarak adlandırılan ergenin öz farkındalığının artması iki bilişsel yanlıgıyı beraberinde getirir. Hayali seyirci durumu ve kişisel hikaye olarak iki temel yanlıgı olarak değerdendirilmektedir. Hayali seyirci durumunda birey kendini hayatın merkezine koyarak diğerdn insanları seyirci olarak nitelendirir. Birey çevresindeki insanların sürekli olarak onu gözlemlediğini ve onunla kendisiyle ilgilendiğı gibi düşünür. Aynı zamanda çevresinin dikkatini çekebilecek davranışlarla ilgi çekmeye ve sahnede olmaya çalışır (Elkind, 1967).

Kişisel hikayede ise birey herkesten farklı durumlar içinde olduğuna ve kimsenin onu anlayamayacağına yönelik düşünceler geliştirir. Herkesten farklı ve benzersiz olduğunu düşünür. Yenilmezlik ve sağlamlık duyguları yaşarlar. Diğerdn insanların başına gelen felaket olaylarını kendisinin yaşama ihtimalinin olmadığını düşünürler (Elkind, 1967). Bu durum; madde kullanımı, intihar, riskli cinsel ilişkiler, gibi bazı riskli davranışların gelişmesine yol açmaktadır (Alberts, Elkind ve Ginsberg, 2007). Ergenlik döneminde bilişsel süreçlerin gelişmesiyle bireyin, kimlik oluşumu, sosyal ilişkileri, kendi üzerine düşünceleri şekillenmeye başlar ve birey bu konularda gelişme süreci yaşar. Erikson' un (1968) sekiz aşamalı psikososyal gelişim kuramında her aşamada kişi olumsuz ve olumlu olarak iki durum yaşadığı bir kriz sürecindedir. Ergenlikte görülen kimlik krizi süreci Erikson' a göre olağan bir durumdur. Kişi bu süreçte geleceğe yönelik hedeflerini, kabul ettiğı fikirleri, inançları, seçimleri gözden geçirir ve diğerdn inançları, fikirleri ve yaşam tarzlarını değerdendirir (Erikson, 1968). Ergenlik dönemi aşamasında birey kimlik kazanımına ve buna karşın kimlik karmaşası yaşar. Bu dönemde birey ideolojik fikirler hakkında düşünmeye başlar aynı zamanda mesleki ve cinsel yönelim üzerine de düşünürler. Mesleki ve ideolojik fikirler bireyin bulunacağı akran ve arkadaş çevresi konusunda da belirleyici rol oynar. Ergenin bu yönelimleri zaman içinde çevreden

ve kişisel değişimlerle şekillenerek değişkenlik gösterebilirler. Erikson' un (1968) tanımladığı bu dönemde eğer başarılı olunmazsa birey kimlik karmaşası yaşayabilir. Gelecekte kendini keşfetme sürecinde, düşüncelerini, mesleğini, dini kimliğini, siyasi görüşlerini, hobilerini ve yaşamında gelişecek olan birçok düşünceleri üzerine karar vermede zorlanabilir. Kendini keşfetme ve kimliğini belirleme döneminde destekleyici bir aile ve sosyal çevre önemlidir (Erikson, 1968).

2.2 SOSYAL MEDYA

Sosyal ağ siteleri, bireylerin belirli bir sistem içinde herkese erişilebilir veya kısmen erişilebilir sanal profiller oluşturmalarına, diğer kullanıcılarla bağlantılar ve iletişim kurarak sosyal ilişki süreçlerini yapılandırmalarına ve hem kendi bağlantılarını hem de diğer kullanıcıların oluşturduğu ağları görüntüleyip keşfetmelerine imkân tanıyan web tabanlı platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlantıların sunduğu özellikleri ve adlandırılması, platforma bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007). Genel anlamda sosyal medya, kullanıcıların blog oluşturma, yorum yapma, içerik paylaşma sosyal platformların aracılığı ile arkadaş edinme ve iletişim kurma gibi olanakları sağlayan mecra olarak aktarılmaktadır (Kirtiş ve Karahan, 2011). Sosyal medya çevrimiçi iletişim ve etkileşimi mümkün kılmıştır. Bu iletişimin ilk izlerine baktığımızda, Duke üniversitesinden, Ellis ve Truscott 1979 yılında global ve kamuya açık bir tartışma platformu olan Usenet' i kurdular. Daha sonraları 1998 yılında kurulan Open Diary kullanıcıların günlüklerini aktarabildiği, birbirlerinin yazılarını okuyabildikleri ve yorum yaparak etkileşim kurabildikleri bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır (Sajithra ve Patil, 2013).

Günümüzde modern anlamda tanımlamalara yakın olarak görülen sosyal medya platformlarının kurulmasına bir geçiş yaratan Six Degrees (1997) platformu kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurabilmesine ve sanal profiller yaratabilmelerine olanak vermiştir. İnternet hızında artış ve sosyal ağların ses getirmesi ile beraber Üniversitede kurulmaya başlanarak globale yayılan Facebook (Liebert, 2011), kişiselleştirilmiş profil ve müzik

paylaşımı da yapılabilen My Space, arkadaş ağları ve sosyal keşif yapılabilen Friendster gibi sosyal medya platformları kurulmuştur (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Ayrıca sosyal medya mecraları, kolayca içerik, veri paylaşımı yapılabilmesini mümkün kılmaktadır (İyiler, 2009). Yoğun etkileşimin olduğu bu mecralar beraberinde yeni iş olanakları, farklı sosyal yapıları, çeşitli teknolojik değişimleri meydana getirmektedir. Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlamalarından bağımsız olduğu belirtilmekte olup, temel amacı bilgi ve fikir paylaşımını mümkün kılmaktır. Kullanıcılar, oluşturdukları içerikleri sosyal medya aracılığıyla kolayca duyurabilmekte, paylaşabilmekte ve beraberinde, diledikleri kişileri takip edebilip ve kendi hesaplarının da başkaları tarafından takip edilmesine izin verebilmektedirler. Buna ek olarak, kullanıcılar birbirleri hakkında görüş bildirebilir ve bu düşüncelerin görünür olmasını sağlayabilirler (Manavcıoğlu, 2009; Öztürk, 2015).

2.2.1 SOSYAL MEDYA KANALLARI

Twitter, Instagram, Facebook, Tiktok, Snapchat, Linkedin, gibi birçok popüler sosyal medya kanalları kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik, grafik, görsel, yazı, video, canlı yayın, yazarlık, haber ağları gibi çeşitli içerik türlerini destekler. Bu platformlarda kullanıcılar kendi ağlarını oluşturabilir ve bilgi paylaşımında bulunabilir böylece geniş kitlelerin iletişime geçmesi ve ortak ilgi alanları doğrultusunda bir araya gelmeleri mümkün olmaktadır. Bunlarla beraber firmaların kurumların satış-pazarlama, markaların bilinirliği gibi birçok farklı alanda da kullanılmaktadır (Ziyadin vd., 2019:2).

2.2.2 Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 2005 yılında kullanılmaya başlanılan Facebook, kullanıcılara profil düzenlemeleri ile beraber kişiselleştirilmiş bir arayüz sunmaktadır (Dilmen ve Öğüt, 2010; Karataş Çelik, 2020). Facebook kısa bir süreçle kullanıcıların birbirleri ile arkadaş edinmelerini sağlayarak kullanıcılarının gündemi kolaylıkla takip edebilmesini mümkün kılmıştır (Karataş Çelik, 2020).

2.2.3 Instagram

2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan ve geliştirilen Instagram fotoğraf paylaşım platformu olarak ortaya çıkmıştır (Karavar, 2021). Literatürde, bireylerin Instagram'ı hangi motivasyonlarla kullandıklarına dair yapılan incelemelerde, platformun etiketleme özelliği sayesinde kullanıcıların istedikleri içeriklere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşabilmelerinin önemli bir etken olduğu belirtilmiştir (Akkaş, Bakırtaş ve Çiftçi 2020; Bryant ve Sheldon, 2016).

Instagram, kullanıcılarına zaman sınırı olmaksızın fotoğraf ve video içeriklerini paylaşma, profil düzenleme ve sosyal etkileşimde bulunma imkânı sunmaktadır (Öztürk, Süher ve Şener, 2016). Bireylerin Instagram'ı kullanma sebeplerini anlamak amacıyla Baş ve Çakmak (2017) tarafından 19-25 yaş arası Instagram kullanıcılarıyla bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, kullanıcıların platformu nasıl ve hangi amaçlarla kullandığını belirlemek için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile görüşme formu kullanılmış, form içeriği; katılımcıların Instagram'ı ne sıklıkla kullandıkları, hangi içerikleri paylaştıkları, kimleri takip ettikleri ve uygulamanın satın alma alışkanlıklarını nasıl etkilediğine dair sorular içermektedir. Araştırma bulgularına göre, Instagram'a erişim kolaylığı, gençler arasında yaygın olarak kullanılması ve bireylerin merak ettikleri kişiler hakkında hızlı bilgi edinme imkânı sunması, kullanıcıları platforma yönlendiren temel faktörler arasındadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu uygulamayı günlük olarak aktif bir şekilde kullanmakta ve fırsat buldukça içerikleri kontrol etmektedir. Kullanıcıların takip ettikleri hesaplar arasında yakın çevreleri, ünlüler ve kişisel ilgi alanlarına hitap eden kişiler öne çıkmaktadır. Özellikle merak edilen kişilerin yaşam tarzlarını ve günlük hayatlarını gözlemleme fırsatı, kullanıcılar için eğlenceli ve keyif verici bir deneyim sunmaktadır (Kırcaburun ve Griffiths, 2018).

2.2.4 Youtube

Literatürde belirtildiği üzere, YouTube, 2005 yılında, Steve Chen', Jawed Karim ve Chad Hurley' in iş birliğiyle kurulmuştur (Aydoğdu ve İlhan, 2019). Kaynaklarda ifade

edildiği gibi, YouTube, bireylerin video yükleyebildiği, kendi içeriklerini oluşturarak diğer kullanıcıların beğenisine sunabildiği bir platformdur. Beğeni ve yorum yapma gibi özellikleri sayesinde kullanıcılar arasındaki etkileşimi artırmaktadır. Farklı alanlarda içeriklerin paylaşıldığı YouTube, bireylerin kendi ilgi alanlarına yönelik videolara kolaylıkla ulaşabilmesine olanak tanımaktadır (Aydoğdu ve İlhan, 2019). Bu yönüyle youtube kullanıcıların ilgi alanlarına göre videolar yükleyerek ve yeni gelen güncellemeler ile kullanıcıların ilgilendikleri konulardan devam edebilmesi için seçenek koyarak daha kullanışlı hale gelmekte.

2.2.5 Tiktok

Literatüre bakıldığında Tiktok'un, 2016 yılında Çin temelli teknoloji şirketi olan ByteDance tarafından kurulduğu belirtilmiştir (Çiçekçioğlu ve Ünal, 2021). Tiktok, görsel ve işitsel paylaşımlar ile videoların paylaşıldığı bir sosyal medya platformu olduğu çalışmalarda belirtilmiştir. Ses ve görüntü efekti ile paylaşımların zenginleştirildiği bilinmekte ve belli bir olay örgüsü olan, maksimum 60 saniyeden oluşmakta olan kısa videolardan oluştuğu ifade edilmektedir (Çiçekçioğlu ve Ünal, 2021). Tiktok, kullanıcıların platform üzerinden şarkı seslendirmesi yapabildiği, değişik dans figürlerinin taklit ederek tekrarlanmasını içeren farklı içeriklerin oluşturduğu, kullanıcılardan gelen soruları yanıtlama gibi etkinlikleri gerçekleştirdiği bir paylaşım sitesi olduğu literatürde bahsedilmiştir (Göksu, Gül Ünlü ve Kuş, 2020).

2.2.6 X (Twitter)

Twitter, 140 karakter sınırlaması ile yazı paylaşım olanağı sağlayan bir sosyal medya platformu olarak 2006 yılında hizmete girmiştir. Bu yazılar 'tweet' olarak tanımlanmıştır (Bayraktutan ve ark, 2012:15). Sonradan Elon Musk tarafından satın alınarak 'twitter' yerine 'X' adını almıştır (Encyclopaedia Britannica, 2025). Twitter hashtag' ler ile kullanıcının gündem ya da diğer konular hakkında fikirlerini aktarmasına olanak sağlamaktadır.

2.2.7 Snapchat

Snapchat; Bobby Murphy, Reggie Brown ve Evan Spiegel tarafından 2013 yılında kurulmuştur. Uygulama diğer birçok sosyal medya uygulamasından farklı olarak zaman kısıtlı fotoğraf ve video paylaşımını mümkün kılmıştır. Snapchat uygulamasında nemli olan nokta kullanıcıların bu kısıtlı süre çerçevesinde gönderdikleri içeriklerin ekran görüntüsü alınması durumunda göndericiye bildirim göndermesidir. Gönderici içeriğin görüntülenme süresini ayarlayabilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının %18' i snapchat kullanmaktadır (Beck, 2016)

2.2.8 Pinterest

2010 yılında, Pinterest Evan Sharp, Ben Silbermann ve Paul Sciarra tarafından geliştirilen bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, ilgilerini çeken görselleri dijital panolara ekleyerek belirli kategoriler altında organize edebilirler. Platform, kişisel ilgi alanlarına yönelik görsel içeriklerin keşfedilmesini sağlayarak, kullanıcıların bu içerikleri düzenlemelerine ve koleksiyonlar oluşturmalarına imkân tanır (Bahçelioğlu, 2024).

2.2.9 Whatsapp

2009 yılında Brian Acton ve Jan Koum tarafından geliştirilen Whatsapp, kullanıcıların anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü arama gibi iletişim hizmetlerinden yararlanmasına imkân tanıyan bir mobil uygulamadır. Başlangıçta bireysel ve grup iletişimi için tasarlanan ve kurulan WhatsApp platformu, zaman içinde durum paylaşımı gibi özelliklerle sosyal medya platformu özellikleri de kazanmıştır (Demir ve Yıldız, 2024).

2.3 ERGENLİK DÖNEMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sosyal medya kullanımında özellikle son on yılda önemli bir artış görülmüştür ve yapılan çalışmalarda sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz çeşitli etkilerinin olduğu görülmüştür (Reid Chassiakos ve ark., 2016). Ergenlerde kendini keşfetme ve

merak duygusu ile sosyal medya kullanımı oldukça yaygınlaşmıştır. Ergenlikte sosyal medya kullanımı ergenin kişiliğini oluşturma sürecinde önemlidir. Sosyal medya kullanan ergenlerin yaratıcılık, kendini ifade edebilme ve akranları ile olumlu yönde etkileşim ve iletişim kurabilme yönünden gelişim gösterdikleri aktarılmıştır (Chandler, 2012). Sosyal medya platformları yeteneklerini paylaşmak ve diğer insanlara sesini duyurmak isteyen kullanıcılar için aynı zamanda bu yetenekleri görmek isteyenler için zemin oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları; fikir paylaşımı, tartışma ortamı, etkileşim kurabilme açısından da kullanıcılara fırsat sunan mecralardır. Aynı zamanda sosyal medyanın sağladığı etkileşim ortamı ile beraber; gençlerin iletişim, sosyal gelişim ve duygusal yönden desteklenmelerine yönelik katkı sağladığı aktarılmıştır (Tartari, 2015). Sosyal medya, sosyal etkileşim, kendini ifade edebilme yönlerinden gençlere işlevsel platformlar sunmaktadır. Böylece bireyler aile, arkadaş ve çevresi ile iletişimi sürekli hale getirebilir. Bu yönleriyle sosyal medya ergenlerin iletişim becerisi, duygusal ve düşünsel paylaşımları, kimliklerini şekillendirme yönünden destek sağlamaktadır (Ito vd., 2009; O’Keeffe, 2011). Eğitim için de farklı bir yapı oluşturan sosyal ağlar öğrencilerin ödevler, dersler, sınav hazırlıkları gibi konularda eğitimcilere ve öğretmenlere ulaşabilmesine yönelik fayda sağlamaktadır (Al-Rahmi ve Othman, 2013).

Sosyal medya kullanımının birtakım riskleri de vardır. Sosyal medya kullanımı ergenlerde, davranışsal ve duygusal sorunlara yol açabilmektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanımı ergenin iletişim sorunlarını da artırmaktadır. Yüz yüze iletişimi azalan ergenler yeterli akran ilişkisi kuramamakla beraber yalnızlık duygusu da gelişir böylece artan yalnızlık hissini tolere edebilmek için sosyal medya kullanımı artabilmektedir (Zorbaz, 2013). Ergenlerde sosyal medya kullanımı pasif kullanım olarak da görülmekte ve yapılan araştırmalar sosyal kaygı düzeyi yüksek olan bireylerin paylaşım yapmak ya da birebir iletişim ve etkileşim kurmak yerine gözlemci davranışını içerdiğini ve sadece paylaşımları takip ettiğini belirtmektedir (Doğan ve Tosun, 2016).

2.4 SOSYAL KARŞILAŞTIRMA TEORİSİ

Sosyal Karşılaştırma Teorisi, ilk olarak Leon Festinger (1954) tarafından ortaya konmuş olup, bireylerin öz değerlendirme süreçlerinde sosyal karşılaştırmanın nasıl bir rol oynadığını açıklamaktadır. Festinger' e göre bireyler, kendi yeteneklerini ve düşüncelerini anlamlandırmak amacıyla diğer bireylerle kıyaslama yapma eğilimindedirler. Özellikle, nesnel ölçütlerin mevcut olmadığı durumlarda, bireyler benzer niteliklere sahip insanlarla kendilerini kıyaslama eğilimi gösterirler. Bu bağlamda, nesnel ve objektif bir ölçüt bulunmadığında bireyler, sosyal karşılaştırmaya daha fazla ihtiyaç duymakta, ancak açık ve ölçülebilir bir değerlendirme mevcut olduğunda bu ihtiyacın azaldığı ifade edilmektedir (Festinger, 1954). Sosyal karşılaştırma, bireyin kendilik algısını ve toplum içindeki konumunu belirleme sürecinde önemli bir işleve sahiptir. Zaman içerisinde, Festinger' in kuramı temel alınarak, sosyal karşılaştırmanın bireylerin öz değerlendirmelerini ne zaman ve nasıl etkilediğini açıklayan çeşitli modeller aktarılmıştır. Zell ve Alicke' nin (2010) araştırmaları, bireylerin büyük topluluklarla ve geniş kitlelerle karşılaştırma yapmak yerine yakın çevresindeki daha küçük gruplar ve bireyler ile karşılaştırma yapma eğiliminde olduğunu göstermiştir. Bu durum, “yerel baskınlık” (local dominance) etkisi olarak tanımlanmıştır. Zell ve Alicke' ye (2010) göre bireyler, geniş gruptaki insanlarla karşılaştırma yapmaktansa, kendilerine daha yakın sosyal bağları olan bireyleri kıyaslama nesnesi olarak seçmektedirler. Bu durum, bireyin öz değerlendirme sürecinin en çok yakın sosyal çevresinden etkilendiği bahsedilmiştir.

Tesser (1998), bireyin sosyal karşılaştırma sürecinden nasıl etkilendiğini yansıma ve karşılaştırma olguları ile açıklamaktadır. Bireyler, kendilerine yakın hissettikleri kişilerin başarılarını yansıma süreciyle paylaşabilirken, aynı zamanda karşılaştırma yaparak öz değerlendirmelerini olumsuz yönde etkileyebilirler (Swallow, 1988). Tesser, Öz Değerlendirme Sürdürme Modelini yansıma ve karşılaştırma süreçlerinin etkileri ile açıklamaktadır. Bu süreçler bireyin yakın temasta olduğu diğer kişilerle kendini karşılaştırdığında ortaya çıkan iki farklı algıyı ifade etmektedir. Yansıma sürecinde birey, yakın ilişki kurduğu birinin başarılarından ve mevcut sosyal düzeyinden dolayı olarak

olumlu etkilenebilir. Bu süreç, bireyin yakınındaki başarılı bir kişinin konum, statü veya başarısından referans alıp faydalanarak öz değerlendirmesini yükseltmesini sağlayabilir. Başka bir ifadeyle, birey yakın çevresindeki bir kişinin statüsünün yükselmesiyle kendi statüsünün de yükseldiğini hissedebilir (Tesser, 1988). Karşılaştırma sürecinde ise birey, yakın çevresindeki biriyle kıyaslama yaptığında, kendisini dezavantajlı ve başarısız hissedebilir. Örneğin, yakın bir arkadaşının akademik başarıları karşısında, birey kendi başarılarını daha düşük algılayabilir ve öz değerlendirmesi olumsuz etkilenebilir. Tesser (1988), bireyin öz değerlendirmesinin yalnızca yakın çevresindeki bireylerden etkilenmediğini, aynı zamanda “ilgililik” faktörünün de önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Bireylerin sosyal karşılaştırmalardan nasıl etkileneceği, karşılaştırılan kişiyle olan psikolojik yakınlık düzeyi ile her ne kadar ilgili olsa da aynı zamanda karşılaştırmanın yapıldığı alanın birey için önemli olmasına da bağlıdır (Tesser, 1988). Eğer karşılaştırılan alan, birey için önemliyse, birey daha fazla karşılaştırma eğilimi gösterir ve öz değerlendirmesi olumsuz yönde etkilenebilir. Yapılan başka bir çalışmada da, katılımcılar yakın gördükleri kişiler ile kendilerini karşılaştırdıklarında, kendilerine uzak kişiler ile karşılaştırmalarına göre daha fazla olumsuz değerlendirmeler yapmışlardır (Tsai, Yang ve Cheng, 2014: 532). Ancak, karşılaştırma bireyin önemsedığı bir alanla ilgili değilse, birey karşılaştırmayı bir tehdit olarak algılamaz ve yansıma sürecinden olumlu etkilenebilir. Örneğin, sanatla ilgilenmeyen birey, yakın arkadaşının bir sanat alanında başarılı olmasını olumlu bir gelişme olarak değerlendirip bundan gurur duyabilir. Ancak, bireyin kendisi de sanat ile ilgileniyorsa ve başarılı olmayı hedefliyorsa, bu durum bir karşılaştırma süreci başlatarak öz değerlendirmesini olumsuz etkileyebilir. Tesser’in modeli, bireyin kendi benliğiyle ilgili alanlarda yapılan kıyaslamaların öz değerlendirme sürecini belirleyen en kritik faktörlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Tesser, 1988). Bireyler, kendi yeteneklerini ve benlik algılarını değerlendirme sürecinde farklı sosyal karşılaştırma yöntemleri kullanmaktadır.

Wills (1981), bireylerin özellikle olumsuz durumlarla başa çıkabilmek ve benlik algılarını güçlendirmek adına kendilerini daha kötü durumda olan bireylerle kıyaslama eğiliminde olduklarını öne sürmüştür. Bu yaklaşıma göre, bireyler stres, kaygı veya özsaygı tehditleri yaşadıklarında, daha olumsuz koşullara sahip bireylerle kıyaslama yaparak öznel iyi oluşlarını artırabilirler. Bu süreç, bireyin psikolojik olarak kendini daha iyi hissetmesini sağlarken, aynı zamanda tehdit algısını azaltarak öz değerlendirmesini olumlu yönde etkileyebilir (Crocker ve ark., 1987). Wills (1981), bireyin karşılaştığı zorluklar ve içinde bulunduğu olumsuz durumlarda eylem ile çözülemeyen faktörleri ele alır. Temel ilke olarak karşılaştırma sürecini güçlü form ve zayıf form olarak aktarmıştır. Birey eylemleri ile çözemediği durumlarda kendinden daha kötü durumda olarak algıladığı başkaları ile kendini kıyaslayarak daha iyi hissetmeye çalışır ve bulunduğu koşulları daha iyi olarak algılamaya başlayabilir. Bu durum güçlü form olarak aktarılmıştır. Aynı zamanda birey kendi ile aynı derecede zorlayıcı koşullar ve talihsiz durumlar içinde olan bir başkası ile kendini karşılaştırarak da kendini iyi hissedebilir. Ancak genellikle güçlü karşılaştırmaları zayıf karşılaştırmalara tercih etmektedirler (Wills, 1981). Aşağı yönlü karşılaştırmalarda bireyin kendisini daha avantajlı bir durumda görmesi ile beraber öznel iyi oluşu artırabilir. Aşağı yönlü karşılaştırma teorisi, bireylerin olumsuz yaşam olayları ve stres uyandıran durumlara karşı nasıl bir savunma yöntemi geliştirdiklerini de açıklamaktadır. Aşağı yönlü karşılaştırma sürecinde her ne kadar bireyin olumlu çıkarımlar ile kendi ile ilgili algılamaları olumlu yönde şekillense de birey kendinden daha olumsuz olan bireylerle karşılaştırma yaptığından bağ kurduğu kişiye benzeme ihtimalinden dolayı kaygı, korku duygularını deneyimleyebilir (Smith, 2000; Wills, 1981). Bireyler kendilerinden daha iyi durumda olarak algıladıkları başkaları ile sosyal karşılaştırma yapabilirler. Yukarı yönlü karşılaştırma olarak tanımlanan bu süreçte ulaşabileceği hedefleri ve konumu değerlendirerek motivasyonunu artırabilir ve olumlu duygular hissedebilir aynı zamanda mevcut konumuna ve ulaşamayacağı hedeflere yönelik olumsuz duygular geliştirebilir (Mussweiler, 2003). Smith (2000), asimilasyon ve kontrast deneyimine dikkat çekmiş ve hem yukarı hem de

aşağı yönlü yapılan karşılaştırmalarda deneyimlenebilecek duyguları açıklamıştır. Aşağı doğru kontrast gurur ve küçümseme aşağı doğru asimilasyon acıma ve korku duygularını artırabilirken aşağı doğru kontrast gurur ve küçümseme gibi duyguları artırabilir. Yukarı yönlü asimilasyon umut, ilham duygularını ve motivasyonu artırabilirken, yukarı yönlü kontrast kıskançlık ve öfke yaratabilir.

2.5 ERGENLİKTE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SOSYAL KARŞILAŞTIRMA

Etkileşimin ve iletişimin bulunduğu ortamların tamamı sosyal karşılaştırmaya uygun bir zemin oluşturur (Jonides vd., 2017). Böylece sosyal medya platformlarının sürekli erişilebilir olması ile beraber kendini değerlendirme sürecinde ölçüt haline gelirler (Haferkamp ve Kramer, 2011; Milne ve Warrender, 2020). Birey sosyal medyada bulunduğu ortamı, kariyerini, dış görünüşünü ve detayları paylaşabilir (Öztürk ve Talas, 2015). Festinger (1954), sosyal karşılaştırma kuramını ortaya koyduğu çalışmasında bireyin karşılaştırma yaparak diğer insanların fiziksel ve karakteristik özelliklerini fark edebilmesi ile kendi hakkında da çıkarım yapabileceğini aktarmıştır. Sosyal medyanın aracı etkisi ile birey sosyal karşılaştırma sürecinde; kendi statüsü, becerileri, başarıları, dış görünüşü hakkında olumsuz çıkarımlar yapabilir (Bulik ve ark., 2015). Sosyal karşılaştırma, bireyin diğerleri tarafından maruz kalacağını düşündüğü olumsuz duygu ve düşünceler ile devam eden bir süreçtir (Bearden ve Rose, 1990). Bu duruma yönelik, bireyler sahip olduğu olumlu özellikleri göstermeye yönelik uğraş gösterebilirler ve sosyal medya paylaşımları da kendilerini idealize ettikleri özellikler ile yansıtılmalarını mümkün kılar (Egbert ve Rosenberg, 2011; Xiao, 2022). Sosyal medya kullanıcıları yukarı ya da aşağı yönlü karşılaştırma yapmakta ve yüksek benlik saygısına sahip kullanıcılar yaptığı yukarı yönlü karşılaştırmaları ulaşabileceği bir hedef olarak algılayarak bunları motivasyon artırıcı bir unsur olarak görebilirken, düşük benlik saygısına sahip kullanıcılar ulaşamayacağı hedefler algısı ile olumsuz duygular geliştirebilir (Cramer, Song ve Drent, 2016). Önemli bir başka nokta da sosyal medyanın

insanların kendini ideal gördükleri görünüş ve yaşantı ile yansıtabilmeleri için uygun bir zemin oluşturmaktır, bu durum karşılaştırma yapan bireyin kendini yetersizlik, kıskançlık gibi duygularının gelişmesine yol açabilir. Kullanıcıların kendilerini daha olumlu yönleri ile yansıtmaları diğer kullanıcılarının yukarı yönlü karşılaştırmada bulunmalarını artırabilmektedir (Vogel vd., 2014; Chou ve Edge, 2012).

2.6 AİLE

Aile, bireyin içinde dünyaya geldiği ve yaşamını sürdürmesi için gerektiği bakımın sağlandığı ve desteklendiği ortamdır (Bayer, 2013). Aile bireyin kendini fark ettiği, ihtiyaçlarının karşılandığı, bakım aldığı ve iletişim kurduğu sosyal yapıdır. Toplumda yaşanan birçok olay aile kavramının yeniden ele alınmasının yolunu açmıştır. Aile tanımlamalarında yapısal yaklaşımdan işlem temelli yaklaşımlara geçiş gözlenmiştir. Yapısal yaklaşımda değerlendirilen aile biyolojik olarak ve yasal olarak bağlılığı ele alır. Bu bağlamda aile içindeki roller, otoriter yapı, kurumsal düzen ele alınmıştır. Aile bireylerine atfedilen sosyal roller sabittir. Duygusal yönden annenin, maddi yönden babanın destekleyici rolleri atfedilmiş ayrıca iş bölümleri de bu bağlamda belirlenmiştir (Bales ve Parsons, 2014). Ancak işlem temelli yaklaşımlara bakıldığında aile sadece biyolojik ve yasal bağlarla bir arada bulunan bir grup olmaktan çıkar ve duyguların, düşüncelerin paylaşıldığı ortak bir geçmişi ve geleceği paylaşan ‘yuva’ oluşturan bireyler bütünü olarak tanımlanmıştır (Noller ve Fitzpatrick, 1993). Aile tanımlamasındaki bu değişim, ekolojik geçerliliğini yitiren yani aileyi sadece heteroseksüel iki birey ve çocuklardan ibaret ele alan tanımlamaların ötesine geçer (Koerner ve Fitzpatrick, 2002). Bu aile yapısı bireylerin kuracağı etkileşim bağlamında şekillenen ve değişen dinamik yönüyle sürekli inşa edilen bir sistemdir. Biyolojik yönü ile ele alınan kuramlardan öteye giderek evlatlık, tek ebeveynli aile, LGBTQ+ gibi farklı aile yapılarını da kapsayarak daha geniş bir perspektiften ele alır (Noller ve Fitzpatrick, 1993). Minuchin (1974), yaptığı araştırmada aileyi sabit bir yapı olarak değil etkileşim içinde ve değişen bir yapı olarak ele alan yapısal aile terapisi kuramını ortaya koymuştur. Bu yönüyle işlem temelli

yaklaşım ile örtüşmektedir. Aile yapısını canlı bir organizma olarak ele alan bu teori, aile içindeki bireylerin birbirlerinin tercihlerine, güçlü ve zayıf taraflarına karşılıklı uyum sağlayarak değişen ve gelişen bir yapı haline gelir. Güçlü ve zayıf yönler, tercihlere uyum sağlama süreci zaman içinde kalıplaşmış rollere, davranış örüntülerine dönüşür. Bu örüntüler günlük yaşamda yinelenerek süregelir. Aile sistemi var olan yapısını koruma eğilimindeyken aynı zamanda iç ve dış değişkenlere uyum sağlamak, işlevselliğini koruyabilmek ve sürekliliğini sürdürülebilir kılmak amacıyla yenilenerek organize olur (Minuchin, 1974).

2.7 AİLE İLETİŞİMİ

Aile iletişimi, çocukların baba ve anne ile ebeveynlerin birbirleri ile ve kardeşlerin birbirleri ile kurdukları iletişim olarak tanımlanabilir (Görgün- Baran, 2004). Bir başka tanıma bakıldığında ise ailenin biyolojik ilişkiler doğrultusunda gelişerek neslin devamını sağlayan, biyolojik, psikolojik, ekonomik ve birçok maddi ve manevi yönde benzer yapılarda olan toplumsal sürecin ana unsuru olarak aktarılmıştır (Yapıcı, 2010). Tezcan (1985) aile yapısını en güçlü samimi ilişkilerin olduğu yapı olarak tanımlamıştır.

Aile, çocuğun genellikle ilk iletişim kurduğu yapıdır. Aile iletişiminin yapısı çocukların birçok yönden gelişimi için oldukça önem taşır. Etkili bir iletişim için, kontrolcü ve emir kullanımının yaygın olduğu bir iletişim tarzı yerine daha rahat hissettiren ve sevgi üzerine kurulan bir iletişimin olması gerektiği vurgulanmıştır (Barbato ve ark., 2003). Böylece çocukların kendini ifade etmeleri ve düşüncelerini paylaşabilmeleri daha mümkün görünmektedir. Aile iletişimde; tehdit etmenin, küçümsemenin, kendi doğrularını dayatmanın, damgalama yapmanın, oyalamanın, konuyu çarpıtmanın, suçlamanın, yargılamaya yönelik söylemlerin aile iletişimini engellediği belirtilmiştir (Gordon, 1997). İletişimi engelleyen bu unsurlar bireyde saygı duyulmadığına dair düşüncelerin gelişmesine, bireyin kendisini önemsiz ve değersiz hissetmesine ve benlik saygısının azalmasına yol açabilmektedir. Aile iletişimde ebeveynlerin çocukları ile kurduğu iletişimin açık, dürüst ve şeffaf olması çocuğun da

kendisine dürüst olması ve anne babalarına olan güvenlerinin gelişmesinde önemli bir yer alır (Çağdaş, 2002).

Koerner ve Fitzpatrick (2002), aile iletişimini 2 temel yönelim doğrultusunda ele alır; diyalog yönelimi ve uyum yönelimi. Diyalog yönelimi, aile içinde birden çok konuda etkileşim kurulabilmesi adına her bireyin teşvik edildiği bir zeminin yaratılma derecesi olarak tanımlanmıştır. Diyalog yöneliminin yüksek olduğu ailelerde bireylerin rahat biçimde, anlık ve devamlı iletişim kurulur.

İletişim ile geçirilen süreye ve konuşulan konuların içeriğine yönelik sınırlamalar yoktur. Düşünce ve duyguların paylaşıldığı bu ailelerde üyeler birlikte vakit geçirirler. Ailede birçok konu ve yapılacak faaliyetler alınan kararlar aile üyeleri arasında konuşulur. Diyalog yöneliminin düşük olduğu ailelerde ise bahsedilen iletişim daha zayıftır ve etkileşim seyrekler. Her konu hakkında tartışılmaz ve fikir paylaşımı yapılmaz. Kararlar alınırken her üyeye danışılmaz ve üzerine tartışılmaz. Üyeler her konu hakkında duygu ve düşüncelerini paylaşmaz. Diyalog yöneliminin yüksek olduğu ailelerde doyumu yüksek bir aile iletişimi görülür. Fikirleri önemserler ve iletişim ile sosyalleşirler. Böylece ailedeki çocuklara kendini fark etmesi, keşfetmesi ve düşüncelerini ifade etmesi için alan yaratılmış olur. Uyum yönelimi ise aile iletişimindeki değer, inanç, tutum, kültürel yapıdaki davranışlar gibi unsurlara yönelik teşviğin ne düzeyde olduğu ile ilgilidir. Uyum yöneliminin yüksek düzeyde olduğu ailelerde bu faktörlere vurgu fazladır ve aile bireyleri bu faktörlerde benzerlik gösterir. İnançlar ve tutumların dışına çıkılmaz. Aile içindeki inanç yapısı, kültürün getirileri, tutumlar kişilerarası farklılaşma göstermez ve bu yapıya uyum göstermelerine yönelik etkileşim vardır. Aile büyüklerinin görüşleri, düşünceleri ve sözlerine uyum sağlama ve kabul etme vardır. Uyum yönelimi düşük ailelere bakıldığında kişilerin kendi inançları yönünde karar vermeleri açısından teşvik, farklı bakış açılarına karşı anlayış üzerinde durulur. Yüksek uyum yönelimi geleneksel aile yapılarında genellikle var olur. Dış çevre ailenin geri planındadır ve birçok konuda (zaman, para) öncelik aileye verilir. Günlük yaşantıda bireyin faydası değil ailenin faydasına olacak durumlara öncelik verilir. Çocuklar beklendiği üzere aileye ve kararlarına kabul edici

tutumda olur. Yapılan bir çalışma otoriter tutumun çocuklarda daha fazla mutsuzluk, kaygı yarattığı ile ilişkilendirilmiş ve olumsuz benlik tutumları ile ilişkili olduğu aktarılmıştır (Hale, 2008). Uyum yönelimi düşük aileler ise daha az iç içe geçmiş yapıdadır. Hiyerarşik yapı daha azdır ve aile içindeki ilişkiler ne kadar önemli olsa da aile dışındaki ilişkilere de önem verilir. Bireylerin özgürleşmesi, kendini keşfetmesi, tercihlerini yapabilmesi adına alan açılır (Koerner, Fitzpatrick, 2002). Uyum ve diyalog yönelimi boyutları birbiri ile etkileşim halindeyken anlam kazanırlar (Erdoğan, 2020). Aile iletişimde bu iki boyut birbirinden sürekli etkilenir ve değişir. Etkileşim ile beraber çoğulcu, fikir birliğine dayalı, koruyucu ve serbest bırakıcı olmak üzere dört aile tipi belirlenmiştir (Erdoğan ve Anık, 2018).

Uyum yöneliminin yüksek olduğu diyalog yöneliminin ise düşük olduğu aileler koruyucu, uyum yöneliminin ve diyalog yöneliminin yüksek olduğu aileler fikir birliğine dayalı, uyum yöneliminin ve diyalog yöneliminin düşük olduğu aileler serbestiyetçi ve uyum yöneliminin düşük diyalog yöneliminin yüksek olduğu aileler ise çoğulcu aile tipi olarak sınıflandırılmıştır (Mcleod ve Chaffee, 1972 s. 54; Fitzpatrick ve Ritchie, s. 118). Her aile tipi diyalog ve uyum yöneliminin birleşiminden oluşmaktadır.

2.7.1 Fikir Birliğine Dayalı Aileler

Fikir birliğine dayalı aile tipinde, bireylerin düşüncelerinin ve değerlerinin uyum içinde olması önemlidir. Bu yönden çocukların ebeveynleri ile aynı inanç ve düşünceleri benimseyerek bu konularda çatışmamaları ve tartışmamaları beklenir. Çocukları dinler ve onlardan konuşulan konu ile ilgili görüşlerini alırlar. Çocukların fikirlerini belirtmeleri için uygun zemin vardır. Bunlarla beraber ebeveynler çocuklarının hiyerarşik yapıya tabii olmalarını beklerler. Çocuklarının yaşantılarına yönelik kararları konuşulur, paylaşılır ancak genellikle kararı ebeveynler verirler. Ebeveynler görüşlerini, inançlarını çocuğa aktarmak için zaman ve enerji harcar ve çocuğun da bu görüşlere yaklaşmasını beklerler. Ebeveynlerin kendilerini çocuklarına ifade edebilmesinde; açık iletişim, yargılayıcı olmama, tutarlı söylemlerde bulunma gibi faktörler önemli yer tutar (McKay vd., 2010)

Aile ortaya çıkan problemleri genellikle olumsuz bir durum ya da çatışma olarak nitelendirmektedir. Ancak problemlere yönelik çözümler üretmeye ve bu konuda iletişim kurmaya değer verir zaman ayırırlar (Koerner ve Fitzpatrick, 1997).

2.7.2 Koruyucu Aileler

Bu aile yapısında ebeveynlere itaat ve otorite ön plana çıkmaktadır. Aile içinde iletişim kurmaya ve bireylerin kendilerini ifade edebilmesine önem verilmez ve özellikle alan yaratma çabası bulunmaz (Chaffee ve Mcleod, 1972). Aile içinde alınacak kararlar ebeveynlerin sorumluluğu dahilinde olmakla beraber çocuklarla bu kararlar hakkında konuşulmaz ve sebepleri açıklanmaz. Uyum sağlamanın değerli ve önemli olduğunu düşünen ebeveynler çıkabilecek tartışmaları olumsuz bir durum olarak nitelendirir (Koerner ve Fitzpatrick, 1997). Aile içindeki sorunların çözümüne ortak olmayan, karar alma sürecine dahil edilmeyen çocuklar ileriki yaşlarda karar vermeleri gereken konularda adım atmamayı tercih edebilirler ve karar vermeye yönelik olumsuz duyguları geliştirebilir (Özyürek, 2004).

2.7.3 Serbest Bırakıcı Aileler

Aile iletişimi daha seyrek ve sınırlı alanda konular konuşulur. Bu aile yapısında tüm aile üyeleri bir konu hakkında tartışmak ve fikir birlikteliği yapmak yerine herkes kendi kararını almalı görüşündedirler. Ayrıca çocukların görüş, öneri ve alacağı kararlar ile ebeveynler pek ilgilenmez ve kararları tartışmazlar. Ailenin bireyler arası duygusal bağları yeterince iyi kurulmamıştır. Aile içindeki üyelerin kararları ve istekleri birbirlerini etkilemektedir ancak bu ailelerde çocuklar ebeveynleri tarafından sınırlar olmaksızın yetiştirilirler bu yüzden çıkarlara yönelik tartışmalar seyrek görülür. Tartışmalara genellikle girilmez ve kaçınılır. Çocuklar sorunları paylaşmayı ve gündemindeki konuları konuşmayı değerli görmez ve sorunlarını kendileri çözerler. Kendi kararlarını almayı öğrenir ancak ebeveynlerden bu kararlara yönelik destek ve takdir görmedikleri için kendi karar verebilme kabiliyetlerine karşı şüphe duyarlar.

Çoğulcu ailelerden ayrıştığı nokta ise çocukların kararlarını önemsemez ve ilgilenmezler ayrıca bunlar hakkında tartışmazlar (Chaffee ve Mcleod, 1972).

2.7.4 Çoğulcu Aileler

Bu aile yapılarında iletişimde ortak bir katılım vardır. Birçok konu açık şekilde konuşulabilir ve konular sınırlandırılmaz. Aileler çocukların alacakları kararları kontrol etme gereği duymazlar. Çocukların alacakları kararlarda aynı düşüncede olma gereği hissetmezler. Çocukların da kendilerini ifade edebildiği ve paylaşımına açık olan bu aile yapısında açıklanan ve savunulan fikirlerin nedenlerine dikkat çekilir ve önem verilir. Ebeveynler çocuklarından alacakları fikirlere ve görüşlere de açıktırlar. Böylece karar süreçlerine çocuklar da katılabilir. Ebeveynler, otoritenin kabul edilmesine yönelik baskıda bulunmazlar. Böylece konular ve düşünceler tartışma zemininde konuşulabilir. Çocuklar bu tartışma ortamının sağlanması ile kendi görüşlerini ve fikirlerini öne sürebilir tartışabilir ve olası çatışmaları çözmeyi başarırlar. Bu durumda çocuklar aile iletişimine önem verir, kendi kararlarını verme konusunda gelişim gösterir ve birey olarak hareket etmeyi öğrenirler (Chaffee ve Mcleod, 1972; Koerner ve Fitzpatrick, 1997).

2.8 ERGENLİKTE AİLE İLETİŞİMİ

Aile içindeki bireyler ile var olan aile yapısı duygusal bir yapı olması ile öne çıkmakla beraber bu yapı aile bireylerinin karakterleri, duygu ve davranışları ile şekillenerek değişmektedir. Aile yapısı gereği açık sistem olması ile beraber bütünlük, denge ve ilişki unsurlarını içinde barındırır. Aileyi oluşturan her bireyin birbirleri ile iletişiminin ya da bağının olması bütünlük unsurunu oluşturur. Denge, aile üyelerinin diyalogunun, etkileşiminin aile fertlerinin dış çevre ile etkileşimlerinin düzenlenmesi ile devam edebilmesini açıklar. İlişki unsuru ise, aile fertlerinin etkileşimlerinde rol oynayan iletişim modellerinin varlığı olarak aktarılmıştır (Gökdağ, 1999). Aile iletişiminin oluşumu, bireylere göre değişiklik gösterir bununla beraber ailenin hangi fonksiyonları taşıdığına göre ortak bazı özellikleri vardır (Caputo, Hazel ve McMahon, 1994; akt., Elkin, 2016).

- **Duygusal Atmosferi Yönetme ve Destek Sağlama**

Aile içinde destek duygusu birçok şekilde hissettirilebilirler. Birbirlerinin duygularını anladıklarını gösterebilir, sosyal destek verebilir duygu ve düşünceleri paylaşabilirler. Aynı zamanda yakınlık ve açık iletişim destek verme sürecine katkı sağlamaktadır (Caputo, Hazel ve McMahon, 1994, akt., Vatansever Bayraktar, 2012).

- **Kimlik ve Kişilik Yönlendirme**

Birey kimliğini kazanma sürecinde aile yakınlarından önemli ölçüde etkilenmektedir. Aile yakınları ile kurulan iletişim ve etkileşim bireyin kendini keşfetmesi ve kendine özgü bir iletişim şekli geliştirmesine katkıda bulunur. Aile içinde kurulan yakınlık ve iletişim bireyin kendine olan güvenini ve öz farkındalığını olumlu yönde etkilerse bireyin çevresindeki diğer kişiler ile pozitif yönlü iletişim kurabilmesi pozitif şekilde gelişebilir (Caputo, Hazel ve McMahon, 1994, akt., Vatansever Bayraktar, 2012).

- **Değerleri Yönetme**

Ergenlik döneminde birey değerlerini aile iletişiminin rolü ile şekillendirir. Ailenin çevre, etnik köken, yaşadığı coğrafya gibi faktörler ile getirdiği aile gelenekleri, ritüeller, kutlama ve bayramlar, davranış tarzları aile iletişimi ile kişilere aktarıldığı birer etkileşim biçimi olarak belirleyicidirler. Bu bağlamda kişi kendilerini algılamalarında bu faktörlerden etkilenmektedirler (Caputo, Hazel ve McMahon, 1994, akt., Vatansever Bayraktar, 2012).

- **Değişimleri Yönetme ve Sınırları Düzenleme**

Aile sistem yaklaşımında dışsal ve içsel iki sınır alanı bulunmaktadır. Dışarıdan gelen bilgilerin akışını düzenleyen ve izin veren düzen ailenin birlik ve bütünlük duygusunun devamlılığı için önem taşır. Açık iletişim aile içindeki bilginin paylaşımını sağlarken aynı zamanda aile dışındaki kişiler ile kurulan iletişimin devamlılığını sağlar (Caputo, Hazel ve McMahon, 1994, akt., Vatansever Bayraktar, 2012).

- **Günlük Yaşamı Sürdürme**

Bireyin günlük yaşamdaki temel ihtiyaçları (barınma, para, yiyecek vb.) iletişim aracılığı ile karşılanır. Bu ihtiyaçların karşılanması sadece maddi imkanlara değil iletişime de bağlıdır. Bireylerin neye ihtiyaçları olduğu ve bunu kimin nasıl karşılayacağı konusunda iletişim ile anlaşılmaktadır. Bu gibi ihtiyaçların sağlıklı şekilde karşılanması için düzenli olmak ve iş birliği yapmak önemlidir. Bu fonksiyonlar göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde problemleri iş birliği içinde çözebilen, birbirlerine özgür alanlar tanıyan, açık ve rahat bir iletişim kuran aileler sağlıklı aile yapısı olarak tanımlanabilir (Yıldız, 2004). Aile içindeki açık iletişim; aktif dinleyici olma, yargılamama, suçlamama, özgürlük alanı tanıma, empati kurma ve dürüst olmak gibi faktörler ile var olmaktadır (Humpyres, 2003).

2.9 AİLE İLETİŞİMİ VE SOSYAL MEDYA

Ceyhan' ın (2011, akt., Demir 2016), belirttiği üzere sosyal medyanın ilgi çekiciliğinin kullanımı artırdığını ve buna bağlı birçok sorunda artış gözlemlendiğini aktarmıştır. Sanal platformların değişerek gelişmesi ile kullanımı zaman içinde artmış (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023) ve aile iletişimi de bu süreçten etkilenmiştir.

Yapılan bazı çalışmalarda sosyal medyanın kullanım süresinin artması ile aile iletişiminin azaldığı aynı zamanda kullanıcıların dış aktivitelere daha az zaman ayırdıkları aktarılmıştır (Özkan Gültekin, Ada ve Gönenç, 2024). Kırık (2017) yaptığı araştırmada sosyal medya platformlarının yoğun kullanımını sonucunda gençlerin yalnızlaştığına değinmiştir. Sosyal medya kullanımı süresinin artması ile aile iletişiminin azaldığı gözlenmiştir (Demir, 2016). Sosyal medya kullanımında artışın aynı zamanda aile ile toplumdan da izole olma ve uzaklaşmaya sebep olduğu ve aile iletişimini zayıflatarak etkileşimi azalttığı bulunmuştur. Lin vd. (2024) yaptıkları bir çalışmada aile iletişiminin daha iyi ve olumlu olduğu ailelerde ergenlerde sosyal medya bağımlılığının daha az olduğu bulunmuştur. Yine ergenlerde yürütülen farklı bir çalışmada duygu ve düşüncelerini ailelerine aktarabilen ergenlerin sosyal medya bağımlılık risklerinin

azaldığı ortaya konmuştur (Putri ve Khairunnisa, 2019). Etkileşim ve iletişim sosyal medya kullanımı ile zayıflayarak sosyal sorunları da beraberinde getirmektedir (Dilber, 2019). Aile iletişiminin birey açısından tatmin edici olmaması, ortak paylaşım alanı bulunmaması ve iletişimin zayıf olması bireyin sosyal medya kullanımına daha çok yönelmesine yol açabileceği düşünülmüştür (Bayraktutan, 2015 109; 158). Sosyal medya aşırı kullanımı ergenlerin kültür, değer, inanç gibi faktörleri barındıran aile iletişimi uyum yönelimi puanlarının azaldığı görülmüştür (Albeladi ve Palmer, 2020). Sosyal medya kullanımı gençlerin farklı fikir ve düşünceler, kültürler ve yaşam tarzları ile tanışmasında rol oynar. Böylece gençler giderek kendi toplum ve aile yapısından ve uzaklaşabilir (Mora, 2012:26). Erol (2022) yaptığı çalışmada gençlerin yoğun sosyal medya kullanımı ile tutum, davranış, değer, inanç, kültürel faktörler vb. konularda aile büyüklerini rol model almak yerine sosyal medyada paylaşılan içerikleri rol model almalarına yol açtığını aktarmıştır. İnternet ilk olarak iletişim aracı olarak görülmüş olsa da zaman içinde aile iletişiminin, toplumsal iletişim ve etkileşimin yüz yüze sosyalleşmenin azaldığı görülmüştür (Kraut vd., 1998).

Bazı araştırmalar ise internet kullanımı ile bireyin sosyal çevrelerle bağlantılar kurabileceğini, çevrimiçi destek grupları ile iletişim kurulabileceğini aktarmıştır (Mickelson, 1997). Sosyal medyanın ve internetin doğası gereği zaman ve mekan sınırının olmaması bazı araştırmacılar tarafından sosyal ilişkileri artırabilir olarak öngörülmüştür (Katz ve Aspden, 1997). Başka bir çalışmada olumlu aile iletişiminin sosyal medyada bireyi olumsuz yönde etkileyebilecek içeriklere karşı bireyin hassasiyetini azalttığı görülmüştür (Mastrotheodoros vd., 2020). Mastrotheodoros ve ark. (2020) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımının ailenin iletişim ve etkileşimi biçimleri ile aile içindeki; güven, özel hayat, denetim yönlerinden etkilediği görülmüştür. Bu bulgulara bakıldığında sosyal medyanın sadece bireyi değil aile yapısını da etkilediği görülmüştür. Bu bağlamda bireyin, sosyal medyada paylaştığı içeriklerin ve çevrim içi aktivitelerinin ebeveyn tarafından kontrol edilmeye çalışılması ergenin sınırlarını koruması çabası ile sonuçlanarak aile iletişimini zedeleyebilmektedir. Yapılan

başka bir çalışmada ergenlerin sosyal medyada onay ihtiyacını karşılamaya çalışmasının benlik algısı üzerinde olumsuz etkileri görülmüştür. Sosyal medya platformlarında idealize edilmiş içeriklere maruz kalınması bu etkiyi artırmaktadır (Meanley ve ark., 2021). Ergenlerin aileden beklediği onaylanma ihtiyacı üzerine bu ihtiyacı karşılamak için sosyal medyaya yönelmesi ve sosyal karşılaştırmaya maruz kalması ergenlerde daha yüksek düzeyde kaygı ve olumsuz benlik ile ilişkili olduğu görülmüştür (Ahmadi, Shooli ve Rahimi, 2024).

Sosyal medyanın aile iletişiminde etkili olduğu yapılan araştırmalarda görülmüş ancak bu etkinin tek başına olumlu ya da olumsuz olduğuna dair çeşitli görüşler vardır (Reid Chassiakos ve ark., 2016). Uzaktaki aile bireyleri ile sürekli iletişim kurabilmeyi sağlarken aynı zamanda yüz yüze iletişimi azalttığını ve aile bağları zayıflattığını ortaya koyan araştırmalar da vardır (Villegas, 2013).

3 YÖNTEM

3.1 ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılacaktır (Karasar, 2005).

3.2 ARAŞTIRMA GRUBU

Araştırma grubu, İstanbul’ da yaşayan 14-18 yaş arası ergen katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırma grubuna dijital platformlar aracılığı ile ulaşılmıştır. Araştırmaya grubuna, 223 (%62,5) kadın ve 135 (%37,5) erkek katılımcı olmak üzere 358 katılımcıdan oluşmaktadır. 18 yaş altı katılımcıların araştırmaya katılımı için ebeveynlerine bilgilendirilmiş onam formu sunulmuş ve yazılı onayları alınmıştır. Çalışmaya katılan ergenlerin sosyo-demografik özellikleri tablo 3.1’ de verilmiştir.

Tablo 3.1 Çalışmaya Katılan Ergenlerin Sosyo-demografik Özellikleri

Sosyo-demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
Yaş	14	76	21,2
	15	56	15,6
	16	57	15,9
	17	94	26,3
	18	75	20,9
Eğitim Düzeyi	8. sınıf	42	11,7
	Lise 1	69	19,3
	Lise 2	48	13,4
	Lise 3	53	14,8
	Lise 4	80	22,3
	Lise Mezunu	22	6,1
	Üniversite 1	44	12,3
Cinsiyet	Kız	223	62,3
	Erkek	135	37,7
Anne Eğitim Durumu	İlköğretim	61	17,0
	Ortaöğretim	39	10,9
	Lise	155	43,3
	Lisans	76	21,2
	Lisansüstü	27	7,5
Baba Eğitim Durumu	İlköğretim	56	15,6
	Ortaöğretim	60	16,8
	Lise	149	41,6
	Lisans	69	19,3
	Lisansüstü	24	6,7
Algılanan Gelir Düzeyi	Düşük	18	5,0
	Orta	287	80,2
	Yüksek	53	14,8
Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Durumu	Evet	358	100,0
Kullanılan Sosyal Medya Platformları			
<i>Instagram</i>	Yok	65	18,2
	Var	293	81,8
<i>Whatsapp</i>	Yok	28	7,8
	Var	330	92,2
<i>Youtube</i>	Yok	43	12,0
	Var	315	88,0
<i>X (Twitter)</i>	Yok	220	61,5
	Var	138	38,5
<i>Tiktok</i>	Yok	157	43,9
	Var	201	56,1
<i>Google</i>	Yok	57	15,9
	Var	301	84,1
<i>Pinterest</i>	Yok	146	40,8
	Var	212	59,2
<i>Facebook</i>	Yok	321	89,7
	Var	37	10,3

Tablo 3.1 Çalışmaya Katılan Ergenlerin Sosyo-demografik Özellikleri

Sosyo-demografik Özellikler	Yok	181	50,6
		<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	1 yıldan az	4	1,1
	1-2 yıl	41	11,5
	3-4 yıl	104	29,1
	4 yıldan fazla	209	58,4
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	5 dakikada bir	27	7,5
	15 dakikada bir	52	14,5
	Yarım saatte bir	82	22,9
	Bir saatte bir	72	20,1
	İki saatte bir	46	12,8
	İki saatten fazla sürede bir	79	22,1
Sosyal Medyada Bir Günde Geçirilen Zaman	0-1 saat	20	5,6
	1-3 saat	136	38,0
	3-6 saat	141	39,4
	6 saat üstü	61	17,0
Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	Evet	78	21,8
	Hayır	280	78,2
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	Aktif	162	45,3
	Pasif	196	54,7
Fiziksel Görünüş Değerlendirmesi	Hiç beğenmiyorum	14	3,9
	Beğenmiyorum	32	8,9
	Kararsızım	106	29,6
	Beğeniyorum	160	44,7
	Çok beğeniyorum	46	12,8

Araştırmaya katılan 358 ergen bireyin yaş dağılımı incelendiğinde, en yüksek oran %26,3 ile 17 yaş grubunda yer alırken, en düşük %15,6 ile 15 yaş grubunda yer almıştır. Katılımcıların çoğunluğunu lise öğrencileri oluşturmaktadır; en yüksek oran %22,3 ile lise 4. sınıf düzeyindedir. Cinsiyet dağılımına bakıldığında, katılımcıların %62,3'ünü kızlar, %37,7'sini ise erkekler oluşturmaktadır. Ebeveynlerin eğitim durumuna bakıldığında, annelerin %43,3'ü lise mezunu, %21,2'si lisans mezunu ve %17'si ilköğretim düzeyindedir. Babaların ise %41,6'sı lise mezunu, %19,3'ü lisans ve %16,8'i ortaöğretim düzeyindedir. Bu durum, ebeveynlerin büyük bir kısmının ortaöğretim ve lise düzeyinde eğitime sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %80,2'si orta algılanan gelir düzeyinde yer aldığını belirtirken, %14,8'i yüksek, %5'i ise düşük gelir grubundadır. Sosyal medya platformlarını kullandığını belirten katılımcıların oranı %100 olup tüm

katılımcılar kullanım durumunu belirtmiştir. Kullanılan sosyal medya platformları arasında en yaygın olanları %92,2 ile WhatsApp olup, %10,3 ile Facebook en düşüktür. Sosyal medya kullanım geçmişi açısından bakıldığında, katılımcıların %58,4'ü 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullandığını ifade etmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde, katılımcıların %22,9'u yarım saatte bir, %20,1'i ise saatte bir sosyal medyaya girmektedir. Günde geçirilen zaman açısından, en büyük oran %39,4 ile 3-6 saat aralığındadır, bunu %38,0 ile 1-3 saat arası takip etmektedir. Katılımcıların %21,8'i sosyal medya platformlarında filtre veya Photoshop kullandığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanım tarzına bakıldığında, %54,7'si pasif kullanıcı iken, %45,3'ü aktif kullanıcıdır. Fiziksel görünüş değerlendirmelerinde ise %44,7'si kendini beğendiğini ve %3,9'u hiç beğenmediğini ifade etmiştir.

3.3 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ARAÇ VE GEREÇLER

Araştırmada katılımcılara önce onam formu sunulmuş ve onaylayan kullanıcılar anket soruları ile devam edebilmişlerdir. Araştırmada veri toplamak amacıyla Demografik Bilgi Formu, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ), Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ) ve Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ) kullanılmıştır.

3.3.1. BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Çalışma başlangıcında katılımcılara onam formu sunulmuştur ve ankete katılım için onaylamaları beklenmiştir. Bilgilendirilmiş onam formunda cevapların anonim olacağı, araştırmanın amacı, verilerin saklanması ve araştırmadan istenildiği zaman ayrılabilceği yönünde bilgilendirme verilmiştir. Onam formu EK-A' da sunulmuştur.

3.3.2 SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

Katılımcıların sosyo-demografik bilgilerinin alınması amacı ile araştırmacının hazırlamış olduğu bilgi formu sunulmuştur. Katılımcılara yaş, kendisinin eğitim düzeyi, cinsiyet, anne ve babanın eğitim düzeyi, gelir düzeyleri, hangi sosyal medya platformlarının kullanıldığı, sosyal medya platformlarını kullanım süresi ve sıklığı,

paylaşımlarında filtre kullanıp kullanmadığı, sosyal medyayı aktif olarak mı pasif olarak mı kullandığı sorulmuştur. Sosyo-demografik bilgi formu EK-B' de sunulmuştur.

3.3.3 AİLE İLETİŞİM KALİPLARI ÖLÇEĞİ (AİKÖ)

Çalışmada, McLeod ve Chaffee (1972) tarafından geliştirilen, Ritchie ve Fitzpatrick' in (1990) yeniden düzenlediği, Erdoğan ve Anık (2018) tarafından Türkçe formunun geçerlilik, güvenilirlik çalışmasını yaptığı Aile İletişim Kalıpları Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, uyum yönelimi ve diyalog yönelimi boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutlar bağlamında; çoğulcu aileler, fikir birliğine dayalı aileler, koruyucu aileler ve serbestiyetçi aileler olarak dört farklı aile iletişim kalıbı belirlenmiştir. Uyum yönelimi boyutunun ortalama değerinin üstünde yer alanlar yüksek uyum düzeyinde, düşük puan alanlar ise düşük uyum düzeyinde yer alır. Düşük diyalog yönelimi puanı alanlar düşük diyalog yönelimli ve yüksek diyalog yönelimi puanı alanlar ise yüksek diyalog yönelimli olarak belirlenmiştir. Diyalog yönelimi, kişinin aile içinde fikirlerini ne kadar paylaşabildiğini, konuşulabilecek konuların sınırlı olup olmadığını, kişinin düşüncelerini açabilmesi için uygun zeminin olup olmadığını ölçerken uyum yönelimi ise ebeveynlerin çeşitli değer, inanç, kültür gibi tutumlarına bireyi teşvik etme durumunu ölçer. Uyum yöneliminin yüksek olduğu diyalog yöneliminin ise düşük olduğu aileler koruyucu, uyum yöneliminin ve diyalog yöneliminin yüksek olduğu aileler fikir birliğine dayalı, uyum yöneliminin ve diyalog yöneliminin düşük olduğu aileler serbestiyetçi ve uyum yöneliminin düşük diyalog yöneliminin yüksek olduğu aileler ise çoğulcu aile tipi olarak sınıflandırılmıştır. Ölçek sorularının ilk 15 maddesi diyalog yönelimini sonraki 11 madde ise uyum yönelimini kapsamaktadır. 26 maddeden oluşan ölçek kesinlikle katılıyorum ve kesinlikle katılmıyorum seçeneğine kadar olan 5 puanlı likert tipi ile derecelendirilmiştir. Diyalog yönelimi boyutundan en düşük 15, en yüksek 75 puan; uyum yönelimi boyutundan ise alınabilecek en düşük 11 puan en yüksek ise 55' tir. Puanlar her boyuttan alınan puanların ortalamasına göre belirlenmektedir.

Ölçeğin güvenilirliği incelendiğinde diyalog yönelimi alt boyutu için Cronbach Alfa değeri .88, uyum yönelimi boyutu için cronbach ise .81 bulunmuştur. Sosyal karşılaştırma ölçeği EK-D' de sunulmuştur.

3.3.4 SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖLÇEĞİ (SMKÖ)

Deniz ve Ünal tarafından çalışmaları yapılan ölçek sosyal medya kullanım alışkanlıklarını değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. 2019 yılında geliştirilen ölçek Baby Boomers (1944-1964) ve Z kuşağı arasında kalan 516 kişilik araştırma grubuna uygulanmıştır. 8 maddeden oluşan ölçek, yetkinlik ve süreklilik olmak üzere 2 boyuttan oluşmaktadır. Her boyut 4 sorudan oluşmakta olup, ters madde bulunmamaktadır. Süreklilik alt boyutu, kişinin sosyal medya ile ne kadar meşgul olduğunu ve sosyal medya platformlarındaki sürekliliğini ölçmekte olup, yetkinlik alt boyutu ise sosyal medyada yapılabilecek günlük yaşam etkinliklerine ne kadar katıldıklarını ölçmektedir. Toplam puanlar ise sosyal medya kullanımı ile genel anlamda meşgul ve yetkin olmayı ifade etmektedir. Ölçekten alınabilecek puanlar her alt boyut için 4-20 puan arasında olup toplam alınabilecek puanlar 8-40 aralığındadır. Ölçeğin Cronbach alpha değeri .82 bulunmuştur (Deniz ve Tutkun-Ünal, 2019). Ölçek soruları Ek-E' de sunulmuştur.

3.3.5 SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ÖLÇEĞİ (SKÖ)

Ölçek; Şahin, Durak ve Şahin (1993) tarafından bireyin nesnel ölçüt bulamadığı zaman kendini diğer insanlar ile karşılaştırdığında kendilerini çeşitli boyutlarda nasıl gördüklerine ilişkin algılarını ölçmek üzere geliştirilmiştir. İki kutuplu ve 18 maddeden oluşan bir ölçektir. Ölçeğin puanlanması çift kutuplar arasında 1-6 likert seçeneklerin işaretlenmesi ile yapılır. Ölçek puanlaması 18-108 arasında olup yüksek puanlar olumlu benlik şemasına ve düşük puanlar ise olumsuz benlik şemasına işaret etmektedir. Ölçeğin güvenilirliği incelendiğinde Cronbach Alfa değeri .79 olarak bulunmuştur. Ölçek soruları Ek-C' de sunulmuştur.

3.4 VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Verilerin toplanma sürecine Beykoz Üniversitesi Etik Kurulu'ndan onay alınarak çalışılmaya başlanmıştır. Araştırmada kullanılan Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ), Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (AİKÖ) ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)'yü geliştiren veya Türkçe uyarlama çalışmasını gerçekleştiren araştırmacılardan e-posta aracılığı ile ölçek kullanım izinleri alınmıştır (Ek- F, Ek- G, Ek- H). Araştırma soruları google form ile düzenlenmiş ve katılımcılara çevrim içi olarak iletilmiştir. Bilgilendirilmiş onam formu ilk sayfada verilmiş ve 18 yaş altı katılımcılar için veli onam formu gönderilmiştir. Veri toplama süreci 23 Ocak tarihinde başlanıp 19 Nisan tarihinde sonlandırılmıştır.

3.5 VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmadan elde edilen verilerin analizi R Studio (versiyon 2025.05.1 + 513; Posit PBC, 2025) programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin analiz süreci üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ve temel değişkenlere (sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma, aile iletişim kalıpları) ilişkin betimsel istatistikler hesaplanmıştır. İkinci aşamada, normallik analizleri yapılmıştır. Bu kapsamda değişkenlerin dağılım özelliklerini belirlemek amacıyla çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır. Normallik özellikleri sağlanmıştır. Bu nedenle üçüncü aşamada, parametrik analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Üçüncü aşamada, bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi (Independent Samples t- test) ve tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA analizleri sonrasında gruplar arası farkın hangi düzeyde gerçekleştiğini belirlemek amacıyla post-hoc testler uygulanmıştır. Bu bağlamda, grup varyanslarının homojenliğini test etmek için Levene testi kullanılmıştır. Levene testi sonucunda varyansların homojen olduğu durumlarda Scheffé testi tercih edilmiştir. Scheffé testi, gruplar arası karşılaştırmalarda oldukça muhafazakâr bir

yaklaşım sergilemesi ve çoklu karşılaştırmalar için güvenilir sonuçlar üretmesi nedeniyle uygun görülmüştür (Field, 2018). Levene testi sonucunda varyansların homojen olmadığı durumlarda ise Games-Howell testi uygulanmıştır. Games-Howell testi, varyansların eşit olmadığı ve grup büyüklüklerinin farklılık gösterdiği durumlarda Type I hata oranını kontrol etme açısından avantaj sağlamaktadır (Kim, 2014). Yapılan analizlerde elde edilen farkların büyüklüğünü değerlendirebilmek amacıyla etki büyüklüğü değerleri de hesaplanmıştır. Bağımsız örneklem t- testi için Cohen's d, ANOVA analizleri için ise kısmi eta kare (η^2) kullanılmıştır. Cohen's d için .20 küçük, .50 orta ve .80 büyük etki olarak değerlendirilirken; kısmi eta kare için .01 küçük, .06 orta ve .14 büyük etki düzeyi olarak kabul edilmiştir (Cohen, 1988; Lakens, 2013). Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Bu analiz ile sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve aile iletişim düzeyleri arasındaki ilişki düzeyi ve yönü değerlendirilmiştir. Korelasyon katsayılarının yorumlanmasında Cohen'in (1988) belirlediği ölçütler esas alınmıştır. Bu bağlamda, .10–.29 arası zayıf, .30–.49 arası orta düzeyde ve .50 ve üzeri katsayılar güçlü düzeyde ilişki olarak yorumlanmıştır. Ayrıca, sosyal karşılaştırma düzeyinin sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisinde aile iletişiminin aracı rolünü test etmek amacıyla aracılık analizi gerçekleştirilmiştir. Yol analizine ek olarak, aracılık etkisinin test edilmesinde bootstrap analizi (5000 örnekleme) kullanılmıştır. Analiz öncesinde verilerin normallik ve çoklu doğrusalık varsayımları kontrol edilmiş ve her iki varsayımın da karşılandığı belirlenmiştir.

Tablo 3.2'de çalışmada kullanılan ölçeklerin normallik dağılımı çarpıklık, basıklık ve Kolmogorov-Smirnov test istatistikleri ile değerlendirilmiştir.

Tablo 3.2 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Dağılımları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov p
Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ)	-.475	.620	.172
Diyalog Yönelimi	-.442	-.323	.099
Uyum Yönelimi	.156	-.587	.318
Süreklilik	-.104	-.750	.033
Yetkinlik	-.262	-.271	.046
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)	-.186	-.319	.442

Tabloda yer alan normallik analizine göre, tüm ölçek ve alt boyutların çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri ± 1 aralığında kalmakta olup, bu durum verilerin büyük ölçüde normal dağılıma yakın olduğunu göstermektedir (George & Mallery, 2010). Örneğin, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) için çarpıklık değeri -.475 ve basıklık değeri .620 olarak bulunmuştur. Buna ek olarak, Kolmogorov–Smirnov testi sonucu istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > .05$). Bu bulgular, SKÖ puanlarının simetrik ve normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir.

Diyalog Yönelimi alt boyutunda çarpıklık -.442 ve basıklık -.323 olup dağılımın simetrik ve hafifçe basık olduğunu, dolayısıyla normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir. Bu boyut için Kolmogorov–Smirnov testi sonucu da anlamlı değildir ($p > .05$) ve bu durum normallik varsayımını desteklemektedir. Uyum Yönelimi alt boyutunda çarpıklık değeri .156 ve basıklık değeri -.587 olup, bu alt boyutun dağılımı hafif sağa çarpık ve yayvan bir yapı göstermektedir. Bununla birlikte, K–S testi sonucu anlamlı değildir ($p > .05$) ve bu durum, dağılımın normal dağılım varsayımını karşıladığını göstermektedir.

Süreklilik alt boyutunun çarpıklık değeri -.104 ve basıklık değeri -.750 olarak hesaplanmıştır. Her iki değer de ± 1 aralığındadır. Ancak Kolmogorov–Smirnov testi bu

değişken için anlamlı çıkmıştır ($p < .05$). Bu durum teknik olarak normal dağılıma aykırılık gösterebilir, ancak çarpıklık ve basıklık değerleri göz önüne alındığında, dağılımın pratikte normal kabul edilebileceği değerlendirilmektedir. Yetkinlik alt boyutu için çarpıklık $-.262$ ve basıklık $-.271$ olarak elde edilmiştir. Bu boyut için de K–S testi anlamlıdır ($p < .05$). Bu durum, küçük örneklerde olmasa da büyük örneklerde normallik testinin aşırı duyarlı olabileceğini gösterir (Field, 2013). Bu nedenle, burada da dağılımın şekline ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerine öncelik verilmiştir.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ) toplam puanı için çarpıklık değeri $-.186$ ve basıklık değeri $-.319$ 'dur. Bu değerler normal dağılım ile uyumludur ve Kolmogorov–Smirnov testi de anlamlı değildir ($p > .05$), bu da dağılımın istatistiksel olarak da normal olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, her bir ölçek ve alt boyut için hem çarpıklık-basıklık değerleri hem de Kolmogorov–Smirnov test sonuçları birlikte değerlendirilmiştir. Bazı değişkenlerde K–S testi anlamlı çıksa da (örneğin Süreklilik ve Yetkinlik), bu testin özellikle büyük örneklerde dağılımdaki küçük sapmaları bile anlamlı gösterebildiği bilinmektedir (Field, 2013). Bu nedenle normalliğe ilişkin nihai değerlendirmede, dağılımın şeklini yansıtan çarpıklık ve basıklık değerlerine öncelik verilmiştir (Kim, 2013). Tüm bu değerlendirmeler sonucunda, verilerin parametrik test varsayımlarını karşıladığı ve analizlerde parametrik yöntemlerin kullanılmasının uygun olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 3.3' de çalışmada kullanılan ölçeklerin bu araştırma kapsamında hesaplanan güvenirlik katsayıları (Cronbach Alpha) sunulmuştur.

Tablo 3.3 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirliği

Ölçek ve Alt Boyutlar	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ)	18	.87
<i>Diyalog Yönelimi</i>	15	.92
<i>Uyum Yönelimi</i>	11	.86
<i>Süreklilik</i>	4	.81
<i>Yetkinlik</i>	4	.74
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)	8	.84

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik düzeyleri, iç tutarlılığın bir göstergesi olan Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiştir. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) için hesaplanan Cronbach's Alpha değeri .87 olup, ölçeğin yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Aile İletişim Kalıpları Ölçeği'nin (AİKÖ) alt boyutlarından Diyalog Yönelimi için hesaplanan güvenirlik katsayısı .92 ile oldukça yüksek bir değerdedir. Uyum Yönelimi alt boyutu için bu değer .86 olarak bulunmuş ve güçlü bir iç tutarlılık ortaya koymuştur.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ) için hesaplanan güvenirlik katsayısı .84 olup, ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ölçeğin alt boyutları olan Süreklilik ve Yetkinlik için sırasıyla 0,81 ve 0,74 değerleri elde edilmiştir; bu değerler de kabul edilebilir düzeyde iç tutarlılığa işaret etmektedir. Genel olarak, çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach's Alpha değerleri .70'in üzerinde olup, bu durum ölçüm araçlarının güvenilir veri sağladığını göstermektedir.

Cronbach's Alpha katsayısı, .70 ile .80 aralığında ise kabul edilebilir; .80 ile .90 aralığında ise iyi; .90 ve üzeri ise mükemmel düzeyde iç tutarlılık olarak değerlendirilmektedir (George ve Mallery, 2010; Tavakol & Dennick, 2011). Bu bağlamda, elde edilen bulgular kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin yeterli ve tatmin edici düzeyde olduğunu göstermektedir.

4 BULGULAR

Bu bölümde, ergenlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin, sosyal karşılaştırma düzeylerinin ve aile iletişim düzeylerinin çeşitli sosyo-demografik değişkenler (yaş, eğitim seviyesi, cinsiyet, anne eğitim seviyesi, baba eğitim seviyesi, algılanan gelir düzeyi, sosyal medya araçlarını ne kadar zamandır kullanıldığı, sosyal medya araçlarının ne sıklıkla kullanıldığı, sosyal medya araçlarına günde ne kadar süre ayrıldığı, sosyal medyadaki fotoğraf paylaşımlarında filtre ya da photoshop uygulama tercihi, sosyal medya kullanım tarzı ve algılanan fiziksel görünüş) açısından fark gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla, Bağımsız Örneklem Grupları İçin Uygulanan t- testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Araştırma grubunun ölçeklerden demografik değişkenlere göre elde ettikleri puanların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4.1’ de sunulmuştur.

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Yaş						
14	3.37 (.94)	3.02 (.92)	3.01 (1.19)	3.27 (1.06)	3.14 (1.02)	4.20 (.73)
15	3.53 (.86)	2.98 (.83)	3.22 (.85)	3.55 (.82)	3.39 (.71)	4.32 (.72)
16	3.40 (.89)	2.97 (.95)	3.35 (1.07)	3.44 (.79)	3.40 (.85)	4.04 (.81)
17	3.31 (.88)	3.06 (1.00)	3.11 (.99)	3.37 (.95)	3.24 (.88)	4.24 (.72)
18	3.15 (.95)	3.16 (.87)	3.23 (1.08)	3.45 (.99)	3.34 (.90)	4.13 (.93)

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	AI – Diyalog Alt Boyutu	AI – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Eğitim						
8.Sınıf	3.54 (.69)	2.87 (.80)	2.76 (1.13)	3.24 (1.02)	3.00 (.96)	4.22 (.63)
Lise 1	3.26 (1.09)	3.18 (.95)	3.30 (1.09)	3.42 (1.04)	3.36 (.96)	4.16 (.81)
Lise 2	3.68 (.78)	2.79 (.84)	3.25 (.86)	3.49 (.65)	3.37 (.64)	4.39 (.78)
Lise 3	3.31 (.76)	3.02 (.96)	3.27 (.97)	3.38 (.90)	3.32 (.87)	4.12 (.77)
Lise 4	3.23 (.89)	3.17 (1.01)	3.04 (1.06)	3.40 (.90)	3.22 (.85)	4.17 (.73)
Lise Mezunu	3.48 (.96)	3.14 (.72)	3.19 (1.19)	3.50 (1.32)	3.35 (1.17)	4.25 (.99)
Üniversite 1	3.06 (1.00)	3.04 (.91)	3.38 (1.00)	3.45 (.91)	3.41 (.85)	4.08 (.91)
Cinsiyet						
Kadin	3.33 (.95)	3.02 (.95)	3.37 (1.05)	3.46 (.94)	3.42 (.90)	4.14 (.74)
Erkek	3.35 (.85)	3.08 (.87)	2.84 (.97)	3.31 (.94)	3.08 (.83)	4.27 (.85)
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	3.20 (.96)	3.14 (1.04)	3.14 (1.14)	3.37 (.98)	3.25 (.95)	4.15 (.93)
Ortaöğretim	3.23 (.70)	2.77 (.79)	3.04 (.86)	3.31 (.71)	3.18 (.66)	4.17 (.79)
Lise	3.31 (.88)	3.07 (.88)	3.24 (1.07)	3.48 (.94)	3.36 (.91)	4.18 (.70)
Lisans	3.50 (.95)	3.04 (.92)	3.14 (.97)	3.32 (.94)	3.23 (.86)	4.17 (.80)
Lisansüstü ve üzeri	3.56 (1.09)	3.15 (1.04)	3.14 (1.16)	3.45 (1.17)	3.30 (1.04)	4.41 (.88)

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	3.14 (.94)	3.07 (.96)	3.05 (1.18)	3.20 (.98)	3.12 (.98)	4.09 (.94)
Ortaöğretim	3.21 (.82)	3.06 (.97)	3.12 (1.10)	3.42 (.82)	3.27 (.83)	4.18 (.74)
Lise	3.42 (.86)	3.04 (.87)	3.22 (1.01)	3.48 (1.00)	3.35 (.90)	4.17 (.73)
Lisans	3.41 (.98)	3.01 (.93)	3.27 (.92)	3.42 (.80)	3.34 (.75)	4.23 (.82)
Lisansüstü ve üzeri	3.39 (1.12)	3.10 (1.05)	2.97 (1.17)	3.38 (1.11)	3.17 (1.08)	4.42 (.78)
Algılanan Gelir Düzeyi						
Düşük	2.95 (1.10)	3.31 (1.12)	2.81 (1.03)	3.14 (1.29)	2.97 (1.09)	3.64 (.92)
Orta	3.31 (.89)	3.06 (.89)	3.17 (1.04)	3.41 (.91)	3.29 (.87)	4.18 (.74)
Yüksek	3.63 (.90)	2.88 (1.00)	3.28 (1.07)	3.46 (.97)	3.37 (.91)	4.42 (.89)

Katılımcıların yaşlarına göre incelendiğinde, Diyalog Yönelimi açısından en yüksek ortalama 15 yaş grubunda (Ort. = 3.53, SS = .86), en düşük ortalama ise 18 yaş grubunda (Ort. = 3.15, SS = .95) gözlenmiştir. Uyum Yönelimi puanları yaşla birlikte artma eğilimi göstermekte olup, en yüksek ortalama 18 yaş grubundadır (Ort. = 3.16, SS = .87). Sosyal Medya Süreklilik puanı 16 yaş grubunda en yüksek (Ort. = 3.35, SS = 1.07), 14 yaş grubunda ise en düşüktür (Ort. = 3.01, SS = 1.19). Benzer biçimde, Yetkinlik puanı 15 yaş grubunda en yüksek (Ort. = 3.55, SS = .82), 14 yaş grubunda en düşük (Ort. = 3.27, SS = 1.06) düzeydedir. Sosyal Medya Toplam Puanı 15 ve 16 yaş gruplarında daha yüksek (Ort. = 3.39–3.40), en düşük ise 14 yaş grubundadır (Ort. = 3.14, SS = 1.02).

Sosyal Karşılaştırma Puanı açısından en yüksek değer 15 yaş grubunda (Ort. = 4.32, SS = .72), en düşük ise 16 yaşta (Ort. = 4.04, SS = .81) gözlenmiştir. Eğitim düzeyine göre değerlendirildiğinde, Diyalog Yönelimi açısından en yüksek ortalama Lise 2 grubunda (Ort. = 3.68, SS = .78), en düşük ise Üniversite 1. sınıf öğrencilerindedir (Ort. = 3.06, SS = 1.00). Uyum Yönelimi en yüksek Lise 1 grubunda (Ort. = 3.18, SS = .95), en düşük ise Lise 2 grubundadır (Ort. = 2.79, SS = .84). Sosyal Medya Süreklilik puanı en yüksek Üniversite 1 (Ort. = 3.38, SS = 1.00), en düşük 8. Sınıf grubundadır (Ort. = 2.76, SS = 1.13). Yetkinlik en yüksek Lise Mezunlarında (Ort. = 3.50, SS = 1.32), en düşük ise yine 8. Sınıf grubundadır (Ort. = 3.24, SS = 1.02). Sosyal Medya Toplam Puanı en yüksek Üniversite 1 grubunda (Ort. = 3.41, SS = .85), en düşük 8. Sınıf öğrencilerindedir (Ort. = 3.00, SS = .96). Sosyal Karşılaştırma puanları en yüksek Lise 2 (Ort. = 4.39, SS = .78), en düşük Lise 3 grubunda (Ort. = 4.12, SS = .77) görülmüştür. Cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde, kadın katılımcılar Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.37, SS = 1.05), Yetkinlik (Ort. = 3.46, SS = .94) ve Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.42, SS = .90) açısından daha yüksek puanlara sahiptir. Erkek katılımcılar ise Sosyal Karşılaştırma puanlarında daha yüksek ortalamaya sahiptir (Ort. = 4.27, SS = .85). Diyalog ve Uyum Yönelimi açısından iki cinsiyet grubu arasında belirgin bir fark gözlenmemektedir. Anne eğitim düzeyine göre incelendiğinde, Diyalog Yönelimi ortalaması en yüksek lisansüstü ve üzeri eğitim düzeyine sahip annelerde (Ort. = 3.56, SS = 1.09), en düşük ortaöğretim grubundadır (Ort. = 3.23, SS = .70). Uyum Yönelimi en yüksek ilköğretim düzeyindeki annelerde (Ort. = 3.14, SS = 1.04), en düşük ortaöğretim grubundadır (Ort. = 2.77, SS = .79). Sosyal Medya Süreklilik puanı lise mezunu annelerde en yüksek (Ort. = 3.24, SS = 1.07), ortaöğretim grubunda en düşüktür (Ort. = 3.04, SS = .86). Sosyal Medya Toplam Puanı yine lise mezunu annelerde (Ort. = 3.36, SS = .91), en düşük ise ortaöğretim düzeyindedir (Ort. = 3.18, SS = .66). Sosyal Karşılaştırma puanları açısından ise lisansüstü anneler en yüksek ortalamaya sahiptir (Ort. = 4.41, SS = .88). Baba eğitim düzeyine göre incelendiğinde, Diyalog Yönelimi puanı en yüksek lise mezunu babalarda (Ort. = 3.42, SS = .86), en düşük ilköğretim grubundadır (Ort. = 3.14, SS = .94). Uyum

Yönelimi açısından gruplar birbirine oldukça yakındır. Sosyal Medya Süreklilik puanı lisans mezunu babalarda en yüksek (Ort. = 3.27, SS = .92), lisansüstü ve üzeri grupta ise en düşüktür (Ort. = 2.97, SS = 1.17). Yetkinlik puanı en yüksek lise mezunu babalarda (Ort. = 3.48, SS = 1.00), en düşük ise ilköğretim grubundadır (Ort. = 3.20, SS = .98). Sosyal Karşılaştırma Puanı ise lisansüstü grupta en yüksektir (Ort. = 4.42, SS = .78). Algılanan gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde, Diyalog Yönelimi puanı en yüksek yüksek gelir grubunda (Ort. = 3.63, SS = .90), en düşük düşük gelir grubundadır (Ort. = 2.95, SS = 1.10). Uyum Yönelimi ise düşük gelir grubunda daha yüksektir (Ort. = 3.31, SS = 1.12). Sosyal Medya Süreklilik puanı en yüksek yüksek gelir grubunda (Ort. = 3.28, SS = 1.07), en düşük düşük gelir grubundadır (Ort. = 2.81, SS = 1.03). Yetkinlik ve Sosyal Medya Toplam Puanı yine yüksek gelir grubunda en yüksek düzeydedir. Sosyal Karşılaştırma puanı açısından en yüksek ortalama yine yüksek gelir grubunda görülmektedir (Ort. = 4.42, SS = .89), en düşük ise düşük gelir grubundadır (Ort. = 3.64, SS = .92). Aşağıdaki tabloda ise araştırma grubunun sosyal medya kullanım yılı, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya kullanım saati, sosyal medyada platformlarında filtre ya da photoshop uygulama durumu, sosyal medya kullanım tarzı, kullanılan sosyal medya platformları değişkenlerine göre ölçeklerden alınan puanların ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Sosyal Medya Kullanım Yılı						
0-2 yıl arası	3.53 (.81)	2.64 (.81)	2.74 (1.12)	3.04 (1.07)	2.89 (1.01)	4.19 (.78)
3-4 yıl arası	3.35 (.85)	3.06 (.87)	2.86 (.97)	3.21 (.88)	3.04 (.80)	4.17 (.76)
4 yıl ve üzeri	3.29 (.96)	3.12 (.95)	3.42 (1.00)	3.58 (.90)	3.50 (.85)	4.20 (.81)
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı						
İki saatten daha fazla sürede bir	3.19 (1.04)	3.09 (1.02)	3.30 (1.21)	3.39 (1.07)	3.34 (1.04)	4.08 (.89)
İki saatte bir	3.47 (.81)	3.02 (.87)	2.71 (.89)	3.02 (.96)	2.86 (.80)	4.26 (.60)
Bir saatte bir	3.13 (.87)	3.15 (.86)	2.87 (.98)	3.33 (.85)	3.10 (.80)	4.21 (.65)
Yarım saatte bir	3.53 (.85)	2.89 (.89)	3.05 (.84)	3.43 (.82)	3.24 (.71)	4.24 (.81)
15 dakikada bir	3.53 (.70)	3.08 (.94)	3.62 (.90)	3.73 (.79)	3.67 (.75)	4.25 (.71)
5 dakikada bir	3.15 (1.14)	3.09 (.96)	3.88 (1.10)	3.66 (1.11)	3.77 (1.04)	4.08 (1.14)
Sosyal Medya Kullanım Saati (Günde)						
0-1 saat arası	3.29 (.76)	3.33 (.76)	2.24 (.78)	2.85 (.76)	2.54 (.62)	4.42 (.72)
1-3 saat arası	3.48 (.88)	2.89 (.89)	2.71 (.89)	3.16 (.87)	2.93 (.76)	4.19 (.74)
3-6 saat arası	3.36 (.81)	3.05 (.88)	3.46 (.88)	3.56 (.91)	3.51 (.80)	4.25 (.72)
6 saat ve üstü	2.99 (1.16)	3.28 (1.08)	3.85 (1.13)	3.79 (.99)	3.82 (.94)	3.97 (1.01)

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu						
Evet	3.28 (.96)	3.22 (.94)	3.58 (.97)	3.68 (.86)	3.63 (.79)	4.21 (.79)
Hayır	3.36 (.90)	3.00 (.91)	3.06 (1.04)	3.33 (.95)	3.19 (.89)	4.18 (.79)
Sosyal Medya Kullanım Tarzı						
Aktif	3.46 (.95)	3.01 (.92)	3.35 (1.07)	3.52 (.95)	3.44 (.91)	4.29 (.80)
Pasif	3.24 (.87)	3.08 (.92)	3.02 (1.00)	3.31 (.92)	3.17 (.86)	4.10 (.77)
Kullanılan Sosyal Medya Platformları						
İnstagram						
Yok	3.22 (.89)	2.74 (.84)	2.45 (.97)	2.91 (.97)	2.68 (.88)	3.97 (.94)
Var	3.36 (.91)	3.09 (.93)	3.27 (1.02)	3.47 (.92)	3.37 (.86)	4.22 (.76)
Whatsapp						
Yok	2.94 (1.05)	2.90 (1.01)	2.65 (1.08)	3.10 (1.18)	2.88 (1.08)	3.82 (1.27)
Var	3.35 (.90)	3.05 (.92)	3.19 (1.04)	3.42 (.93)	3.30 (.88)	4.20 (.76)
Youtube						
Yok	3.55 (.91)	2.98 (.82)	2.96 (.77)	3.13 (.84)	3.05 (.73)	4.17 (1.02)

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
X (Twitter)						
Yok	3.41 (.88)	2.99 (.88)	3.12 (1.03)	3.33 (.86)	3.23 (.84)	4.15 (.80)
Var	3.25 (.94)	3.12 (.98)	3.24 (1.07)	3.51 (1.03)	3.38 (.94)	4.24 (.77)
Tiktok						
Yok	3.27 (.91)	2.99 (.89)	2.68 (.98)	3.10 (.93)	2.89 (.86)	4.16 (.79)
Var	3.38 (.91)	3.08 (.94)	3.49 (.96)	3.61 (.89)	3.55 (.81)	4.21 (.79)
Google						
Yok	3.37 (.99)	2.96 (.86)	2.93 (.95)	3.03 (1.04)	2.98 (.93)	4.28 (.92)
Var	3.34 (.90)	3.06 (.93)	3.20 (1.06)	3.46 (.91)	3.33 (.88)	4.18 (.77)
Pinterest						
Yok	3.44 (.89)	2.91 (.86)	2.96 (.96)	3.32 (.89)	3.14 (.79)	4.25 (.91)
Var	3.27 (.92)	3.14 (.95)	3.32 (1.08)	3.47 (.97)	3.39 (.94)	4.15 (.69)
Facebook						
Yok	3.34 (.90)	3.04 (.90)	3.16 (1.03)	3.40 (.91)	3.28 (.86)	4.16 (.76)
Var	3.32 (1.06)	3.15 (1.11)	3.29 (1.23)	3.49 (1.17)	3.39 (1.16)	4.42 (.97)
Snapchat						
Yok	3.17 (.92)	3.15 (.93)	2.82 (1.03)	3.17 (.97)	3.00 (.88)	4.02 (.79)
Var	3.51 (.87)	2.94 (.90)	3.53 (.93)	3.65 (.85)	3.59 (.79)	4.36 (.74)

Katılımcıların sosyal medya kullanım yılına göre aldıkları puanlar incelendiğinde, Diyalog Yönelimi açısından en yüksek ortalama 0–2 yıl kullanan grupta (Ort. = 3.53, SS = .81), en düşük ortalama ise 4 yıl ve üzeri kullanım süresine sahip grupta (Ort. = 3.29, SS = .96) gözlenmiştir. Uyum Yönelimi puanları 3–4 yıl kullananlarda en yüksek (Ort. = 3.06, SS = .87), 0–2 yıl kullananlarda ise en düşük (Ort. = 2.64, SS = .81) düzeydedir. Sosyal Medya Süreklilik puanı 4 yıl ve üzeri kullanımda en yüksek (Ort. = 3.42, SS = 1.00), 0–2 yılda en düşük (Ort. = 2.74, SS = 1.12) olarak bulunmuştur. Yetkinlik puanı da benzer şekilde 4 yıl ve üzeri grupta en yüksek (Ort. = 3.58, SS = .90), 0–2 yılda en düşüktür (Ort. = 3.04, SS = 1.07). Sosyal Medya Toplam Puanı, yine 4 yıl ve üzeri grupta en yüksek (Ort. = 3.50, SS = .85), 0–2 yılda en düşük (Ort. = 2.89, SS = 1.01) olarak ölçülmüştür. Sosyal Karşılaştırma Puanı açısından ise gruplar arasında anlamlı bir fark gözlenmemekte, puanlar benzer düzeydedir: 0–2 yıl (Ort. = 4.19, SS = .78), 3–4 yıl (Ort. = 4.17, SS = .76), 4+ yıl (Ort. = 4.20, SS = .81). Sosyal medya kullanım sıklığına göre değerlendirildiğinde, Diyalog Yönelimi ortalaması en yüksek "15 dakikada bir" kullananlarda (Ort. = 3.53, SS = .70), en düşük ise "İki saatten daha fazla sürede bir" kullananlarda (Ort. = 3.19, SS = 1.04) saptanmıştır. Uyum Yönelimi en yüksek "Bir saatte bir" (Ort. = 3.15, SS = .86), en düşük "Yarım saatte bir" grubundadır (Ort. = 2.89, SS = .89). Sosyal Medya Süreklilik, Yetkinlik ve Sosyal Medya Toplam Puanı "5 dakikada bir" grubunda sırasıyla (Ort. = 3.88, SS = 1.10), (Ort. = 3.66, SS = 1.11), (Ort. = 3.77, SS = 1.04) ile en yüksek düzeydedir. Sosyal Karşılaştırma Puanı ise en yüksek "İki saatte bir" grubunda (Ort. = 4.26, SS = .60), en düşük "5 dakikada bir" grubundadır (Ort. = 4.08, SS = 1.14). Günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre incelendiğinde, Diyalog Yönelimi en yüksek "1–3 saat" (Ort. = 3.48, SS = .88), en düşük "6 saat ve üstü" grubundadır (Ort. = 2.99, SS = 1.16). Uyum Yönelimi en yüksek "6 saat ve üstü" (Ort. = 3.28, SS = 1.08), en düşük "1–3 saat" grubundadır (Ort. = 2.89, SS = .89). Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.85, SS = 1.13), Yetkinlik (Ort. = 3.79, SS = .99) ve Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.82, SS = .94) en yüksek "6 saat ve üstü" grubundadır. Sosyal Karşılaştırma Puanı ise en yüksek "0–1 saat" grubunda (Ort. = 4.42, SS = .72), en düşük "6 saat ve üstü"

grubundadır (Ort. = 3.97, SS = 1.01). Filtre veya photoshop uygulama durumuna göre, Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.58, SS = .97), Yetkinlik (Ort. = 3.68, SS = .86), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.63, SS = .79) en yüksek "Evet" diyenlerde görülmüştür. Diyalog Yönelimi ise "Hayır" grubunda daha yüksektir (Ort. = 3.36, SS = .90). Uyum Yönelimi "Evet" grubunda daha yüksektir (Ort. = 3.22, SS = .94). Sosyal Karşılaştırma Puanı "Evet" (Ort. = 4.21, SS = .79) ve "Hayır" (Ort. = 4.18, SS = .79) gruplarında benzer düzeydedir. Kullanım tarzına göre aktif kullanıcılar, Diyalog Yönelimi (Ort. = 3.46, SS = .95), Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.35, SS = 1.07), Yetkinlik (Ort. = 3.52, SS = .95), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.44, SS = .91) ve Sosyal Karşılaştırma Puanı (Ort. = 4.29, SS = .80) açısından daha yüksek ortalamalara sahiptir. Pasif kullanıcıların Uyum Yönelimi puanı daha yüksektir (Ort. = 3.08, SS = .92). Kullanılan sosyal medya platformlarına göre, Instagram kullananlarda Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.27, SS = 1.02), Yetkinlik (Ort. = 3.47, SS = .92), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.37, SS = .86) ve Sosyal Karşılaştırma Puanı (Ort. = 4.22, SS = .76) daha yüksektir. WhatsApp kullananlar benzer şekilde tüm boyutlarda daha yüksek ortalamalara sahiptir. YouTube kullananlarda Diyalog Yönelimi daha yüksek (Ort. = 3.55, SS = .91) iken, kullananlarda Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.19, SS = 1.07), Yetkinlik (Ort. = 3.43, SS = .95), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.31, SS = .90) ve Sosyal Karşılaştırma Puanı (Ort. = 4.19, SS = .77) daha yüksektir. TikTok kullananlarda Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.49, SS = .96), Yetkinlik (Ort. = 3.61, SS = .89), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.55, SS = .81) ve Sosyal Karşılaştırma Puanı (Ort. = 4.21, SS = .79) daha yüksektir. Snapchat kullananlarda da Sosyal Medya Süreklilik (Ort. = 3.53, SS = .93), Yetkinlik (Ort. = 3.65, SS = .85), Sosyal Medya Toplam Puanı (Ort. = 3.59, SS = .79) ve Sosyal Karşılaştırma Puanı (Ort. = 4.36, SS = .74) en yüksek düzeydedir. Facebook kullananlarda ise Sosyal Karşılaştırma Puanı en yüksek (Ort. = 4.42, SS = .97) bulunmuştur. Aşağıdaki tabloda ise araştırma grubunun fiziksel görünüşlerini değerlendirmelerine göre ölçeklerden elde edilen puanların ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 4.1 Araştırma Grubunun Ölçeklerden Demografik Değişkenlere Göre Elde Ettikleri Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Sosyo-demografik Özellikler	Aİ – Diyalog Alt Boyutu	Aİ – Uyum Alt Boyutu	SM – Süreklilik Alt Boyutu	SM - Yetkinlik Alt Boyutu	SM - Toplam Puan	SK – Toplam Puan
	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)	Ort. ve (SS)
Fiziksel Görünüş Değerlendirmesi						
Hiç Beğenmiyorum	3.09 (.89)	2.99 (1.04)	3.66 (1.31)	3.86 (.97)	3.76 (1.03)	3.43 (.80)
Beğenmiyorum	3.12 (.83)	3.23 (.90)	3.11 (1.05)	3.28 (.87)	3.20 (.80)	3.79 (.54)
Kararsızım	3.23 (.86)	3.20 (.82)	3.08 (.96)	3.31 (.90)	3.19 (.82)	4.00 (.67)
Beğeniyorum	3.43 (.86)	3.00 (.85)	3.17 (1.02)	3.43 (.92)	3.30 (.86)	4.34 (.72)
Çok Beğeniyorum	3.51 (1.20)	2.76 (1.24)	3.27 (1.24)	3.51 (1.12)	3.39 (1.12)	4.61 (1.01)

Katılımcıların fiziksel görünümüne ilişkin öz değerlendirmelerine göre Diyalog Yönelimi puanları incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Çok beğeniyorum” grubunda (Ort. = 3.51, SS = 1.20), en düşük ortalamanın ise “Hiç beğenmiyorum” grubunda (Ort. = 3.09, SS = .89) yer aldığı görülmektedir. Uyum Yönelimi açısından en yüksek ortalama “Beğenmiyorum” (Ort. = 3.23, SS = .90), en düşük ise “Çok beğeniyorum” (Ort. = 2.76, SS = 1.24) grubundadır. Sosyal Medya Süreklilik alt boyutunda en yüksek ortalama “Hiç beğenmiyorum” grubunda (Ort. = 3.66, SS = 1.31), en düşük ortalama ise “Kararsızım” (Ort. = 3.08, SS = .96) grubunda görülmektedir. Yetkinlik Alt Boyutu için en yüksek ortalama “Hiç beğenmiyorum” (Ort. = 3.86, SS = .97), en düşük ise “Beğenmiyorum” grubuna (Ort. = 3.28, SS = .87) aittir. Toplam Sosyal Medya Kullanımı puanı bakımından en yüksek ortalama “Hiç beğenmiyorum” (Ort. = 3.76, SS = 1.03), en düşük ise “Beğenmiyorum” (Ort. = 3.20, SS = .80) grubunda gözlenmiştir. Sosyal Karşılaştırma

puanı açısından en yüksek ortalama “Çok beğeniyorum” (Ort. = 4.61, SS = 1.01), en düşük ortalama ise “Hiç beğenmiyorum” (Ort. = 3.43, SS = .80) grubundadır.

4.1.1. Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının katılımcıların yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Anova sonuçları Tablo 4.1.1.1’ de verilmiştir.

Tablo 1.1.1.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	s_d	K. O.	F	p	η^2
Yaş	3.24	4	.81	1.03	.393	.01
Hata	278.40	353	.79			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.03, p < .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, yaşın sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.2 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin yetkinlik alt boyutunun katılımcıların yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.2.1’ de verilmiştir.

Tablo 2.1.2.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Yaş	2.84	4	.71	.80	.525	.01
Hata	312.88	353	.89			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal medya yetkinlik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .80, p > .05, \eta^2 = .01$).

Bu bulgu, yaşın sosyal medya yetkinliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.3 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergelerin sosyal medya kullanım düzeyinin süreklilik alt boyutunun katılımcıların yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.3.1’ te verilmiştir.

Tablo 3.1.3.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Yaş	4.51	4	1.13	1.03	.392	.01
Hata	386.84	353	1.10			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal medya süreklilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.03, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, yaşın sosyal medya sürekliliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.4 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanının katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1.4.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	5.27	6	.88	1.11	.354	.02
Hata	276.07	350	.79			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal medya yetkinlik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = 1.11, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, eğitimin sosyal medya yetkinliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.5 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutu puanının ergenlerin eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.5.1’de verilmiştir.

Tablo 5.1.5.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Eğitim Düzeyi

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	12.21	6	2.04	1.88	.084	.03
Hata	378.97	350	1.08			

Analiz sonucunda, eğitim düzeyine göre sosyal medya süreklilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = 1.88, p > .05, \eta^2 = .03$). Bu bulgu, eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.6 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.6.1’de verilmiştir.

Tablo 6.1.6.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Eğitim Düzeyi

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	1.76	6	.29	.33	.922	.01
Hata	313.53	350	.90			

Analiz sonucunda, eğitim düzeyine göre sosyal medya yetkinlik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = .033, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.7 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanının ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.7.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.7.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre

İncelenmesi

Değişkenler	t	df	p	d
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanı	3.66	302.29	<.001***	.39

Analiz sonucunda kadın katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanları (Ort. 3.42, SS = .90) erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 3.08, SS = .83) kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(302.29) = 3.66, p < .001, d = .39$). Bu sonuç, cinsiyetin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu ve küçük düzeyde bir etki büyüklüğüne sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.8 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- test sonuçları Tablo 4.1.8.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.8.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu	4.90	300.35	< .001***	.52

Analiz sonucunda, kadın katılımcıların Süreklilik alt boyutuna ilişkin puanları (Ort. 3.37, SS = 1.05), erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 2.84, SS = .97) kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(300.35) = 3.90$, $p < .001$, $d = .52$). Bu bulgu, cinsiyetin sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu ve orta düzeyde etki büyüklüğüne sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.9 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- test sonuçları Tablo 4.1.9.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.9.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre

İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu	1.47	281.71	.141	.16

Analiz sonucunda, kadın katılımcıların yetkinlik alt boyutuna ilişkin puanları (Ort. 3.46, SS = .94), erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 3.31, SS = .94) kıyasla daha yüksek olmakla birlikte, bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t(281.71) = 1.47$, $p > .05$, $d = .16$). Bu bulgu, cinsiyetin sosyal medya kullanımının yetkinlik boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

4.1.10 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Anne Eğitim Seviyesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanının ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.10.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.10.1 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre

İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	<i>sd</i>	K. O.	<i>F</i>	<i>p</i>	η^2
Anne Eğitim	5.27	6	.88	1.11	.354	.02
Hata	276.07	350	.79			

Analiz sonucunda anne eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanımının toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = 1.11$, $p > .05$, $\eta^2 = .02$).

Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.11 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.11.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.11.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Anne Eğitim	1.99	4	.50	.56	.691	.01
Hata	313.73	353	.89			

Analiz sonucunda, anne eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanımının yetkinlik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .56$, $p > .05$, $\eta^2 = .01$). Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımında yetkinlik düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.12 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.12.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.12.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Anne Eğitim	1.58	4	.40	.36	.838	.00
Hata	389.77	353	1.10			

Analiz sonucunda, anne eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .36$, $p > .05$, $\eta^2 = .00$). Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımında süreklilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.13 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının ergenleri baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.13.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.13.1 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	2.73	4	.68	.86	.485	.01
Hata	278.90	353	.79			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal medya yetkinlik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .86$, $p > .05$, $\eta^2 = .01$). Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.14 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.14.1’ de verilmiştir.

Tablo 7.1.14.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Baba Eğitim Düzeyi

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	3.07	4	.77	.70	.593	.01
Hata	388.28	353	1.10			

Analiz sonucunda, baba eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .70$, $p > .05$, $\eta^2 = .01$).

Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımında süreklilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.15 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.15.1’te verilmiştir.

Tablo 8.1.15.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Baba Eğitim Düzeyi

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	3.39	4	.85	.96	.431	.01
Hata	312.34	353	.88			

Analiz sonucunda, baba eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanımının yetkinlik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .96$, $p > .05$, $\eta^2 = .01$). Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımında yetkinlik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.16 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının katılımcıların algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.16.1’ de verilmiştir.

Tablo 9.1.16.1 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Gelir	2.14	2	1.07	1.36	.258	.01
Hata	279.49	355	.79			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 355) = 1.36, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.17 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.17.1’ de verilmiştir.

Tablo 10.1.17.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Gelir	3.02	2	1.51	1.38	.253	.01
Hata	388.34	355	1.09			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 355) = 1.38, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin sosyal medya

kullanımında süreklilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.18 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Algılanan Gelir

Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.18.1’ de verilmiştir.

Tablo 11.1.18.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Gelir	1.45	2	.72	.82	.443	.00
Hata	314.28	355	.89			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre sosyal medya kullanımının yetkinlik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 355) = .82, p > .05, \eta^2 = .00$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin sosyal medya kullanımında yetkinlik alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.19 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının katılımcıların sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.19.1’ de verilmiştir.

Tablo 12.1.19.1 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	20.72	2	10.36	14.57	.000	.08
Hata	249.47	351	.71			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım geçmişine göre sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 351) = 14.57, p < .001, \eta^2 = .08$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan ergenlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin, 1–2 yıl ($p < .05$) ve 3–4 yıl ($p < .05$) süredir kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, 1–2 yıl ve 3–4 yıl grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresinin, özellikle 4 yıldan fazla kullanım durumunda, sosyal medya kullanım düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

4.1.20 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.20.1’de verilmiştir.

Tablo 13.1.20.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım

Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	13.06	2	6.53	7.89	.000	.04
Hata	290.55	351	.83			

Analiz sonucunda sosyal medya kullanım geçmişine göre sosyal medya kullanımının yetkinlik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 351) = 7.89$, $p < .001$, $\eta^2 = .04$) Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin sosyal medya kullanımında yetkinlik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan ergenlerin yetkinlik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım düzeylerinin, 1–2 yıl ($p < .05$) ve 3–4 yıl ($p < .05$) süredir kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, 1–2 yıl ve 3–4 yıl grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresinin, özellikle 4 yıldan fazla kullanım durumunda, yetkinlik düzeyine ilişkin sosyal medya kullanım puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

4.1.21 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.21’ de verilmiştir.

Tablo 14.1.21.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	30.13	2	15.06	15.20	.000	.08
Hata	347.76	351	.99			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım geçmişine göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 351) = 15.20, p < .001, \eta^2 = .08$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin sosyal medya kullanımında süreklilik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan ergenlerin süreklilik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım düzeylerinin, 1–2 yıl ($p < .05$) ve 3–4 yıl ($p < .05$) süredir kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, 1–2 yıl ve 3–4 yıl grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanım

süresinin, özellikle 4 yıldan fazla kullanım durumunda, süreklilik düzeyine ilişkin sosyal medya kullanım puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

4.1.22 Sosyal Medya Kullanım Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının katılımcıların sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.22.1 'de verilmiştir.

Tablo 15.1.22.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	25.23	5	5.05	6.93	.000	.09
Hata	256.40	352	.73			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(5, 352) = 6.93$, $p < .001$, $\eta^2 = .09$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p < .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, “iki saatten daha fazla” sosyal medya kullanan ergenlerin toplam sosyal medya kullanım puanlarının, “iki saatte bir” ($p < .05$) grubuna

kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, “bir saatte bir” kullanan ergenlerin puanları, “15 dakikada bir” ($p < .001$) ve “5 dakikada bir” ($p < .05$) kullananlara kıyasla anlamlı düzeyde daha düşüktür. Benzer şekilde, “iki saatte bir” kullanan bireyler, “15 dakikada bir” ($p < .001$) ve “5 dakikada bir” ($p < .05$) kullananlara göre daha düşük sosyal medya kullanım puanlarına sahiptir. Bununla birlikte, bazı grup çiftleri arasında (örneğin, “yarım saatte bir” ile “5 dakikada bir”; $p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça kullanım düzeyinin de anlamlı biçimde yükseldiğini, ancak bu etkinin özellikle 15 dakikada bir ve daha sık kullanımda belirginleştiğini göstermektedir.

4.1.23 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyinin süreklilik alt boyutunun, sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.23.1’te verilmiştir.

Tablo 16.1.23.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	42.92	5	8.58	8.67	.000	.11
Hata	348.44	352	.99			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(5, 352) = 8.67, p < .001, \eta^2 = .11$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans

farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu gör÷lmüştür ($p < .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, “iki saatten daha fazla” sosyal medya kullanan ergenlerin süreklilik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanlarının, “iki saatte bir” kullananlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermiştir ($p < .05$). Öte yandan, bu grup ile “bir saatte bir”, “yarım saatte bir”, “15 dakikada bir” ve “5 dakikada bir” kullanan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Bununla birlikte, “bir saatte bir” kullananların puanları, “15 dakikada bir” ($p < .001$) ve “5 dakikada bir” ($p < .05$) kullananlara kıyasla anlamlı düzeyde daha düşüktür. Benzer şekilde, “iki saatte bir” kullananlar da, “15 dakikada bir” ($p < .001$) ve “5 dakikada bir” ($p < .001$) kullananlara göre daha düşük sosyal medya süreklilik puanlarına sahiptir. Ayrıca, “yarım saatte bir” kullanan bireylerin, hem “15 dakikada bir” ($p < .05$) hem de “5 dakikada bir” ($p < .05$) kullananlara göre anlamlı düzeyde daha düşük puan aldığı gözlemlenmiştir.

Öte yandan, bazı grup çiftleri arasında, örneğin “iki saatten daha fazla” ile “yarım saatte bir” ($p > .05$) ya da “15 dakikada bir” ile “5 dakikada bir” ($p > .05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu bulgular, sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça, ergenlerin sosyal medya kullanım sürekliliğinin de anlamlı biçimde arttığını; ancak bu etkinin özellikle 15 dakikada bir ve daha sık kullanım durumlarında belirginleştiğini göstermektedir.

4.1.24 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyinin yetkinlik alt boyutunun, sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.24.1’de verilmiştir.

Tablo 17.1.24.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	14.51	5	2.90	3.39	.005	.05
Hata	301.21	352	.86			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(5, 352) = 3.39, p < .05, \eta^2 = .05$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p < .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, “iki saatte bir” sosyal medya kullanan ergenlerin yetkinlik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanlarının, “15 dakikada bir” kullananlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük olduğunu ortaya koymuştur ($p < .05$). Bunun dışında, “iki saatten daha fazla”, “bir saatte bir” veya “yarım saatte bir” sosyal medya kullanan ergenlerin diğer gruplarla karşılaştırıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermedikleri bulunmuştur ($p > .05$). Örneğin, “bir saatte bir” ile “15 dakikada bir” arasındaki fark anlamlılığa yaklaşmakla birlikte ($p > .05$), istatistiksel olarak anlamlı değildir. Benzer şekilde, “iki saatten daha fazla” sosyal medya kullanan ergenlerin, “iki saatte bir” ($p > .05$), “yarım saatte bir” ($p > .05$) ya da “5 dakikada bir” ($p > .05$) kullananlarla karşılaştırıldığında anlamlı bir fark göstermediği saptanmıştır. Ayrıca, “yarım saatte bir” ve “5 dakikada bir” kullanan gruplar arasında da anlamlı bir

fark bulunmamıştır ($p > .05$). Bu bulgular, sosyal medya kullanım sıklığının artışı ile birlikte yetkinlik düzeyinde anlamlı bir artışın yalnızca belirli gruplar arasında, özellikle “iki saatte bir” ile “15 dakikada bir” kullanım durumunda ortaya çıktığını göstermektedir. Diğer gruplar arasında ise bu farkın istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olmadığı görülmektedir.

4.1.25 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının katılımcıların sosyal medya günlük kullanım süresi göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.25.1’ de verilmiştir.

Tablo 18.1.25.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	52.66	3	17.55	27.14	.000	.19
Hata	228.97	354	.65			

Analiz sonucunda, , sosyal medya günlük kullanım süresine göre sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3, 354) = 27.14$, $p < .001$, $\eta^2 = .19$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün büyük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır.

Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, günde 6 saat ve üzeri sosyal medya kullanan ergenlerin toplam sosyal medya kullanım düzeylerinin, günde 1–3 saat ve 0–1 saat kullananlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Benzer şekilde, günde 3–6 saat kullanan ergenlerin de yine bu iki gruba göre anlamlı düzeyde daha yüksek puanlara sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan, 6 saat ve üzeri ile 3–6 saat kullanan gruplar arasında; ayrıca 1–3 saat ile 0–1 saat kullanan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Bu bulgular, günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça, özellikle 3 saat ve üzeri kullanım durumlarında, ergenlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin anlamlı şekilde yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, sosyal medya kullanım süresinin, belirli bir eşik düzeyinin üzerinde (örneğin 3 saatten fazla) anlamlı fark yarattığını göstermektedir.

4.1.26 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutunun ergenlerin sosyal medya günlük kullanım süresine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.26.1’ de verilmiştir.

Tablo 19.1.26.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Puanının Sosyal Medya Günlük

Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	86.60	3	28.87	33.53	.000	.22
Hata	304.75	354	.86			

Analiz sonucunda, sosyal medya günlük kullanım süresine göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3, 354) = 33.53, p < .001, \eta^2 = .22$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin, sosyal medya kullanımında süreklilik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün büyük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, günde 6 saat ve üzeri sosyal medya kullanan ergenlerin sosyal medya süreklilik düzeylerinin, günde 1–3 saat ($p < .05$) ve 0–1 saat ($p < .05$) kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, günde 3–6 saat sosyal medya kullananların da, bu iki gruba kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek süreklilik puanlarına sahip olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bununla birlikte, 6 saat ve üzeri kullanım ile 3–6 saat kullanım grupları arasında; ayrıca 1–3 saat ile 0–1 saat kullanım grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p > .05$). Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresi arttıkça, özellikle 3 saat ve üzeri günlük kullanım düzeylerinde, ergenlerin sosyal medya süreklilik puanlarının anlamlı biçimde arttığını göstermektedir.

4.1.27 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin, sosyal medya günlük kullanım süresine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.27.1’ de verilmiştir.

Tablo 20.1.27.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Günlük

Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	27.14	3	9.05	11.10	.000	.09
Hata	288.58	354	.82			

Analiz sonucunda, sosyal medya günlük kullanım süresine göre sosyal medya kullanımının yetkinlik alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3, 354) = 11.10$, $p < .001$, $\eta^2 = .09$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin, sosyal medya kullanımında yetkinlik alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, günde 6 saat ve üzeri sosyal medya kullanan ergenlerin sosyal medya yetkinlik düzeylerinin, günde 1–3 saat ($p < .05$) ve 0–1 saat ($p < .05$) kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, günde 3–6 saat sosyal medya kullananların da, bu iki gruba kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek yetkinlik puanlarına sahip olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bununla birlikte, 6 saat ve üzeri kullanım ile 3–6 saat kullanım grubu arasında; ayrıca 1–3 saat ile 0–1 saat kullanım grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p > .05$). Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresi arttıkça, özellikle 3 saat ve üzeri günlük kullanım düzeylerinde, ergenlerin sosyal medya yetkinlik puanlarının anlamlı biçimde arttığını göstermektedir.

4.1.28 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanının ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.28.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.28.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	4.18	136.22	< .001***	.50

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanları (Ort. 3.63, SS = .79), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. 3.19, SS = .89) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(136.22) = 4.18$, $p < .001$, $d = .50$). Bu sonuç, sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun, sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.29 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi Süreklilik alt boyutunun, ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.29.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.29.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	4.12	130.92	< .001***	.51

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların süreklilik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanları (Ort. 3.58, SS = .97), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. 3.06, SS = 1.04) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(130.92) = 4.12$, $p < .001$, $d = .51$). Bu sonuç, sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun, sosyal medya kullanım sürekliliği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.30 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun, ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.30.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.30.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	1.47	281.71	.141	.16

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların yetkinlik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanları (Ort. 3.46, SS = .94), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. 3.31, SS = .94) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemiştir ($t(281.71) = 1.47, p > .05, d = .16$). Bu sonuç, sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun, sosyal medya kullanımının yetkinlik boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

4.1.31 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanının ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen betimsel istatistikler Tablo 4.1.31.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1.31.1 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	2.91	335.64	.004**	.31

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi toplam puanları (Ort. 3.44, SS = .91), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. 3.17, SS = .86) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(335.64) = 2.91, p < .05, d = .31$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının, sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.32 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi süreklilik alt boyutu ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t-testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.32.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.32.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	3.05	334.42	.002**	.33

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların süreklilik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanları (Ort. 3.35, SS = 1.07), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. 3.02, SS = 1.00) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(334.42) = 3.05$, $p < .05$, $d = .33$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının sosyal medya sürekliliği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.33 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutu ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t-testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.1.33.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.33.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Sosyal Medya Kullanım Tarzı

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	2.10	339.29	.037*	.22

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların yetkinlik alt boyutuna ilişkin sosyal medya kullanım puanları (Ort. 3.52, SS = .95), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. 3.31, SS = .92), kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(339.29) = 2.10$, $p < .05$, $d = .22$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının, sosyal medya yetkinliği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.34 Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Ergenlerin Fiziksel

Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyinin toplam puanının fiziksel görünüşlerine ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.34.1’ de verilmiştir.

Tablo 21.1.34.1. Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü

Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	<i>sd</i>	K. O.	<i>F</i>	<i>p</i>	η^2
Fiziksel Görünüş	4.82	4	1.21	1.54	.191	.02
Hata	276.82	353	.78			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüşlerini değerlendirme düzeylerine göre sosyal medya kullanım düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.54$, $p > .05$, $\eta^2 = .02$).

Bu bulgu, fiziksel görünüş algısının, sosyal medya kullanım düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin göstermektedir.

4.1.35 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyinin süreklilik alt boyutunun, fiziksel görünüşlerine ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.35.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1.35.1 Sosyal Medya Kullanım Süreklilik Alt Boyutu Puanının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Fiziksel Görünüş	4.82	4	1.21	1.10	.356	.01
Hata	386.54	353	1.10			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüş değerlendirmelerine göre sosyal medya süreklilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.10, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, ergenlerin fiziksel görünüşlerine ilişkin algılarının, sosyal medya kullanımının süreklilik düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.1.36 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyinin yetkinlik alt boyutunun, fiziksel görünüşlerine ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.1.36.1’ de verilmiştir.

Tablo 22.1.36.1 Sosyal Medya Kullanım Yetkinlik Alt Boyutu Puanının Ergenlerin Fiziksel

Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Fiziksel Görünüş	4.93	4	1.23	1.40	.234	.02
Hata	310.80	353	.88			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüşlerini değerlendirme düzeylerine göre sosyal medya yetkinlik puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.40, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, fiziksel görünüş algısının, sosyal medya kullanımının yetkinlik boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyinin toplam puanının katılımcıların yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.1.1’ de verilmiştir.

Tablo 23.2.1.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Yaş	2.84	4	.71	1.15	.334	.01
Hata	218.62	353	.62			

Analiz sonucunda, yaşa göre sosyal karşılaştırma düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.15, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, yaş değişkeninin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.2 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Eğitim Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının, eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.2.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.2.2.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Eğitim Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	3.00	6	.50	.80	.570	.01
Hata	218.24	350	.62			

Analiz sonucunda, eğitim düzeyine göre sosyal karşılaştırma düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = .80, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, eğitim düzeyinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.3.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.2.3.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.2.3.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	t	df	p	d
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Toplam Puanı	-1.45	252.35	.148	-.16

Analiz sonucunda, kadın katılımcıların sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanları (Ort. 4.14, SS = .74), erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 4.27, SS = .85) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark göstermemiştir ($t(252.35) = -1.45, p > .05, d = -$

.16). Bu sonuç, cinsiyetin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

4.2.4 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeyi Toplam Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.4.1’de verilmiştir.

Tablo 24.2.4.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Anne Eğitim	1.51	4	.38	.61	.659	.01
Hata	219.95	353	.62			

Analiz sonucunda, anne eğitim düzeyine göre sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır $F(4, 353) = .61, p > .05, \eta^2 = .01$.

Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.5 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının ergenleri baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.5.1’de verilmiştir.

Tablo 25.2.5.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	1.90	4	.47	.76	.549	.01
Hata	219.56	353	.62			

Analiz sonucunda, baba eğitim düzeyine göre sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .76, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.6 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyinin toplam puanının, algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.6.1’ de verilmiştir.

Tablo 26.2.6.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Gelir	8.33	2	4.16	6.93	.001	.04
Hata	213.13	355	.60			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 355) = 6.93, p < .001, \eta^2 = .04$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır.

Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, yüksek gelir düzeyine sahip ergenlerin sosyal karşılaştırma puanlarının, düşük gelir düzeyine sahip ergenlere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermiştir ($p < .05$). Orta gelir grubunun ortalama puanı ise hem düşük hem de yüksek gelir gruplarıyla benzerlik göstermekte olup, bu gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu bulgular, algılanan gelir düzeyinin ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ve özellikle düşük gelir grubundaki bireylerin daha düşük sosyal karşılaştırma eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır.

4.2.7 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının, sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.7.1’de verilmiştir.

Tablo 27.2.7.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Düzeyi Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	.29	2	.14	.24	.787	.00
Hata	212.47	351	.61			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım geçmişine göre sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 351) = .24, p > .05, \eta^2 = .00$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.8 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının, sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen betimsel istatistikler Tablo 4.2.8.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.2.8.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	1.96	5	.39	.63	.679	.01
Hata	219.51	352	.62			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal karşılaştırma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(5, 352) = .63$, $p > .05$, $\eta^2 = .01$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.9 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanın Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyinin toplam puanının, sosyal medya günlük kullanım süresi göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.9.1’ de verilmiştir.

Tablo 28.2.9.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	4.53	3	1.51	2.46	.062	.02
Hata	216.93	354	.61			

Analiz sonucunda, sosyal medya günlük kullanım süresine göre sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(3, 354) = 2.46, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.10 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.2.10.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.2.10.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Sosyal Medyadaki Platformlarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	t	df	p	d
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	.31	123.04	.758	.04

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanları (Ort. 4.21, SS = .79), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. 4.18, SS = .79) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemiştir

($t(123.04) = .31$, $p > .05$, $d = .04$). Bu sonuç sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.2.11 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanının ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde t- testi sonuçları Tablo 4.2.11.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.2.11.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	2.31	339.58	.022*	.25

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların sosyal karşılaştırma düzeyi toplam puanları (Ort. 4.29, SS = .80), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. 4.10, SS = .77) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(339.58) = 2.31$, $p < .05$, $d = .25$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının, sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.2.12 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyinin toplam puanının fiziksel görünümlerine ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.2.12.1’ de verilmiştir.

Tablo 29.2.12.1 Ergenlerin Sosyal Karşılaştırma Toplam Puanlarının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Fiziksel Görünüş	28.96	4	7.24	13.27	.000	.13
Hata	192.51	353	.55			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüşlerini değerlendirme düzeylerine göre sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(4, 353) = 13.27, p < .001, \eta^2 = .13$). Bu bulgu, fiziksel görünüş algısının sosyal karşılaştırma düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, fiziksel görünüşünü “çok beğeniyorum” olarak değerlendiren ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeylerinin, “kararsızım” ($p < .05$), “beğenmiyorum” ($p < .05$) ve “hiç beğenmiyorum” ($p < .05$) gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, fiziksel görünüşünü “beğeniyorum” olarak değerlendiren ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyleri de “kararsızım” ($p < .05$), “beğenmiyorum” ($p < .05$) ve “hiç beğenmiyorum” ($p < .05$) gruplarına kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Buna karşılık, “kararsızım”, “beğenmiyorum” ve “hiç beğenmiyorum” grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Bu bulgular, ergenlerin fiziksel görünüş algısının sosyal karşılaştırma düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

4.3.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.1.1’de verilmiştir.

Tablo 30.3.1.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Yaş

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Yaş	5.21	4	1.30	1.58	.179	.02
Hata	291.10	353	.82			

Analiz sonucunda, yaşa göre aile iletişim düzeylerinin Diyalog Yönelimi alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.58, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, yaş değişkeninin aile iletişim düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.2 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun katılımcıların yaşına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.2.1 ’ de verilmiştir.

Tablo 31.3.2.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Yaş Değişkenine

Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Yaş	1.66	4	.41	.48	.747	.01
Hata	301.50	353	.85			

Analiz sonucunda, yaşa göre aile iletişim düzeylerinin Uyum Yönelimi alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .48, p > .05, \eta^2 = .01$).

Bu bulgu, yaş değişkeninin aile iletişim düzeyinin Uyum Yönelimi boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.3 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutu puanının ergenlerin eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde ANOVA sonuçları Tablo 4.3.3.1’ de verilmiştir.

Tablo 32.3.3.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	13.00	6	2.17	2.68	.015	.04
Hata	282.68	350	.81			

Analiz sonucunda, eğitim düzeyine göre Diyalog Yönelimi puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(6, 350) = 2.68, p < .05, \eta^2 = .04$). Bu bulgu, eğitim düzeyinin Diyalog Yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p < .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, “Lise 2” düzeyindeki ergenlerin diyalog yönelimi puanlarının, “Lise 4” ($p < .05$) ve “Üniversite 1” ($p < .05$) düzeyindekilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, diğer eğitim düzeyleri arasındaki ikili karşılaştırmalarda istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Bu bulgular, özellikle “Lise 2” düzeyindeki ergenlerin aile iletişimde diyalog yöneliminin daha yüksek olabileceğini ortaya koymaktadır.

4.3.4 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.4.1’ de verilmiştir.

Tablo 33.3.4.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Eğitim	7.13	6	1.19	1.40	.212	.02
Hata	295.97	350	.85			

Analiz sonucunda, eğitim düzeyine göre uyum yönelimi düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(6, 350) = 1.40, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, eğitim düzeyinin aile iletişimde uyum yönelimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.5 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.3.5.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.5.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Ergenlerin Aile İçi İletişim Diyalog Alt Boyutu	-.19	305.46	.847	-.02

Analiz sonucunda, kadın katılımcıların diyalog yönelimi alt boyutuna ilişkin puanları (Ort. 3.33, SS = .95), erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 3.35, SS = .85) kıyasla anlamlı düzeyde fark göstermemiştir ($t(305.46) = -.19$, $p > .05$, $d = -.02$). Bu bulgu, cinsiyetin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.6 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin cinsiyetlerine göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen betimsel t- testi sonuçları Tablo 4.3.6.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.6.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet

Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Yetkinlik Alt Boyutu	.62	303.21	.539	-.07

Analiz sonucunda, kadın katılımcıların uyum yönelimi alt boyutuna ilişkin puanları (Ort. 3.02, SS = .95), erkek katılımcıların puanlarına (Ort. 3.08, SS = .87) kıyasla anlamlı düzeyde fark göstermemiştir ($t(303.21) = .62$, $p > .05$, $d = -.07$).

Bu bulgu, cinsiyetin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.7 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.7.1’ de verilmiştir.

Tablo 34.3.7.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Anne Eğitim	5.12	4	1.28	1.55	.187	.02
Hata	291.19	353	.82			

Analiz sonucunda, anne eğitim düzeyine göre diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.55, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin aile iletişimde diyalog yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin göstermektedir.

4.3.8 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin anne eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.8.1’ de verilmiştir.

Tablo 35.3.8.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Anne Eğitim	3.94	4	.98	1.16	.328	.01
Hata	299.22	353	.85			

Analiz sonucunda, anne eğitim düzeyine göre uyum yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.16, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin aile iletişimde uyum yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.9 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.9.1’ de verilmiştir.

Tablo 36.3.9.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	4.64	4	1.16	1.40	.232	.02
Hata	291.67	353	.83			

Analiz sonucunda, baba eğitim düzeyine göre diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.40, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin aile iletişimde diyalog yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.10 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin baba eğitim düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.10.1’ de verilmiştir.

Tablo 37.3.10.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Baba Eğitim	.19	4	.05	.05	.994	.00
Hata	302.96	353	.86			

Analiz sonucunda, baba eğitim düzeyine göre uyum yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = .05, p > .05, \eta^2 = .00$). Bu bulgu, baba eğitim düzeyinin aile iletişimde uyum yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.11 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.11.1’ de verilmiştir.

Tablo 38.3.11.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Gelir	7.35	2	3.67	4.52	.012	.02
Hata	288.96	355	.81			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 355) = 4.52, p < .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin aile iletişimde diyalog yönelimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$).

Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, algılanan gelir düzeyi “yüksek” olan ergenlerin aile iletişim düzeylerinin diyalog yönelimi alt boyutu puanlarının, “düşük” ($p < .05$) gelir düzeyine sahip ergenlere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, “orta” düzey gelir grubunun puanları, hem “yüksek” hem de “düşük” gruplarla karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemektedir. Bu bulgular, algılanan gelir düzeyinin, özellikle yüksek gelir durumunda, aile iletişimde diyalog yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olabileceğini göstermektedir.

4.3.12 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin algılanan gelir düzeyine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.12.1’ de verilmiştir.

Tablo 39.3.12.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Algılanan Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	<i>sd</i>	K. O.	<i>F</i>	<i>p</i>	η^2
Gelir	2.79	2	1.40	1.65	.193	.01
Hata	300.36	355	.85			

Analiz sonucunda, algılanan gelir düzeyine göre aile iletişim düzeyinin uyum yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 355) = 1.65, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, algılanan gelir düzeyinin aile iletişimde uyum yönelimi boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.13 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.13.1’ de verilmiştir.

Tablo 40.3.13.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	2.05	2	1.02	1.26	.285	.01
Hata	286.09	351	.82			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım geçmişine göre aile iletişim düzeyinin diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(2, 351) = 1.26, p > .05, \eta^2 = .01$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin aile iletişimde diyalog yönelimi alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin göstermektedir.

4.3.14 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun ergenlerin sosyal medya kullanım geçmişine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.14.1’ de verilmiştir.

Tablo 41.3.14.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Geçmişi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Geçmişi	6.43	2	3.21	3.92	.021	.02
Hata	288.16	351	.82			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım geçmişine göre aile iletişim düzeyinin uyum yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(2, 351) = 3.92, p < .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, sosyal medya kullanım geçmişinin aile iletişimde uyum yönelimi alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan ergenlerin uyum yönelimi alt boyutuna ilişkin aile iletişim düzeylerinin, 1–2 yıl süredir kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir ($p < .05$). Bununla birlikte, 1–2 yıl ve 3–4 yıl ile 3–4 yıl ve 4 yıldan fazla grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresinin, özellikle 4 yıldan fazla kullanım durumunda, uyum yönelimi düzeyine ilişkin aile iletişim puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

4.3.15 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun, sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.15.1’de verilmiştir.

Tablo 42.3.15.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	11.52	5	2.30	2.85	.016	.04
Hata	284.79	352	.81			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(5, 352) = 2.85$, $p < .05$, $\eta^2 = .04$).

Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p < .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, sosyal medya kullanım sıklığına göre ergenlerin aile iletişim düzeyleri diyalog yönelimi alt boyutuna ilişkin puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermiştir ($p > .05$). Tüm grup karşılaştırmalarında elde edilen p değerlerinin .05' in üzerinde olması, sosyal medya kullanım sıklığının aile iletişimde diyalog yönelimi açısından anlamlı bir fark yaratmadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının ergenlerin aile iletişim düzeyi üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.16 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun, sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.16.1’ de verilmiştir.

Tablo 43.3.16.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	2.96	5	.59	.69	.628	.01
Hata	300.19	352	.85			

Analiz sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığına göre aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(5, 352) = .69, p > .05, \eta^2 = .01$).

Bu bulgu, sosyal medya kullanım sıklığının aile iletişimde uyum yönelimi alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.17 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun ergenlerin, sosyal medya günlük kullanım süresine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.17.1 de verilmiştir.

Tablo 44.3.17.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyaloğ Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	10.43	3	3.48	4.31	.005	.04
Hata	285.88	354	.81			

Analiz sonucunda, sosyal medya günlük kullanım süresine göre aile iletişim düzeyi diyaloğ yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3, 354) = 4.31, p < .05, \eta^2 = .04$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin, aile iletişimde diyaloğ yönelimi alt boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p < .001$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanamamıştır. Bu varsayımın sağlanmamış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Games-Howell testi tercih edilmiştir.

Games-Howell testi sonuçları, “1–3 saat” sosyal medya kullanan ergenlerin aile iletişim düzeyi diyaloğ yönelimi alt boyutu puanlarının, “6 saat ve üstü” kullananlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir ($p > .05$). Öte yandan, diğer grup çiftleri arasında —örneğin “0–1 saat” ile “1–3 saat” ($p > .05$) ya da “3–6 saat” ile “6 saat ve üstü” ($p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu bulgular, sosyal medya günlük kullanım süresi arttıkça, aile iletişimde diyaloğ yönelimi düzeyinin belirli koşullarda anlamlı biçimde azaldığını; özellikle 6 saat ve üzeri kullanım durumlarında bu etkinin belirginleştiğini göstermektedir.

4.3.18 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyi yetkinlik alt boyutunun ergenlerin, sosyal medya günlük kullanım süresine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.18.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.18.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Sosyal Medya Günlük Kullanım Süresi	8.20	3	2.73	3.28	.021	.03
Hata	294.95	354	.83			

Analiz sonucunda, sosyal medya günlük kullanım süresine göre aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($F(3, 354) = 3.28, p > .05, \eta^2 = .03$). Bu bulgu, sosyal medya günlük kullanım süresinin, aile iletişimde uyum yönelimi düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğunu ve etki büyüklüğünün küçük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Varyansların homojenliği varsayımı Levene testi ile kontrol edilmiş ve gruplar arasında varyans farkların istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p > .05$). Bu sonuca göre, ANOVA için gerekli olan varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Bu varsayımın sağlanmış olması nedeniyle çoklu karşılaştırmalar için Scheffé post-hoc testi tercih edilmiştir.

Scheffé post-hoc testi sonuçları, günde 6 saat ve üzeri sosyal medya kullanan ergenlerin aile iletişim düzeyleri uyum yönelimi alt boyutuna ilişkin puanlarının, günde 1–3 saat ve 0–1 saat kullananlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermemektedir. Benzer şekilde, günde 3–6 saat sosyal medya kullananların da bu iki gruba kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek puanlara sahip olduğu yönünde bir

bulgu elde edilmemiştir. Tüm gruplar aynı harfle (a) işaretlenmiş olup, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > .05$). Bu bulgular, sosyal medya günlük kullanım süresine göre ergenlerin aile iletişim düzeyleri uyum yönelimi puanlarında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

4.3.19 Ergenlerin Aile İletişim Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyada Platformlarında Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun, ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.3.19.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.19.1 Ergenlerin Aile İletişim Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyada Platformlarında Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	-.63	117.70	.527	-.08

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların diyalog yönelimi alt boyutuna ilişkin aile iletişim puanları (Ort. = 3.28, SS = .96), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. = 3.36, SS = .90) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemiştir ($t(117.70) = -.63$, $p > .05$, $d = -.08$). Bu sonuç, sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun, aile iletişim düzeyinde diyalog yönelimi alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.20 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyadaki Platformlarında Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun, ergenlerin sosyal medyadaki platformlarda filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.3.20.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.20.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medyadaki Platformlarında Filtre ya da Photoshop Uygulama Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medyada Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu	1.85	120.93	.066	.24

Analiz sonucunda, filtre ya da Photoshop kullanan katılımcıların uyum yönelimi alt boyutuna ilişkin aile iletişim puanları (Ort. = 3.22, SS = .94), kullanmayan katılımcıların puanlarına (Ort. = 3.00, SS = .91) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemiştir ($t(120.93) = 1.85, p > .05, d = .24$). Bu sonuç, sosyal medyada filtre ya da Photoshop uygulama durumunun, aile iletişim düzeyinde uyum yönelimi alt boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.21 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutu ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.3.21.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.21.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	2.27	331.68	.024*	.24

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların diyalog yönelimi alt boyutuna ilişkin aile iletişim puanları (Ort. = 3.46, SS = .95), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. = 3.24, SS = .87) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(331.68) = 2.27, p < .05, d = .24$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının, aile iletişim düzeyinin diyalog yönelimi boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.3.22 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyleri uyum yönelimi alt boyutu ergenlerin sosyal medya kullanım tarzına göre farklılaşması bağımsız örneklem grupları için uygulanan t- testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen t- testi sonuçları Tablo 4.3.22.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.22.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Tarzı Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Sosyal Medya Kullanım Tarzı	-.76	343.58	.446	-.08

Analiz sonucunda, aktif kullanım tarzına sahip katılımcıların uyum yönelimi alt boyutuna ilişkin aile iletişim puanları (Ort. = 3.01, SS = .92), pasif kullanım tarzına sahip katılımcıların puanlarına (Ort. = 3.08, SS = .92) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir

fark göstermemiştir ($t(343.58) = -.76, p > .05, d = -.08$). Bu sonuç, sosyal medya kullanım tarzının, aile iletişim düzeyinin uyum yönelimi boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

4.3.23 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi diyalog yönelimi alt boyutunun, fiziksel görünümüne ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen ANOVA sonuçları Tablo 4.3.23.1’ de verilmiştir.

Tablo 4.3.23.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Diyalog Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının

Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Fiziksel Görünüş	6.33	4	1.58	1.93	.105	.02
Hata	289.98	353	.82			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüş değerlendirmelerine göre aile iletişim düzeylerinin diyalog yönelimi alt boyutu puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 1.93, p > .05, \eta^2 = .02$). Bu bulgu, ergenlerin fiziksel görünümüne ilişkin algılarının, aile iletişim düzeyinde diyalog yönelimi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.3.24 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Ergenlerin aile iletişim düzeyi uyum yönelimi alt boyutunun, fiziksel görünümüne ilişkin öz değerlendirmelerine göre farklılaşması Tek Yönlü ANOVA ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda ANOVA sonuçları Tablo 4.3.24.1’ de verilmiştir.

Tablo 47.3.24.1 Ergenlerin Aile İletişim Düzeyleri Uyum Yönelimi Alt Boyutu Puanlarının Ergenlerin Fiziksel Görünüşünü Değerlendirmesi Değişkenine Göre İncelenmesi

Değişkenler	K. T.	sd	K. O.	F	p	η^2
Fiziksel Görünüş	7.91	4	1.98	2.36	.053	.03
Hata	295.25	353	.84			

Analiz sonucunda, ergenlerin fiziksel görünüşlerini değerlendirme düzeylerine göre aile iletişim düzeylerinin uyum yönelimi alt boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(4, 353) = 2.36, p > .05, \eta^2 = .03$). Bu bulgu, fiziksel görünüş algısının, aile iletişimde uyum yönelimi boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

4.4 Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma ve Aile İletişim Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Bu çalışma kapsamında ele alınan, Sosyal Medya Kullanımı, Aile İletişim Kalıpları ve Sosyal Karşılaştırma arasındaki ilişkiler öncelikle Pearson Korelasyon katsayısı ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.4’ te verilmiştir.

Tablo 4.4 Ortalama, standard sapma ve korelasyon katsayıları

Değişkenler	Ort.	SD	1	2	3	4	5
1. Sosyal Medya Kullanımı	3.29	.89	-				
2. Sosyal Medya - Süreklilik	3.17	1.05	.91** [.88, .92]	-			
3. Sosyal Medya - Yetkinlik	3.41	.94	.88** [.86, .90]	.60** [.53, .66]	-		
4. Aile İletişim Kalıpları - Diyalog	3.34	.91	-.03 [-.14, .07]	-.08 [-.18, .03]	.03 [-.08, .13]	-	
5. Aile İletişim Kalıpları - Uyum	3.05	.92	.15** [.05, .25]	.13* [.03, .23]	.14** [.03, .24]	-.42** [-.50, -.33]	-

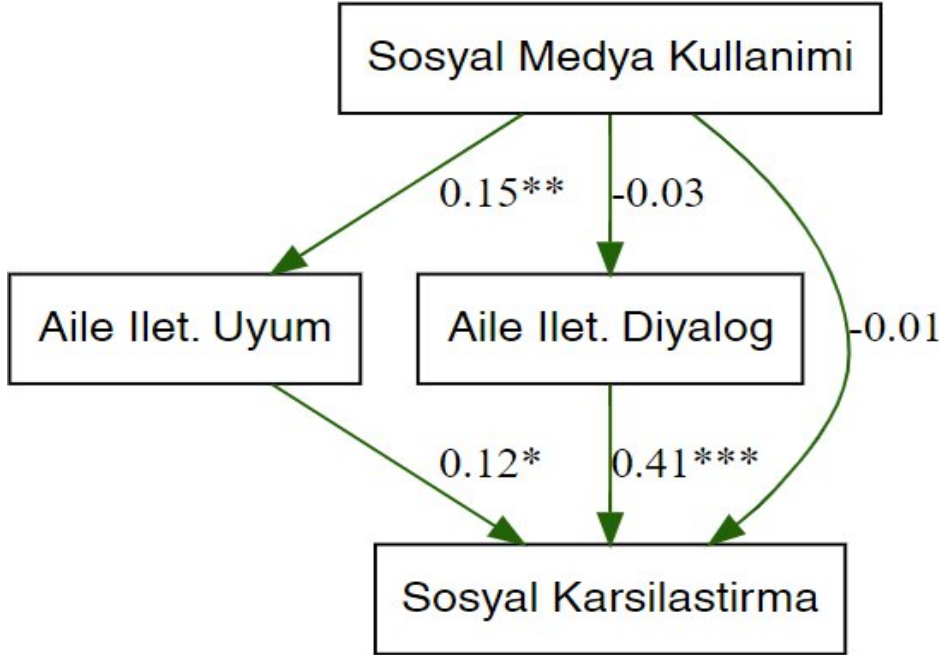
Değişkenler	Ort.	SD	1	2	3	4	5
6. Sosyal Karşılaştırma	75.39	14.18	-0.00 [-.11, .10]	-.07 [-.17, .04]	.07 [-.04, .17]	.36** [.27, .45]	-.06 [-.16, .05]

Not: Ort. Ortalama ve SD. standard sapma. Parantez içinde verilen değerler, her bir korelasyon katsayısı için % 95 güven aralığını vermektedir. * $p < .05$. ** $p < .01$.

Pearson korelasyon analizine göre, Sosyal Karşılaştırma ile Sosyal Medya Kullanımı arasındaki ilişki çok zayıf düzeyde pozitif yönde olup anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($r = -.00$, $p > .05$). Benzer şekilde, Sosyal Medya - Süreklilik ($r = -.07$, $p > .05$) arasındaki ilişki negatif yönde ve çok düşük düzeyde olup anlamlı ilişki bulunmamıştır. Sosyal Medya - Yetkinlik ($r = .07$, $p > .05$) boyutları ile Sosyal Karşılaştırma arasındaki ilişki de pozitif yönde ve çok düşük düzeyde olup istatistiksel olarak anlamlı değildir. Aile İletişim - Uyum ile Sosyal Karşılaştırma arasındaki ilişki de negatif yönde ve çok düşük düzeyde olup anlamlı değildir ($r = -.06$, $p > .05$). Bununla birlikte, Sosyal Karşılaştırma ile Aile İletişim - Diyalog boyutu arasında anlamlı ve orta düzeyde pozitif bir ilişki saptanmıştır ($r = .36$, $p < .01$). Pearson korelasyon analizine göre, Sosyal Medya - Süreklilik ile Aile İletişim Kalıpları - Diyalog arasında çok düşük düzeyde ve negatif yönde bir ilişki gözlenmiş ancak bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($r = -.08$, $p > .05$). Sosyal Medya - Yetkinlik ile Aile İletişim Kalıpları - Diyalog arasındaki ilişki negatif yönde ve çok düşük düzeyde olup istatistiksel olarak anlamlı değildir. ($r = .03$, $p > .05$). Buna karşın, Aile İletişim Kalıpları - Uyum ile her iki Sosyal Medya boyutu arasında pozitif yönde zayıf ancak anlamlı pozitif ilişkiler gözlenmiştir. Aile İletişim Kalıpları - Uyum puanları, Sosyal Medya - Süreklilik ile ($r = .13$, $p < .05$); Sosyal Medya - Yetkinlik ile ise ($r = .14$, $p < .01$) düzeyinde anlamlı ilişkiler göstermiştir. Sonuç olarak çalışmanın bağımlı değişkeni Sosyal Karşılaştırmanın sadece Aile İletişim Kalıpları – Diyalog alt boyutu ile pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı düzeyde ilişkili olduğu diğer değişkenlerle ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişkili olmadığı gözlenmiştir.

4.4.1 Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisinin İncelenmesi

Her ne kadar bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında doğrudan anlamlı bir ilişki gözlenmemiş olsa da alan yazında bu durumun aracılık analizi yapılmasına engel teşkil etmediği belirtilmektedir. Hayes (2013), dolaylı etkinin istatistiksel olarak anlamlı olması durumunda, doğrudan etki olmasa dahi anlamlı bir aracılığın söz konusu olabileceğini ifade etmektedir. Benzer şekilde, diğer çalışmalarda da doğrudan ilişkinin olmamasının aracılık testine engel olmadığı vurgulanmıştır (Rucker vd., 2011; Zhao vd., 2010). Dolayısıyla sosyal medya kullanımı ile sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişim kalıplarının aracılık etkisi test edilmiştir. Aracılık modelinin test edilmesinde Yol Analizi kullanılmıştır. Dolayısıyla sosyal medya kullanımı ile sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracılık etkisi test edilmiştir. Aracılık modelinin test edilmesinde Yol Analizi kullanılmıştır. Bu aşamada iki model testi gerçekleştirilmiştir. İlk modelde sosyal medya kullanımı toplam puan olarak alınırken, ikinci modelde iki alt boyut olarak modele dahil edilmiştir.

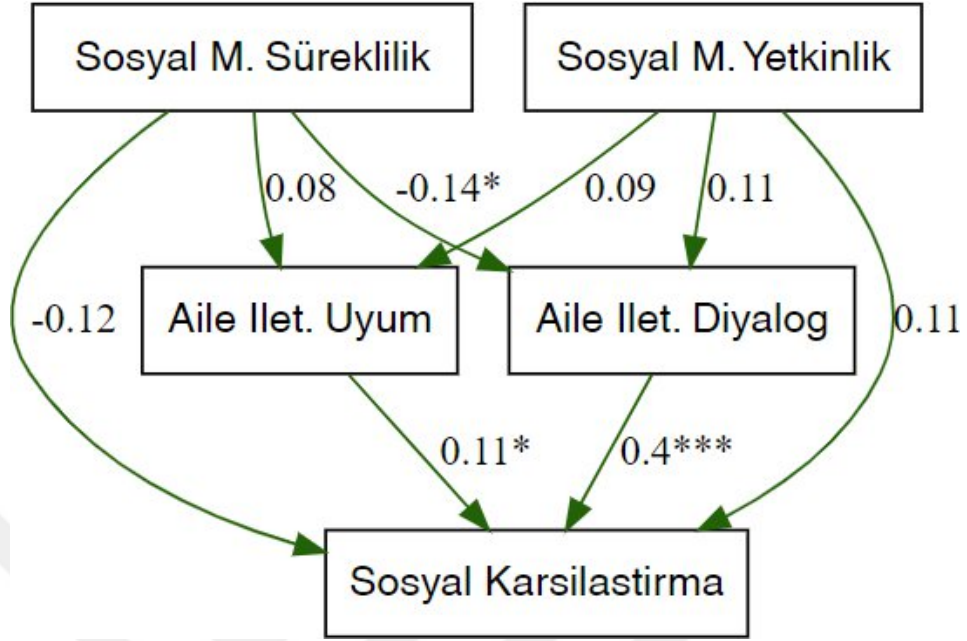


Şekil 1. Model Testi -1

Test edilen yol analizine göre (Şekil 1), Sosyal Medya Kullanımı' nın Sosyal Karşılaştırma üzerindeki doğrudan yordayıcılığı anlamlı değildir ($b = -.135$, $SE = .790$, $p > .05$, $\beta = -.008$). Buna karşılık, Aile İçi İletişim Uyum ($b = 1.827$, $SE = .839$, $p < .05$, $\beta = .119$) ve Aile İletişim Diyalog ($b = 6.438$, $SE = .840$, $p < .001$, $\beta = .414$) değişkenlerinin Sosyal Karşılaştırma üzerinde anlamlı yordayıcı etkileri bulunmaktadır.

Ayrıca, Sosyal Medya Kullanımı' nın Aile İletişim Uyum üzerindeki yordayıcılığı anlamlı bulunmuştur ($b = .157$, $SE = .054$, $p < .05$, $\beta = .152$), ancak Aile İletişim Diyalog üzerindeki yordayıcılığı anlamlı değildir ($b = -.033$, $SE = .054$, $p > .05$, $\beta = -.032$). Modelde ayrıca, Aile İletişim Uyum ile Aile İletişim Diyalog arasında anlamlı ve negatif yönlü bir kovaryans gözlenmiştir ($r = -.349$, $SE = .047$, $p < .001$, $\beta = -.421$). Bu bulgu, iki iletişim boyutunun birbirine zıt yönlü birlikte değiştiğini göstermektedir. Bootstrap (1000 Örneklem) aracılık analizine göre, Sosyal Medya Kullanımı' nın Sosyal Karşılaştırma üzerindeki toplam dolaylı yordayıcılığı istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($b = .076$, $SE = .511$, $p > .05$, 95% GA $[-.806, 1.226]$, $\beta = .005$). Dolaylı yollardan biri olan Sosyal Medya Kullanımı $\rightarrow$ Aile İçi İletişim Uyum $\rightarrow$ Sosyal Karşılaştırma yolu üzerinden gerçekleşen dolaylı yordayıcılık da anlamlı değildir ($b = .288$, $SE = .254$, $p > .05$, 95% GA $[-.056, .883]$, $\beta = .018$). Benzer şekilde, Sosyal Medya Kullanımı $\rightarrow$ Aile İçi İletişim Diyalog $\rightarrow$ Sosyal Karşılaştırma yolu da anlamlı bir dolaylı yordayıcılık göstermemektedir ($b = -.212$, $SE = .435$, $p > .05$, 95% GA $[-1.058, .680]$, $\beta = -.013$). Bu bulgular, Sosyal Medya Kullanımı' nın Aile İletişim biçimleri aracılığıyla Sosyal Karşılaştırma üzerinde dolaylı bir yordayıcılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya kullanımının iki alt boyutunun dahil olduğu model testi gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar Şekil 2'de verilmiştir.

Şekil 2. Model Testi -2



Test edilen yol analizine göre (Şekil 2), Sosyal Medya Süreklilik'in Sosyal Karşılaştırma üzerindeki doğrudan yordayıcılığı sınırda anlamlı bulunmuştur ($b = -1.605$, $SE = .826$, $p > .05$, $\beta = -.119$). Sosyal Medya Yetkinlik'in Sosyal Karşılaştırma üzerindeki yordayıcılığı ise anlamlılık sınırına yakın olmakla birlikte istatistiksel olarak anlamlı değildir ($b = 1.701$, $SE = .923$, $p > .05$, $\beta = .113$). Buna karşılık, Aile İçi İletişim Uyum ($b = 1.717$, $SE = .836$, $p < .05$, $\beta = .112$) ve Aile İçi İletişim Diyalog ($b = 6.208$, $SE = .841$, $p < .001$, $\beta = .399$) değişkenlerinin Sosyal Karşılaştırma üzerindeki yordayıcılığı anlamlı bulunmuştur.

Sosyal Medya Süreklilik'in Aile İçi İletişim Uyum üzerindeki yordayıcılığı anlamlı değildir ($b = .071$, $SE = .057$, $p > .05$, $\beta = .081$). Benzer şekilde, Sosyal Medya Yetkinlik'in Aile İletişim Uyum alt boyutu üzerindeki yordayıcılığı da anlamlı değildir ($b = .088$, $SE = .064$, $p > .05$, $\beta = .089$). Aile İletişim Diyalog açısından incelendiğinde, Sosyal Medya Süreklilik'in bu değişken üzerindeki yordayıcılığı anlamlı bulunmuştur ($b = -.125$, $SE = .057$, $p < .05$, $\beta = -.143$). Sosyal Medya Yetkinlik'in Aile İçi İletişim Diyalog üzerindeki yordayıcılığı ise anlamlılık sınırına yakın olup istatistiksel olarak

anlamli değildir ($b = .108$, $SE = .063$, $p > .05$, $\beta = .111$). Aracılık analizine göre, Sosyal Medya Süreklilik'in Sosyal Karşılaştırma  zerindeki dolaylı yordayıcılığı Aile İçi İletişim Diyalog aracılığıyla anlamli bulunmuştur ($b = -.775$, $SE = .360$, $p < .05$, 95% GA $[-1.545, -.121]$, $\beta = -.057$).

Diğer üç dolaylı yol istatistiksel olarak anlamli değildir: Sosyal Medya Süreklilik $\rightarrow$ Aile İletişim Uyum $\rightarrow$ Sosyal Karşılaştırma ($b = .122$, $p > .05$); Sosyal Medya Yetkinlik $\rightarrow$ Aile İletişim Uyum $\rightarrow$ Sosyal Karşılaştırma ($b = .150$, $p > .05$); ve Sosyal Medya Yetkinlik $\rightarrow$ Aile İçi İletişim Diyalog $\rightarrow$ Sosyal Karşılaştırma ($b = .668$, $p > .05$). Sosyal Medya Süreklilik' in Aile İletişim Uyum  zerinden Sosyal Karşılaştırma  zerindeki yordayıcılığı anlamli bulunmamıştır. Sosyal Medya Yetkinlik' in Aile İletişim Uyum  zerinden Sosyal Karşılaştırma  zerindeki yordayıcılığı da anlamli bulunmamıştır. Sosyal Medya Yetkinlik' in Aile İletişim Diyalog  zerinden Sosyal Karşılaştırma  zerindeki yordayıcılığı anlamli bulunmamıştır. Sosyal Medya Süreklilik' in Sosyal Karşılaştırma düzeyini Aile İletişim Diyalog üzerinden dolaylı olarak ve negatif yönde yordadığı görülmüştür.

5 TARTIŞMA

5.1 ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİNDE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN FARKLILIKLAR

Yapılan araştırmada sosyal medya kullanımının sosyo-demografik değişkenlere göre birtakım farkları bulunmuştur. Örneğin; cinsiyet, sosyal medya kullanım geçmişi, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyada geçirilen süre ve sosyal medya kullanım tarzında anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Ancak; yaş, eğitim düzeyi, anne ve babanın eğitim düzeyi, algılanan gelir düzeyi ve fiziksel görünüş değerlendirmesinde anlamlı farklar bulunmamıştır. Kadınlarda ve erkekler arasında sosyal medya kullanımının yetkinlik boyutunda fark görülmemiş ancak süreklilik boyutunda anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Yapılan başka bir çalışmada kadınların mesafe ve zaman tanımaksızın arkadaşlıklarını sürdürmek istemelerinin bir sonucu olarak daha fazla sosyal medyada zaman geçirdikleri aktarılmıştır (Shaw ve Black, 2008). Bu bulguya göre kadınların sosyal medya platformlarında daha uzun vakit geçirmelerine karşın paylaşım, içerik üretme, etiketleme gibi yetkinlik alanlarında erkekler ile benzer düzeyde olduğu görülmüştür. Bazı araştırmalar da bu bulguyu desteklemektedir. Güney ve Taştepe (2018) yaptıkları çalışmada, kadınların sosyal medya kullanım ve bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ancak yapılan farklı bir çalışmada erkeklerin sosyal medya kullanım ve bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Alnjadat vd., 2019). Süreklilik boyutunda olan bu farklılığın örneklem ve kültür farkından olabileceği düşünülmüştür. Orta Doğu’ da kadınlara atfedilen toplumsal cinsiyet rolleri ve kültürel yapının etkisi ile ilişkili olabileceği düşünülmüştür. Bu bağlamda kadınların sosyal medya platformlarında kimlik ve kişisel diğer verileri gizleme eğiliminde olmaları etkili olabileceği düşünülmektedir. Yapılan bir diğer çalışmada da yeni olayları, gündemi takip etmek, iletişim kurmak ve yeni arkadaşlıklar kurmak amacıyla kadınların daha fazla kullandığı görülmüştür (Kraut vd., 1998). Sosyal medya kullanım geçmişine bakıldığında anlamlı fark bulunmuştur. Sosyal medya kullanım geçmişi daha uzun olan bireylerin

yetkinlik ve süreklilik puanları istatistiksel olarak daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu sosyal medya kullanım geçmişinin kullanım sürekliliği ve yetkinliğini pekiştirdiğini ve tecrübe ile yetkinliğin arttığını düşündürmektedir. Sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Sosyal medyayı daha sık kullanan bireylerin süreklilik, yetkinlik ve toplam puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Literatüre bakıldığında sosyal medya kullanım sıklığı ile sosyal medya kullanım süresi ve bağımlılığı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur (Özmen, 2023). Bir günde sosyal medyada geçirilen süre bakımından da anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada daha uzun vakit geçiren ergenlerin sosyal medya kullanım skorlarının daha az vakit geçiren ergenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Literatüre bakıldığında bunu destekleyen bulgular vardır (Alptekin, Türkmen ve Arslantaş, 2021; Güney ve Taştepe, 2020). Araştırma bulgularında sosyal medya kullanım düzeylerine çeşitli yaş kuşaklarında ve ergenlerde bakılmış ve sosyal medyayı gün içinde daha fazla kullanan kişilerin sosyal medyada pratiklerinin arttığı ve gün içinde sosyal medya ile daha meşgul oldukları görülmüştür. Yapılan başka bir çalışmada sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya kullanımında anlamlı düzeyde artış bulunmuştur (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020). Sosyal medyada filtre veya photoshop gibi görsel iyileştirme- güzelleştirme uygulamaları kullanımı açısından da anlamlı fark bulunmuştur. Araştırmaya göre filtre ya da photoshop kullanan gençlerin, sosyal medya kullanımı süreklilik, yetkinlik ve toplam puanları kullanmayan gençlere göre daha yüksek bulunmuştur. Literatüre bakıldığında bu bulguyu destekleyen çalışmalar mevcuttur (Yıldırım, 2024). Yapılan bir başka çalışmada photoshop ya da filtre kullanan ergenlerin sosyal medya kullanım toplam puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Karaaslan ve ark., 2024). Bu bulgu sosyal medya paylaşımlarını farklılaştıran ve değiştiren gençlerin sosyal medyada daha uzun zaman geçirdiklerini göstermektedir.

5.2 ERGENLERİN SOSYAL KARŞILAŞTIRMA DÜZEYLERİNDE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN FARKLILIKLAR

Yapılan araştırmada sosyal karşılaştırma düzeylerinin sosyo-demografik değişkenlere göre birtakım farkları bulunmuştur. Cinsiyet, sosyal medya kullanım tarzı, gelir düzeyi ve fiziksel görünüş açısından anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Sosyal Karşılaştırma Ölçeğinden alınan puanlara bakıldığında erkeklerin kadınlara göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha olumlu puan aldıkları görülmüştür. Bu bulguya göre, sosyal karşılaştırma sürecinde erkeklerin kendilerini kadınlara göre daha olumlu değerlendirme eğiliminde oldukları görülmüştür. Literatürdeki bazı araştırmalar bu bulguyu desteklemektedir. Yapılan bir çalışmada, kadınların kendilerini diğer bireyler ile karşılaştırarak değerlendirmesinde daha fazla yukarı doğru kontrast duyguları olan kıskançlık, yetersizlik, öfke ve aşağı doğru asimilasyon duyguları olan acıma ve korku geliştirdikleri aktarmılmıştır (Papageorgiou, Fisher ve Cross, 2022).

Başka bir çalışmada da sosyal karşılaştırma sürecinde erkeklerin benlik algısının kadınlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur (Kaya ve Savaşlı, 2020). Erkeklerin daha yüksek puan almaları, kültürümüzde daha çok ön planda olmalarına ve başarılı olmalarına yönelik desteklenmeleri ile ilişkili olduğu düşünülebilir. Bir başka araştırmada da erkeklerin kadınlara göre daha yüksek olumlu benlik algısına sahip oldukları görülmüş ve toplum- kültür yapısı ile ilişkilendirilmiştir (Özgüroğlu, 1991). Yapılan başka bir çalışmada ise kadınların sosyal karşılaştırma düzeyinde daha yüksek puan aldıkları görülmüştür (Gülbahçe, 2007; Teközel, 2000). Yapılan bir araştırmada kadınların sosyal karşılaştırma süreçlerinde erkeklerden daha olumsuz etkilendikleri görülmüştür. Sosyal medyada karşılaşılan ve genellikle görseller aracılığı ile yapılan cinsel nesneleştirmenin kadınların değer yargılarını fiziksel görünümlerine atfetmelerine yol açabildiği düşünülmektedir (Papageorgiou, Fisher ve Cross, 2022). Öte yandan toplumsal olarak dayatılan beden algısı normlarıyla yakından ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Özellikle kültürümüzde kadınların fiziksel olarak ‘güzel’ ve ‘çekici’ olmaya yönelik baskı

altında hissetmeleri ile sosyal medyada maruz kaldıkları idealize edilmiş beden imgeleriyle karşılaştırma yaptıklarında beden algılarının olumsuz yönde etkilenebileceği aktarılmıştır (Aslan, 2001; Batı, 2010). Dolayısıyla, kadınların sosyal karşılaştırma puanlarının erkeklere göre daha olumsuz olmasının, yalnızca bireysel özelliklerden değil aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri ve kültürel beklentilerden kaynaklanıyor olabileceği düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada gelir düzeyi yükseldikçe sosyal karşılaştırma puanlarının da yükseldiği görülmüştür. Bazı çalışmalar bu bulguyu desteklemektedir. Lise öğrencileri ile yapılan bir çalışmada ekonomik düzey arttıkça sosyal karşılaştırma puanlarının arttığı görülmüştür (Erözkan, 2004). Bu bağlamda gelir düzeyleri yüksek olan bireylerin kendilerine daha fazla güvenmeleri daha olumlu hissetmeleri, maddi imkanların fazla oluşu olumlu benlik algısında belirleyici bir faktör olabilir. Fiziksel görünüş değerlendirmesi ve sosyal karşılaştırma bağlamında istatistiksel anlamda anlamlı fark bulunmuştur. Fiziksel görünüşünü çok beğenen ergenlerin sosyal karşılaştırma puanları hiç beğenmeyenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu, ergenlik döneminde olumlu beden imajının olumlu benlik şemaları açısından önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürdeki araştırmalar bu bulguyu destekler niteliktedir. Yapılan bir çalışmada da sosyal karşılaştırma ile beden imgesi arasında pozitif yönlü anlamlı fark bulunmuştur (Bahtiyar, 2021). Başka bir çalışmada fiziksel görünümünü beğenmemenin depresyonu yordadığı (Çoban, 2020) ve depresyon ile olumsuz benlik şemasının ilişkili olduğu bulunmuştur. Ergenlerin sosyal medya kullanım tarzlarına bakıldığında sosyal medya kullanım tarzına göre istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur. Sosyal medyayı pasif kullanan ergenlerin sosyal karşılaştırma toplam puanları sosyal medyayı aktif kullanan ergenlere göre daha düşük bulunmuştur. Pasif kullanımda ergen yalnızca diğer insanların başarılarını, fotoğraf ve gönderilerini görür ancak kendini yansıtabileceği ya da ifade edebileceği bir zemin yaratılmaz. Yalnızca, diğer insanların genellikle ideal benliklerini yansıttıkları içeriklere maruz kalırlar. Bu durum yukarı yönlü karşılaştırma ile kontrast duyguları artırabilmektedir. Yapılan bazı çalışmalar bu bulguyu destekler

niteliktedir. Verduyn ve arkadaşları (2017) pasif sosyal medya kullanımının sosyal karşılaştırma sürecinde etkili olduğunu ve pasif sosyal medya kullananların kendileri ile ilgili olumsuz çıkarım yapma eğiliminde olduklarını aktarmışlardır. Cheng ve arkadaşları (2019) yaptıkları bir araştırmada pasif sosyal medya kullanımında aşağı yönlü karşılaştırmaların da yapıldığını ve sosyal medyada karşılaşılan olumsuz durum, içerik ve görsellerin asimilasyon duygularını artırabildiğini ve kullanıcının ileride olumlu şartlarını kaybedebileceğine yönelik kaygısını artırmaktadır. Sosyal medya aktif kullanımı (fotoğraf paylaşma- düzenleme, içerik paylaşımı, etkileşim kurma) diğer kullanıcıların paylaşımlarını da objektif yorumlama konusunda perspektif sağlayabilir. Sosyal medyada genellikle en iyi kareler ve içeriklerin paylaşımı kullanıcıların her anının mükemmel düzeyde olduğu yanılgısını oluşturuyor olabilir. Ancak aktif kullanıcılar diğer kullanıcıların paylaşımlarına yönelik farkındalık kazanabilir. Literatüre bakıldığında sosyal medyanın kullanıcıların ideal benliklerini yansıtmaları için uygun zemin oluşturması kullanıcıların başarıları, fiziksel özellikleri vb. birçok konuda paylaşım yapabilmelerini mümkün kılmaktadır (Egbert ve Rosenberg, 2011; Xiao, 2022). Bu bağlamda kullanıcılar kendilerinden çeşitli özellikleri ile üstün gördükleri kişilere karşı kontrast duygular (kıskançlık, yetersizlik, öfke) hissedebilirler (Vogel vd., 2014; Chou ve Edge, 2012). Farklı çalışmalar bu karşılaştırmanın olumlu sonuçlar yarattığını da aktarmışlardır. Yapılan başka bir çalışmada kullanıcıların kendilerinden çeşitli yönleri ile üstün gördükleri kişileri ileride ulaşabileceği bir hedef olarak algılayarak olumlu duygular yaşayabilecekleri görülmüştür. (Buunk ve Ybema, 2003; Cramer, Song ve Drent, 2016; Lim ve Yang, 2015).

5.3 ERGENLERİN AİLE İLETİŞİM DÜZEYLERİNDE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN FARKLILIKLAR

Yapılan araştırmada aile iletişim düzeylerinin sosyo-demografik değişkenlere göre farkları bulunmuştur. Aile iletişim ve ergenin eğitim düzeyine bakıldığında uyum

yöneliminde anlamlı farklar bulunmamıştır ancak diyalog yönelimi puanları ile anlamlı farklar olduğu bulunmuştur. En yüksek değer lise 2 gruplarında ve sırası ile lise mezunu, 8. Sınıflar ve en düşük ortalama ise üniversite 1. sınıflar olduğu görülmüştür. Bu bulgu ergenlerin eğitim düzeyinin artması ile diyalog yöneliminin değişkenlik gösterebildiğini ancak uyum boyutunda fark olmadığını göstermektedir. Lise son sınıf ve lise 3. Sınıflarda artan sorumluluklar sınav kaygıları aile diyalog puanının düşmesi ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Anne eğitim düzeyi ile aile iletişim diyalog yönelimi puanlarında anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Lisans ve lisansüstü eğitim düzeyinde olan annelerin çocuklarının aile iletişim düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Bu durum annenin eğitim düzeyi arttıkça ergenle kurduğu iletişimin diyalog yöneliminde artış olduğu yani destekleyici, anlayışlı, paylaşımcı olma vb. konularda olumlu yönde farklılaştığı görülmüştür. Bilgili (2019) tarafından yapılan çalışmada da annenin eğitim düzeyi arttıkça diyalog yönelimi puanının arttığı görülmüştür. Annenin eğitim düzeyi arttıkça, diyalog yöneliminde yani çocukların kendilerini ifade edebilmesi için alan yaratılması, fikir paylaşımı gibi alanlarda olumlu değişimler görülmüştür. Ergenlerin aile iletişim ile gelir düzeylerine bakıldığında diyalog yöneliminde anlamlı fark bulunmuştur. Gelir düzeyi yüksek olan ailelerde diyalog yönelimi puanları yüksek olarak bulunmuştur. Bazı araştırmalar bu bulguyu desteklemektedir. Gelir düzeyi arttıkça daha az yaşanan ekonomik baskı ve devamında daha az ebeveyn stresi ile ergenlerle daha sağlıklı iletişim kurulabilmesi mümkün olmaktadır (Conger ve ark., 2010). Aile iletişim düzeylerinin uyum yönelimi boyutu ile sosyal medya kullanım geçmişi arasında pozitif yönlü fark bulunmuştur. Daha uzun süredir sosyal medya kullanan ergenlerin ebeveyn kararlarının geçerli olduğu, kararlara itaat edildiği ve ailede geçerli olan kuralların dışına çıkılmadığı yani uyum yönelimi puanlarının yüksek olduğu görülmüştür. Literatürde sosyal medya kullanımının aile iletişimin üzerindeki olumsuz etkilerinden bahsedilmekte olup sosyal medya kullanım geçmişi bağlamında bulguya rastlanmamıştır. Ebeveynlerin iletişim tarzları, davranışları, çocuğun kendi becerileri hakkında farkındalık kazanmalarını, özgüven sahibi olmasını, toplumda yer edinebilmesini sağlamaktadır (Erden ve Koca,

2014). Ergenlerin henüz kendini keşfetme süreci içinde olduğu bu dönemde karar verme, yaşamı hakkında planlar yapabilme gibi konular ergenin gelişimi ve onay ihtiyacı için oldukça önemlidir. Ancak bu noktada aile iletişiminde ebeveyn kararları ve itaat söz konusu olduğunda ergen onay alma, karar verme, aidiyet hissetme gibi konularda sosyal medyaya yönelebileceği düşünülmektedir. Sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında diyalog yönelimi puanı ile anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Aile iletişim diyalog yönelimi toplam puanı ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında pozitif yönlü anlamlı fark görülmüştür. Bazı araştırmalarda sosyal medyayı sık kullanan ergenlerin daha fazla eğlendikleri ancak sosyal medyayı daha az sıklıkta kullananlara göre daha fazla yalnız zaman geçirdikleri aktarılmıştır (Demir, 2016). Ancak sosyal medyanın bir veri kaynağı olması ve aile içinde konuşulabilecek konular için de devamlı kaynak sağlaması diyalog yönelimi puanlarının artması ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Sosyal medyada bir gün içinde geçirilen zaman ile aile iletişimine bakıldığında uyum ve diyalog yönelimi puanlarında anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada geçirilen zaman arttığında uyum yöneliminde artış ancak diyalog yöneliminde azalma görülmüştür. Bazı araştırmalar bu bulguyu desteklemektedir. Yapılan bir çalışmada sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişimi azalttığını aktarmıştır (Hazar, 2011). Sanders vd. (2000) yapılan çalışmada ergenlerin internet kullanımının aile, arkadaş ve sosyal çevreler ile ilişkiyi zayıflatabileceğini aktarmıştır. Aile ile ortak yargılara varma, kararlara karşı gelmeme gibi çatışma ortamı oluşturabilecek konuların stres faktörü olması uyum yönelimindeki artışın bir kaçınma davranışı ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Hazar 2011: 158-159). Aile iletişim ve sosyal medyada filtre ya da photoshop kullanılmasına bakıldığında uyum yönelimi ile filtre ve photoshop arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Sosyal medyada fotoğraflarını düzenleyen ergenlerin aile içinde daha fazla uyum gösterme eğiliminde oldukları görülmektedir. Fotoğraflara fotoshop ya da filtre uygulanması sosyal beğenilme ve kabul görmeyi olumlu yönde etkileyebilir (Fastoso vd., 2021). Uyum yönelimli aile iletişim boyutu da bireyin ebeveynlerinin beklentilerine göre hareket etmesi ve daha az çatışmacı ve daha çok

uyumlu olması ile ilişkilidir. Bireyin uyum yönelimli aile iletişimi ve fotoğraf düzenlemenin bu bağlamda farklılaştığı düşünülebilir. Ergenlerin aile iletişimi ile sosyal medya kullanım tarzı değerlendirildiğinde diyalog yöneliminde istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Sosyal medyada daha aktif olan (içerik paylaşımı, sosyal ağlara katılma, diğer kullanıcılar ile etkileşim kurma) kullanıcılar ile aile iletişiminin diyalog yönelimi boyutu arasında anlamlı fark bulunmuştur. Chandler (2012), sosyal medya kullanımının düşünce ve duyguların ifade edilebilmesi, çevre ile olumlu etkileşim ve iletişim kurulabilmesi yönünden olumlu etkilerinden bahsetmiştir. Bir başka araştırmada da iletişim becerileri, sosyal gelişim gibi faktörler yönünden sosyal medya kullanımının destekleyici olduğu ortaya konmuştur (Tartari, 2015).

5.4 ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİ İLE SOSYAL KARŞILAŞTIRMA DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Ergenlerin sosyal medya kullanım süresi veya yetkinliği ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmaması, sosyal medyanın kullanım şekli ve amacı ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Üstündağ (2022) yaptığı bir çalışmada ergenlerin sosyal medyayı en çok mesajlaşmak ve bilgiye ulaşmak için kullandıklarını aktarmıştır. Yani sadece zaman geçirmek ve sosyal karşılaştırmaya zemin hazırlayacak diğer kullanıcıların yaşantılarını takip etmek yerine sosyal medyanın işlevsel yönlerinin öne çıkıyor olması, sosyal medya kullanımının sosyal karşılaştırma süreçleri ile yani benlik algısının etkilenmesi ile ilişkilendirilmesine yol açabileceği düşünülmektedir. Bu bulgu kullanım miktarından daha çok kullanım tarzının sosyal karşılaştırma süreçlerinde etkili olabileceğini düşündürmektedir. Nitekim Bilbil ve Toku (2021) tarafından yapılan çalışmada da katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmamış ancak sosyal medyayı aktif kullananların sosyal karşılaştırma düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Yapılan başka çalışmada ise bu araştırmanın bulgularından farklı olarak sosyal karşılaştırma ile sosyal

medya kullanımı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Büyükmumcu ve Ceyhan' ın (2019) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanıcılarının çoğunlukla kendilerinden üst konumdakilerle karşılaştırma yaptıklarını ve çoğunlukla umut ve imrenme gibi asimilasyon duygularını yaşadıkları aktarılmıştır. Çalışmamızın bulgularında katılımcıların yüksek oranda whatsapp platformu kullandıkları görülmüştür. Bu doğrultuda iletişim aracı olarak kullanımın yaygın olması sosyal karşılaştırma ile ilişkiye zemin hazırlamamış olabileceği düşünülmüştür.

5.5 ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİ İLE AİLE İLETİŞİM DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Ergenlerin sosyal medya kullanımı ile aile iletişim düzeylerine bakıldığında sosyal medya kullanımı ile uyum yönelimi arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı ilişki ortaya çıkmıştır. Yani ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri arttıkça aile içinde benzer düşünme, çatışmadan kaçınma ve otoriteye uyum gibi eğilimlerin de hafif düzeyde arttığı görülmüştür. Uyum yönelimi yüksek ailelerde bireylerin farklı düşünce ve duygu ifadeleri sınırlandırılabilirdiğinden, ergenler sosyal medya platformlarını kendilerini daha özgürce ifade edebilecekleri bir alan olarak görebilirler. Böyle bir ortamda sosyal medya, ergenlere bireyselliklerini yansıtabilecekleri ya da aile dışı sosyal ilişkiler kurabilecekleri bir zemin oluşturabileceği düşünülmektedir. Uyum yönelimli aile yapısında, çatışmaların bir risk faktörü olarak görülmesi, sorunların açıkça konuşulmaması ergenin duygusal destek ihtiyacını aile dışında, sosyal medyada karşılaması ile sonuçlanıyor olabileceği düşünülmektedir.

Hazar (2011) yaptığı çalışmada uyum yönelimini kapsayan, aile içindeki hiyerarşik ve otoriter yapı, ebeveynlere karşı gelinmemesi ve bu doğrultuda inanç, kültür, aile yapısı gibi bağlamlarda ebeveynlere tabi olunması, bireyin kendine yönelik değer ve inanç yargılarını geliştirmesini zorlaştırabileceği aktarılmıştır. Uyum yönelimi yüksek ailelerde sosyal medya kullanımı, aile içi değerlere uyumlu bir ifade aracı haline gelebilir. Bu tür

aile yapılarında ergenler, sosyal medya içeriklerini paylaşıırken aile normlarına uygun davranma eğiliminde olabilirler. Böylece sosyal medya ortak değerlerin yansıtıldığı bir alan yaratabilir. Yine bu bağlamda uyum yöneliminin yüksek olduğu ailelerde ergen kendi görüşleri ile uyuşan ve aidiyet hissedebileceği bir mecra olarak sosyal medyaya yöneliyor olabilir. Sosyal medya kullanımı aile üyeleri arasında çeşitli etkileşim ağları oluşturmuş olabilir. Örneğin, instagram gönderilerini birbirleri ile paylaşmak, whatsapp grupları vb. şekillerde etkileşim kurabiliyor ya da ortak beğeni, ilgi alanı konular üzerine konuşmak için uygun zemin oluşturuluyor olabilir. Nitekim yapılan farklı bir çalışmada sosyal medyanın aile iletişimini güçlendirebileceği aktarılmıştır. Bu bağlamda ebeveynlerin, sosyal medya ve teknoloji araçları kullanımını aktif bir şekilde yönetmeleri önemlidir. Bu kullanımın getirdiği değişimlere ebeveynlerin daha aktif katılımı planlı ve bilinçli yaklaşımı önemlidir. Sosyal medya kullanım amaçlarının çocuğun hedef ve gelişimine yönelik belirlenmesi ve ebeveynlerin bu doğrultuda yönlendirmesi, zaman sınırlarının belirlenmesi aile iletişiminin pozitif etkilenmesi yönünden önemli olduğu aktarılmıştır (Procentese, Gatti ve Di Napoli, 2019).

5.6 ERGENLERİN SOSYAL KARŞILAŞTIRMA DÜZEYLERİ İLE AİLE İLETİŞİM DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Sosyal karşılaştırma düzeyleri ile aile iletişim ölçeği ilişkisine bakıldığında aile iletişiminin diyalog yönelimi puanları ile sosyal karşılaştırma puanları arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diyalog yönelimi ile sosyal karşılaştırma puanlarının pozitif yönde anlamlı bulunması, aile içindeki iletişimin açık, rahat, sürekli ve destekleyici olması, olumlu benlik algısı ile ilişkilendirilebilir. Aile iletişimi diyalog yönelimi, aile üyeleri arasındaki açık ve destekleyici iletişimi kapsar. Ailede tüm üyelerin çeşitli konularda sınırsızca iletişime girebildiği ve çatışmaların açıkça ele alındığı, ebeveynlerin paylaşımı ve bağımsızlığı teşvik ettiği bir iklim ile beraber çocuklar duygu ve düşüncelerini özgürce ifade ederek güven ve aidiyet hissiyatını

güçlendirebileceğini düşündürmektedir. Ayrıca aile iletişiminde aktif rol alan, fikirlerini ve duygularını aktarabilen ergenlerin aile içinde desteklenerek benlik algılarını olumlu yönde geliştirebilecekleri düşünülmektedir. Araştırma bulguları literatürdeki bazı çalışmalar ile desteklenmektedir.

Yapılan bir çalışmada açık ve destekleyici aile iletişiminin, çocukların benlik sayısı üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermektedir (Birndorf, Ryan, Auinger ve Aten, 2005). Açık iletişim ortamına çocuk, fikirlerine ve duygularını rahatça ebeveynlerine aktarabilir. Böylelikle düşünce ve duygularına önem verildiğini hisseder. Çocuğun fikri sorulduğunda ve dikkate alındığında, çocuk kendi değerini daha çok fark etmektedir.

Yapılan bir başka çalışmada da diyalog yönelimli aile iletişim yapısının olumlu benlik algısını pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Günay, 2022; Onur, 2023). Aile içinde diyalog yönelimli iletişimin sürdürülebilir olmasında ‘yargılamama’ kavramı önemli bir rol oynar. Çocuğun aile iletişiminde kabul ve onay görüyor olması ‘Ben olduğum halimle yeterliyim’ düşüncesini geliştirerek olumlu benlik algısına katkıda bulunabileceği aktarılmıştır. Destekleyici ve açık aile iletişiminin ergenlerin öz saygı ve olumlu benlik geliştirmeleri ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Von der Lippe ve Moller, 2000).

5.7 ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ARASINDAKİ İLİŞKİDE AİLE İLETİŞİMİNİN ARACI ETKİSİ

Bu araştırmada ergenlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisi incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre ergenlerin sosyal medya ile meşgul olma düzeyi aile iletişiminin uyum yönelimini pozitif yönde anlamlı olarak yordamaktadır. Bir başka ifade ile sosyal medya meşgulliyetinin artması ailedeki uyum yönelimli iletişimi artırabilir. Yani ergenlerin gün içinde telefonla meşgul olmaları ailenin daha otoriter, kural koyucu olmalarını ve değer yargılarında ergenlerin de ebeveynler ile hem fikir olmalarını beklemelerini etkileyebilir.

Uyum yönelimli iletişim kalıbı; ailenin çıkarlarını öncelik haline getiren, ortak değer, inanç, kültür yapılarının hakim olduğu ve özerkliğe daha az yer verilmesine karşın ailedeki birliğin öncelik haline getirildiği bir iletişim biçimidir. Kurallar ve kararlar tartışılmaz ve bu sürece çocuklar dahil edilmezler (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 296-297). Sosyal medya meşguliyetinin artması ailedeki uyum yönelimli iletişimi çeşitli yönlerden artırabilir. Ebeveynlerin, ergenlerin sosyal medya kullanımındaki zamanı dengelemek ve güvenlik kaygısını azaltmak için sosyal medya kullanımını denetleyebileceği, aktif gözlem yapabileceği veya kısıtlama gibi katı ekran kuralları uygulayabileceği görülmüştür (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Bu denetimin aile iletişiminde otorite ve hiyerarşik yapıyı güçlendirebileceği düşünülmektedir. Sosyal medya içeriklerinin farklı norm, kültür, inanç, değer ve kurallar çerçevesinde içerik sunması kimlik gelişimi döneminde olan ergenlerin tutumlarını etkileyebilmektedir. Bu etkilenme süreci ebeveynlerde geleneksel değerleri koruma ile ailenin ortak inanç yapısını sürdürebilme noktasında bir algı oluşturabilir. Bu bağlamda ebeveynler daha fazla kural koyma, değer yargıları ile aileye bağlılığı vurgulama ve aile içi normların güçlendirilmesine yönelik hareket edebilirler (Procentese vd., 2019).

Ayrıca uyum yönelimli aile iletişiminin ergenin olumlu benlik algısı geliştirdiğine yönelik bulgu incelendiğinde aile içinde uyum yönelimli iletişim aidiyet ve kabul ile ilişkilendirilerek olumlu benlik algısını destekleyici bir unsur olabilir. Batı kültüründe aile ile uyumlu ve bağlı kişiler ayakları üzerinde duramayan, sorumluluk almaktan kaçınan bireyler olarak görülebilmektedir (Sue, Ivey ve Pederson, 1996). Türk Kültürü’nde ise bu durum genellikle güçlü ve sıkı aile bağları olarak olumlu bir perspektiften görülmektedir (Kağıtçıbaşı, 1996). Dwairy (2006) kültür, norm, inanç, değer, uyum ve itaat davranışlarının olgunluk belirtisi olarak görülebildiğini aktarmıştır. Literatürde bu konuda yapılan çalışmalar bu araştırmanın bulgularından farklı olarak itaat, otorite, hiyerarşik yapı gibi kavramların ergende daha düşük benlik saygısı ve olumsuz benlik algısı ile ilişkilendirildiği bulunmuştur (Orghia ve Oullon, 1972). Yapılan çalışmada oluşan farklılığın Türk Kültürü’nde toplumsal normlara ve kültüre bağlılığın tehdit değil

destek olarak algılanmasından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Aracılık etkisine bakıldığında aile iletişim uyum ve diyalog boyutlarının sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide anlamlı aracı etkisi bulunmamıştır. Bunun çeşitli sebepleri olabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımı ölçeğinin süreklilik alt boyutu sosyal medya ile meşgul olmayı ölçerken yetkinlik alt boyutu kullanıcının sosyal medya üzerinden günlük yaşamın çeşitli etkinliklerini (Banka, okul, iş, alışveriş) yapabilmesini ölçer. Bu bakımdan toplam puanlar meşgul olma düzeyini tanımlamış olsa da kullanıcının sosyal medyayı yetkin kullanımı aile iletişimini etkilemiyor olabilir. Bu noktada ebeveynler ergenlerin sosyal medyayı sık kullanması ve sosyal medya üzerinde günlük işlerini halletmesine yönelik tutumları farklı olabilir. Ergenlerin sosyal medyayı sürekli kullanımına karşı katı kural koyucu olabilir ancak ergenin günlük işlerini yapmaya yönelik davranışları ebeveynler için problemli bir durum olarak algılanmayabilir.

Araştırmada sosyal medya kullanımının süreklilik, yetkinlik düzeylerinin sosyal karşılaştırma düzeylerinde yordayıcılığı bulunmamıştır. Ancak sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu ile aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutu ile negatif yönlü anlamlı şekilde yordadığı bulunmuştur. Aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutu, sosyal karşılaştırmayı pozitif yönlü anlamlı şekilde yordadığı bulunmuştur. Bu bulgulara göre sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutu ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutunun aracı etkisi olduğu görülmektedir. Araştırma bulgusuna bakıldığında ergenlerin sosyal medyada geçirdiği zaman arttıkça aile ile daha az iletişim kurduğu, duygu ve düşüncelerini paylaşmakta geri planda kaldığı anlaşılmaktadır. Bu araştırmanın bulgularına benzer şekilde Elitaş (2020) yapmış olduğu çalışmada ergenlerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça aile iletişimine daha az katıldıklarını ortaya koymuştur. Bu bağlamda sosyal medyaya ayrılan zamanın aile iletişimine ayrılacak olan süreyi ve yüz yüze iletişimi azalttığı düşünülmektedir (Zorbaz, 2013). Sosyal medya içeriklerinin sınırsız olması ve dikkat çeken içeriklerin varlığı ergenin aile ile diyalog kurmayı sıkıcı ya da gereksiz gibi görmesi ile sonuçlanıyor olabilmektedir. Sosyal medyanın çalışma algoritması kullanıcıların ilgi

alanlarına hatta duygu ve düşüncelerine yönelik içerikler sunabilmektedir. Birey iletişim ya da onaylanma ihtiyacını sosyal medya platformlarında karşılarken aile ile iletişim kurmayı gereksiz görüyor olabilir. Aile içinde açık diyalog kurulması ve ergenin düşünce ve duygularını rahat bir şekilde ifade edebileceği bir zeminin olması, ergenin benlik algısını güçlendirdiği görülmektedir. Literatüre bakıldığında yapılan birçok çalışmada ailede destekleyici, açık, tartışma alanı oluşturulabilen, düşünceler ve duyguların rahatça ifade edildiği, eleştirilmediği ailelerde çocukların benlik algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir (Günay, 2022; Onur, 2023). Diyalog yöneliminin yüksek olması ailedeki yargılayıcı tutumdan ziyade bireyin kendini açabileceği böylece kendini değerli, yeterli ve kabul edilebilir hissedeceği bir zemin oluşturabilmektedir. Yapılan araştırmada sosyal medya kullanımının sürekliliği aile iletişiminin diyalog yönelimi boyutunu negatif yönde yordamakta olup diyalog yönelimi ise sosyal karşılaştırma düzeyini pozitif yönde yordamaktadır. Bu bulguya bakıldığında, aile iletişimin diyalog boyutunun, sosyal medya kullanım sürekliliği ve sosyal karşılaştırma düzeyi arasındaki ilişkide aracı bir rolü olduğu görülmektedir. Ergenlerin sosyal medyada geçirdiği zaman arttıkça, aileleri ile açık ve sürekli iletişim kurma sıklığı azalmaktadır. Bu durum, ergenin düşünce ve duygularını ifade edebileceği zemini zayıflatmakta ve ergen için önemli sosyal destek kaynağından olan aile bağına zayıflatabileceği düşünülebilir. Açık bir aile iletişimi, bireyin kendini ifade edebileceği, düşünce ve duygularını paylaşabileceği bir atmosfer olarak ergenin kendini tanıma, duygu ve düşüncelerini anlama ve aktarmasına katkı sağlayabilir. Bu yapıda bir iletişim ortamı bireyin değerli ve kabul edilebilir olduğunu hissetmesine ve zamanla kendine yönelik farkındalığının artmasıyla güçlü ve zayıf yönlerini tanıyarak benliğini olumlu bir çerçevede geliştirmesini sağlayabilmektedir. Sosyal medya kullanımının ergenin olumsuz benlik geliştirmesini doğrudan değil dolaylı olarak yordadığı görülmektedir. Yani bireyin aile içinde açık ve destekleyici bir iletişiminin olması sosyal medyanın bireyin kendilik algısına etkilerinde koruyucu bir faktör olduğu anlaşılabılır.

6 SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1 Sonuç

1. Ergenlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ile cinsiyet, sosyal medya kullanım geçmişi ile sosyal medya kullanım, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyada bir günde geçirilen süre, sosyal medya platformlarında filtre ya da photoshop uygulama, sosyal medya kullanım tarzı değişkenlerinde anlamlı fark bulunmuştur.

2. Ergenlerin sosyal karşılaştırma düzeyleri ile cinsiyet, sosyal medya kullanım tarzı, gelir düzeyi ve fiziksel görünüş açısından anlamlı fark ortaya çıkmıştır.

3. Ergenlerin aile iletişim düzeylerinin diyalog yönelimi boyutu; eğitim, gelir düzeyi, değişkenleri ile anlamlı farklar bulunmuştur. Uyum yönelimi ile sosyal medya kullanım geçmişi, filtre ve photoshop kullanımı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Aile iletişimi diyalog ve toplam puanları ile sosyal medya kullanım sıklığı anlamlı bulunmuştur. Bir gün içinde sosyal medyada geçirilen zaman ile aile iletişimini diyalog ve uyum alt boyutları arasında anlamlı fark bulunmuştur.

4. Sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

5. Uyum yönelimi ile sosyal medya kullanım düzeyleri toplam puanı ve süreklilik alt boyutu arasında pozitif yönlü zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

6. Aile iletişimi diyalog yönelimi alt boyutu ile sosyal karşılaştırma arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

7. Sosyal medya kullanımı süreklilik alt boyutu ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişimi diyalog yönelimi alt boyutunun yordayıcılığı anlamlı bulunmuştur.

8. Sosyal medya kullanımı ile aile iletişiminin diyalog yönelimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

9. Sosyal karşılaştırma ile aile iletişiminin uyum yönelimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.



6.2 ÖNERİLER

6.2.1 Uygulamacılar İçin Öneriler

1. Bulgular açık aile iletişiminin (diyalog yöneliminin) ergenin benlik gelişiminde olumlu etkisi olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda okul temelli seminerler ve aile eğitim programları ile ebeveynlerin açık iletişim kurabilmeleri yönünde becerileri desteklenebilir.
2. Sosyal medya kullanımının aile iletişimi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik, ergen ve ebeveyn arasındaki diyalog ile sosyal medya kullanımının dengelenmesine yönelik anne babalara ve ergenlere yönelik eğitici çalışmalar yapılabilir.
3. Terapistler ve danışmanlar tarafından ergenin olumlu sosyal karşılaştırma yapmasına yönelik benlik saygısı, kendilik kabulü, öz-farkındalık gibi alanlara yönelik bireysel ya da grup çalışmaları planlanabilir.

6.2.2 Araştırmacılar İçin Öneriler

1. Aile iletişim dinamiklerine ve sosyal medya kullanımına farklı kültürler bazında karşılaştırmalı araştırmalarla incelenerek bulguların genellenebilirliği artırılabilir.
2. Aile iletişiminin diyalog ve uyum yöneliminin ortalamalarına göre her katılımcı için; çoğulcu, fikir birliğine dayalı, koruyucu ve serbest bırakıcı gibi farklı aile tipleri belirlenerek çalışılabilir.
3. Bu çalışma ergenler ile yürütülmüştür ve aile iletişimde diyalog ve uyum boyutları üzerinde çalışılmıştır. Bundan sonraki çalışmalar farklı yaş gruplarındaki bireylerle ve aile ilişkilerinin çatışma, empatik iletişim, destekleyicilik vb. gibi boyutları da dikkate alınarak yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akkaş, C., Bakırtaş, H., & Çiftçi, S. (2020). ‘Narsistagram’: Instagram Kullanımında Narsisizm. *Selçuk İletişim*, 13(1), 130-157.
- Alptekin, G., Türkmen, D., & Arslantaş, H. A. (2021). Baby boomers, X, Y, Z kuşaklarının sosyal medya kullanım düzeyleri ve tercihleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(51), 253–278.
- Alberts, A., Elkind, D., & Ginsberg, S. (2007). The personal fable and risk-taking in early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 36(1), 71–76.
- Albeladi, N., & Palmer, E. (2020). The Role of Parental Mediation in the Relationship Between Adolescents’ Use Of Social Media And Family Relationships in Saudi Arabia. *Journal of Information Technology Management*, 12(2), 163-183.
- Alnjadat, R., Hmaidı, M. M., Samha, T. E., Kilani, M. M. ve Hasswan, A. M. (2019). Sharjah Üniversitesi öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı ve akademik başarıda cinsiyet farklılıkları. *Taibah Üniversitesi Tıp Bilimleri Dergisi*, 14(4), 390–394. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2019.05.002>
- Al-Rahmi, W. M., & Othman, M. S. (2013). The Effectiveness of Using Social Network Sites as Learning Tool for Students. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 8(1), 1-10.
- Arabacı, N. (2011), *Ana-Baba-Çocuk İletişimini Değerlendirme Aracı’nın (ABÇİDA) Geliştirilmesi ve Ana-Baba-Çocuk İletişiminin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Archer, S. L. (1989). The status of identity: Reflections on the need for intervention. *Journal of Adolescence*, 12(4), 345-359.
- Aslan, S. H. (2001). Beden imgesi ve yeme davranışı bozuklukları ile medya ilişkisi. *Düşünen Adam*, 14(1), 41- 47.

- Aslan, N., & Cansever, B. A. (2012). Ergenlerin boş zaman değerlendirme algısı. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(42).
- Bahçecioğlu, E. H. (2024). Dijital Küratörlük Aracı ve Bir İlham Kaynağı Olarak Pinterest. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 639-688.
- Bahtiyar, M. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal karşılaştırma, sosyal medya tutumu ve beden imgesi ilişkisinin incelemesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 8(2), 23-38.
- Bales, R. F., & Parsons, T. (2014). *Family, socialization and interaction process*. Routledge. (Orijinal çalışma 1955 yılında yayımlanmıştır.)
- Barbato, C. A., Graham, E. E., & Perse, E. M. (2003). Communicating in the family: An examination of the relationship of family communication climate and interpersonal communication motives. *Journal of Family Communication*, 3(3), 123–143.
- Başaslan, Z. (2022). The place of social media in family communication. *European Journal of Social Sciences Studies*, 7(5), 125–134. <https://doi.org/10.46827/ejsss.v7i5.1278>
- Batı, U. (2010). Reklamcılıkta retorik bir unsur olarak kadın bedeni temsilleri. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 103-133.
- Bayer, A. (2013). Değişen toplumsal yapıda aile. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(8), 101–129.
- Bayraktutan, G. (2015). İletişim araştırmalarında internet çalışmaları. *İletişim araştırmalarında yöntemler: Uygulama ve örneklerle*. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., & Aydemir, A. (2012). Sosyal medyada 2011 genel seçimleri: Nicel–nitel arayüzey incelemesi. *Selçuk İletişim*, 7(3), 5-29.

- Bearden, W. O., Rose, R. L. (1990). Attention to social comparison information: An individual difference factor affecting consumer conformity. *Journal of Consumer Research*, 16(4), 461-471.
- Beck, K. (2016). Snapchat users are watching 10 billion videos a day. *Mashable*, April, 28, 2016.s
- Bilbil, E. K., & Toku, A. B. (2021). Sosyal medya kullanım alışkanlıklarının kişilerarası etkiye, tüketici duyarlılığı ve sosyal karşılaştırma ile ilişkisi. *Intermedia International E-Journal*, 8(14), 39–57.
- Birndorf, T. H., Ryan, S., Auinger, P., & Aten, M. (2005). Protective factors associated with high self-esteem among adolescents: A national study. *American Journal of Public Health*, 95(8), 1505–1510.
- Boyd, M. ve Ellison. B, (2007), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 1-11.
- Budak, B., Çelik, M., Gürel, Ş., Özcan, H., Subaşı, B., & Yıldız, M. (2013). Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi. *Journal of Mood Disorders*, 3(3), 107-113.
- Bulik, C.M., De Choudhury, M., Levinson, C. A., Teevan, J., Thornton, L., Walker, M. & Zerwas, S. (2015). Facebook use and disordered eating in college-aged women. *Journal of Adolescent Health*, 57(2), 157-163.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational behavior and human decision processes*, 102(1), 3-21.
- Büyükmumcu, S. B., & Ceyhan, A. A. (2019). Sosyal medya kullanıcılarının sosyal karşılaştırma eğilimlerinin incelenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 10(1), 273-302.
- Çağdaş, A. (2002). Anne-baba çocuk iletişimi. Nobel Yayın Dağıtım.

- Çakmak, V., & Baş, Ü. (2017). *Benlik sunum aracı olarak Instagram kullanımı: Öğrenciler üzerine nitel bir araştırma* [Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi].
- Çakmak, V., & Koçyiğit, M. (2017). Aksaray Sosyal Bilimler MYO örneği üzerinden aile içindeki iletişim kalıplarının incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 118-130.
- Caldwell, P. H., Go, H., & Richards, D. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Pediatrics and Child Health*, 51(12), 1152-1157.
- Chandler, D. (2012). Resilience and human security: *The post-interventionist paradigm*. *Security dialogue*, 43(3), 213-229.
- Cheng, C.; Wang, H.-Y.; Sigerson, L.; Chau, C.-L. Do the socially rich get richer? Anuanced perspective on social network site use and online social capital accrual. *Psychological Bulletin*, 145(8), 734.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 15(2), 117-121.
- Çiçeklioğlu, A. Ş., & Ünal, R. (2021). Haber Üretimi ve Dağıtımı Bağlamında Tiktok Uygulaması Ne Vaat Ediyor? *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 2021 (Özel Sayı: 2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, Süreklilikler ve Kesintiler: Kùltürler, Pazarlar ve Siyaset), 69-98.
- Çiftçi, H. (2018). Ergenlerin Benlik Saygısı Düzeylerinin Karşılaştırılması Meslek Yüksekokulu ve Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1648-1665.
- Çoban, A. (2020). *Sosyal Ağ Kullanımı Davranışlarının Beden İmgesi ve Depresyon İle İlişkisinin Sosyal Karşılaştırma Kuramı Bağlamında İncelenmesi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746.
- Crocker, J., Thompson, L. L., McGraw, K. M. and Ingerman, C. (1987). Downward comparison, prejudice, and evaluations of others: effects of self-esteem and threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(5), 907-916. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.5.907>
- Dacey, J. S., & Travers, J. F. (1996). *Human development* (3rd ed.). Benchmark Publishers.
- Demir, M., & Yıldız, İ. (2021). *Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması*. Bingöl Üniversitesi.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma.
- Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057.
- Dilber, F. (2019). Aile içi iletişimde sosyal medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 334-381.
- Dilmen, N. E., & Ögüt, S. (2010). Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları. *Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı* (ss. 237, 242).
- Doğan, U., & Tosun, N. İ. (2016). Lise öğrencilerinde problemlili akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 6(1), 135–151.

- Dwairy, M. (2006). *Counseling and Psychotherapy with Arabs and Muslims: A Culturally Sensitive Approach*. Columbia University New York and London: Teachers College Press.
- Egbert, N., Rosenberg, J. (2011). Online impression management: Personality trait and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer Mediated Communication*, 17(1),1-18.
- Elitaş, S. K. (2020). Sosyal medyanın toplumsal dönüştürücülüğü: Sosyal medya kullanan ergenlerin aile içi iletişim süreçlerine katılım düzeyleri üzerine nicel bir araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2266–2286. <https://doi.org/10.26466/opus.777748>
- Elkind, D. (1967). Egocentrism in adolescence. *Child Development*, 38(4), 1025-1034.
- Encyclopaedia Britannica. (2025, 13 Şubat). X. Britannica Money. <https://www.britannica.com/money/Twitter>
- Erden, S. ve Koca, E. (2014). *Aile içi sağlıklı iletişim* (3. Basım). İstanbul: Çamlıca Çocuk Yayınevi.
- Erdoğan, Ö. (2020). Aile üyelerinin aile iletişim kalıpları algıları arasındaki ilişki. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 53-74.
- Erdoğan, Ö., ve Anık, C. (2018). Aile iletişim kalıpları ölçeğinin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (29), 21-46.
- Erdoğan, İ. (2002). İletişimi anlamak. Erk Yayınları, Ankara.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Erikson, E. H. (1964). *Childhood and society*. W. W. Norton
- Erikson, E.H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*, New York: W.W. Norton and Company, Inc.

- Erol, V. (2022). Sosyal medyanın Türk aile yapısına etkisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1127-1139.
- Erözkan, A. (2004). Lise öğrencilerinin sosyal karşılaştırma ve depresyon düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 1-18.
- Eser, A. (2023). *Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Evirgen, N. (2010). *Aile içi örüntülerin çocukların algıları açısından incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fastoso, F., González-Jiménez, H., & Cometto, T. (2021). Mirror, mirror on my phone: Drivers and consequences of selfie editing. *Journal of Business Research*, 133, 365-375
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (4th ed.). Sage.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Fitzpatrick, M. A., & Ritchie, L. D. (1994). Communication schemata within the family: Multiple perspectives on family interaction. *Human Communication Research*, 20(3), 275-301. DOI: 10.1111/j.1468-2958.1994.tb00324.x
- Gecas, V. & Mortimer, J.T. (1987). Stability and change in the self-concept from adolescence to adulthood. In T. Honess & K. Yardley (Eds.) *Self and Identity* London: Routledge & Kegan Paul.
- George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference* (10th ed.). Pearson.
- Gilbert, D. T., Giesler, R. B., & Morris, K. A. (1995). When comparisons arise. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (2), 227-236.
- Gökdağ, R. (1999). Çocuk-aile iletişimde çıkan sorunların tanımlanması ve çözümlenmesinde aile tedavilerinin yeri, önemi ve aile tedavileri. *İletişim*

- Ortamlarında Çocuk– Birey Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (s. 43). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi.
- Gordon, T. (1997). *Aile iletişim dili* (E. Aksay, Çev.). Sistem Yayıncılık.
- Görgün- Baran, A. (2004). Türkiye’de aile içi iletişim ve ilişkiler üzerine bir model denemesi. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 1, 1-20.
- Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (3rd ed.). Routledge.
- Gülbahçe, A. (2007). *Mesleki olgunluk düzeyleri farklı olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ve benlik imgelerinin incelenmesi* (Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum).
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190.
- Haferkamp, N., Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.
- Hale, R. (2008). *Baumrind's parenting styles and their relationship to the parent developmental theory* [Doktora tezi, Pace University]. *ProQuest Dissertations Publishing*. <https://digitalcommons.pace.edu/dissertations/AAI3319535>
- Hazar, M. (2011) Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 3, 158 – 159.
- Humpyres, T. (2003). *Aile: Terk etmemiz gereken sevgili* (T. Anapa, Çev.). Epsilon Yayıncılık.
- İlhan, E. G. A. (2019). Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1130-1153.
- Ito, M., Horst, H. A., Bittanti, M., Herr Stephenson, B., Lange, P. G., Pascoe, C. J., & Robinson, L. (2009). *Living and learning with new media: Summary of findings from the digital youth project* (p. 128). The MIT Press.

- İyiler, Z. (2009). *Elektronik ticaret ve pazarlama ihracatta internet zamanı*: 1. Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.
- Jonides, J., Kross, E., Résibois, M., Verduyn, P., & Ybarra, O. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). *Family and human development across cultures: A view from the otherside*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010.). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68
- Kara, G. (2006). *Halkla ilişkiler fonksiyonunun aile içi iletişim olgusuna katkısı* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaaslan, N., Şentürk, D. E., Keskin, M. M., Bozyılan, K. S., & Bozkurt, D. (2024). Ortaokul öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi: akdeniz örneği. *İçel Dergisi*, 4(1), 1-10.
- Karasakal, N. K., & Aksu, B. (2014). Meslek yüksekokulu teknik ve sosyal program öğrencilerinin sosyal karşılaştırılması sonucu girişimci kişilik eğilimlerini ortaya koymaya yönelik bir alan araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 102-116.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi (14. baskı). Nobel Yayıncılık.
- Karataş Çelik, A. (2020). *Benlik Sunumu Bağlamında Sosyal Ağ Platformları: Instagram Örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Karavar, M. (2021). Sosyal medya reklamlarında ikna edici mesaj ve kaynak inanilirliği: mikro şöhretler üzerine bir araştırma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 127-139.
- Kaşdarma, E. (2016). *Facebook'taki sosyal karşılaştırma sürecinin ve bu süreçle ilişkili faktörlerin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

- Katz, J. E., & Aspden, P. (1997). A nation of strangers? *Communications of the ACM*, 40(12), 81-86.
- Kaya, Z., & Savaşlı, Y. (2020). Ergenlerin sosyal karşılaştırma ve duygusal öz-yeterlik düzeylerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(20), 71-100.
- Kırcaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of behavioral addictions*, 7(1), 158-170.
- Kırık, A. M. (2014). Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 337-347.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261.
- Kim, H. Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 38(1), 52-54. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- Kim, T.-K. (2014). T test as a parametric statistic. *Korean Journal of Anesthesiology*, 67(6), 540-546.
- Kırtış, K. A. ve Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268.
- Koç, M. (2004). *Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikleri*. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 231-238.
- Koerner, A. F., & Fitzpatrick, M. A. (1997). Family type and conflict: The impact of conversation orientation and conformity orientation on conflict in the family. *Communication Studies*, 48, 59-75.

- Koerner, A. F., & Fitzpatrick, M. A. (2002). Toward a theory of family communication. *Communication Theory*, 12(1), 70–91. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00260.x>
- Kraut, R., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., Scherlis, W., & Patterson, M. (1998). Social impact of the Internet: what does it mean? *Communications of the ACM*, 41(12), 21-22.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Lakens, D. (2013). Calculating and reporting effect sizes to facilitate cumulative science: A practical primer for t-tests and ANOVAs. *Frontiers in Psychology*, 4, 863.
- Lazar, J. (2001). *İletişim bilimi*. '(C. Anık, Çev.)' Vadi Yayınları, Ankara.
- Liebert, E. (2011). *Facebook Masalları*, (N. Güler, Çev.) Derin Kitap.
- Lin, S., Yuan, Z., Niu, G., Fan, C., & Hao, X. (2024). Family matters more than friends on problematic social media use among adolescents: mediating roles of resilience and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 22(5), 2907-2925.
- Manavcıoğlu, K. (Eylül, 2009). İnternette Kullanıcıların oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya örnekleri. *Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu*, Elazığ.
- McLeod, J. M. ve Chaffee, S. H. (1972). The construction of social reality. J. Tedeschi (Ed.), *The social influence process* (pp. 50–59). Chicago, IL: Aldine-Atherton.
- McLeod, J. M., & Chaffee, S. R. (2017). The construction of social reality. In J. T. Tedeschi (Ed.), *The social influence processes* (pp. 50–99). Routledge.
- Mickelson, K. D. (1997). Seeking social support: Parents in electronic supportgroups. In S. Kiesler, S. Kiesler (Eds.), *Culture of the Internet* (pp.157-178). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Warrender, D., & Milne, R. (2020). Social media, social comparison and mental health. *Nursing Times*, 116(3).
- Minuchin, S. (1974). *Families and family therapy*. Harvard University Press.
- Mora, N. (2013). Gençlerde medya bağımlılığı. *İletişim ve Diplomasi*, (2), 19–29.
- Mussweiler, T. (2003). Comparison processes in social judgment: mechanisms and consequences. *Psychological review*, 110(3), 472.
- Mussweiler, T., & Strack, F. (2000). Consequences of social comparison: Selective accessibility, assimilation, and contrast. In J. Suls & L. Wheeler (Eds.), *Handbook of social comparison: Theory and research* (pp. 253–270). Springer US.
- Noller, P., & Fitzpatrick, M. A. (1993). *Communication in family relationships*. Prentice Hall.
- O’Keeffe, G. S. (2011). Clinical report: The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- Oktan, V., & Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 543-555.
- Ortaokul öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki
- Özgüroğlu, M. (1991). Adolesan döneminde benlik imajı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 2(2) 75-76.
- Özkan Gültekin, S., Ada, Ş., & Gönenç, H. (2024). Sosyal medyanın öğrencilerin aile iletişimi ve sosyal yaşantısı üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi ve analizi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 10(6), 822–831.
- Özmen, R. (2023). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile okul başarısı ve akran ilişkileri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Topkapı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

- Öztürk, E., Şener, G., & Süher, H. K. (2016). Sosyal medya çağında ürün yerleştirme: Instagram ve instabloggerlar üzerine bir içerik analizi. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 355-386.
- Öztürk, E., Şener, G., & Süher, H. K. (2016). Sosyal medya çağında ürün yerleştirme: Instagram ve instabloggerlar üzerine bir içerik analizi. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 355-386.
- Öztürk, M. F., Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Özyürek, A. (2004). *Kırsal bölge ve şehir merkezinde yaşayan 5-6 yaş grubu çocuğa sahip anne-babaların çocuk yetiştirme tutumlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Papageorgiou, A., Fisher, C., & Cross, D. (2022). “Why don’t I look like her?” How adolescent girls view social media and its connection to body image. *BMC Women's Health*, 22, 261.
- Parlaz, E. A., Tekgül, N., Karademirci, E., & Öngel, K. (2012). Ergenlik dönemi: Fiziksel büyüme, psikolojik ve sosyal gelişim süreci. *The Journal of Turkish Family Physician*, 3(2), 10-16.
- Procentese, F., Gatti, F., & Di Napoli, I. (2019). Families and social media use: The role of parents’ perceptions about social media impact on family systems in the relationship between family collective efficacy and open communication. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 5006.
- Putri, A. A. H., & Khairunnisa, H. (2019, March). The Relationship Of Family Function And Social Media Addiction Among Adolescents. *In 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)* (pp. 127-130). Atlantis Press.

- Reid Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., ... and Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5).
- Ritchie, L. D., & Fitzpatrick, M. A. (1990). Family communication patterns: Measuring interpersonal perceptions of interpersonal relationships. *Communication Research*, 17, 523–544. DOI: 10.1177/009365090017004007
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Şahin, N. H., Durak, A. & Şahin, N. (1993). *Sosyal karşılaştırma ölçeği: Bilişsel-davranışçı terapilerde değerlendirme*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği.
- Şahin, S., ve Aral, N. (2012). Aile içi iletişim. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(3), 55-66.
- Sajithra, K., & Patil, R. (2013). Social media–history and components. *Journal of Business and Management*, 7(1), 69-74.
- Santrock, J. W. (2015). *Life-span development* (p. 350-386). New York: McGraw-Hill.
- Sanders C, Field T, Diego M and Kaplan M (2000) The Relationship of Internet Use to Depression and Social Isolation Among Adolescents. *Adolescence*, 35, 237–242.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008). Internet addiction: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 22(5), 353–365. <https://doi.org/10.2165/00023210-200822050-00001>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, 58, 89-97.
- Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. *Handbook of social comparison: Theory and research*, (pp. 173-200).
- Söner, O., ve Yılmaz, O. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-73.

- Stapel, D. A., & Blanton, H. (2004). From seeing to being: Subliminal social comparisons affect implicit and explicit self-evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(4), 468-481.
- Sue, D. W., Ivey, A. E., & Pedersen, P. B. (1996). *A Theory of Multicultural Counseling & Therapy*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Swallow, S. R., & Kuiper, N. A. (1988). Social comparison and negative self-evaluations: An application to depression. *Clinical Psychology Review*, 8(1), 55–76.
[https://doi.org/10.1016/0272-7358\(88\)90050-X](https://doi.org/10.1016/0272-7358(88)90050-X)
- Tartari, E. (2015). Benefits and risks of children and adolescents using social media. *European Scientific Journal*, 11(13).
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
- Teközel, M. (2000). *Sosyal karşılaştırma süreçlerinde benliğin olumlu değerlendirilmesi ihtiyacının incelenmesi* (Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, İzmir).
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 21, pp. 181–227). Academic Press.
- Tezcan, M., (1985). *Eğitim sosyolojisi* (4. Baskı). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Tsai, C. C., Yang, Y. K., & Cheng, C. H. (2014). The effect of social comparison with peers on self-evaluation. *Psychological Reports*, 115(2), 526–536.
<https://doi.org/10.2466/07.PR0.115c22z4>
- Tian, J., Li, B., & Zhang, R. (2025). The impact of upward social comparison on social media on appearance anxiety: A moderated mediation model. *Behavioral Sciences*, 15(1), 8.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289–1319.

- Ulusoy, A., ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *International Journal of Social Science*, 28, 559–572.
- Üstündağ, A. (2022). Ergenlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal destek algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(42), 169-190.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & behavior*, 9(5), 584-590.
- Verduyn, P.; Ybarra, O.; Résibois, M.; Jonides, J.; Kross, E. (2017) Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues Policy Review*, 11, 274–302.
- Villegas, A. (2013, October 17). The influence of technology on family dynamics. *Proceedings of the New York State Communication Association*, 2012(1), Article 10.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245-271. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.90.2.245>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological bulletin*, 106(2), 231.
- Woolfolk, A. (2001). *Educational psychology* (8th ed.). Allyn & Bacon.
- Xiao, J., Yue, Z., Zhang, R. (2022). Passive social media use and psychological well-being during the COVID-19 pandemic: The role of social comparison and emotion regulation. *Computers in Human Behavior*, 127, 1-78. 107050.
- Yapıcı, A. (2010). Türk toplumunda aile ve eğitim ilişkisi. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish of Turkic*, 5(4), 1545.

- Yazgan İnanç, B., Kılıç Atıcı, M., & Bilgin, M. (2024). *Gelişim psikolojisi I: Bebeklik, çocukluk ve ergenlik (18. baskı)*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yıldırım, A. (2024). *Sosyal medya kullanımının ergenlerin beden imajı algısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi).
- Yıldız, H. (2004). Evlilik ve çocuk. In H. Yavuzer (Ed.), *Evlilik okulu*. Remzi Kitabevi.
- Yüksel, G. (2015). *Yaşam boyu gelişim psikolojisi* (ss.248-406), Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zell, E., & Alicke, M. D. (2010). The local dominance effect in self-evaluation: Evidence and explanations. *Personality and Social Psychology Review*, 14(4), 368-384.
- Ziyadin, S., Doszhan, R., Borodin, A., Omarova, A., & Ilyas, A. (2019). The role of social media marketing in consumer behaviour. *E3S Web of Conferences*, 135, 04022. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504022>
- Zorbaz, O. (2013). *Lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

EKLER

Ek-A: BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, İstanbul Beykoz Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencisi Aras Aynaz tarafından, Prof. Dr. Zeynep Hamamcı danışmanlığında 14-18 yaş aralığındaki katılımcılarla yürütülmektedir. Araştırmanın amacı, ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkide aile iletişiminin aracı etkisini incelemektir. Araştırma sorularını cevaplamak yaklaşık 10 dakika sürecektir.

Katılım gönüllülük esasına bağlıdır ve istediğiniz zaman araştırmadan ayrılma hakkınız bulunmaktadır. Cevaplarınız anonim olarak toplanacak, şifre korumalı bilgisayarda saklanacak, üçüncü kişiler ile paylaşılmayacak ve yüksek lisans araştırması amacıyla kullanılacaktır. Bu araştırma ile ilgili daha fazla bilgi almak isterseniz aşağıdaki mail adresine ulaşabilirsiniz.

Bilimsel araştırmaya ayırdığınız vakit ve sağladığınız katkı için teşekkür ederim.

Yukarıda belirtilen araştırma amaçları ve katılım koşulları hakkında gerekli bilgileri okudum, anladım.

Okudum, onaylıyorum.

Ek-B: SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

Aşağıdaki bilgileri sizin için uygun olan seçeneklere göre işaretleyiniz.

Soru	Yanıt
Yaşınız nedir?	14-15-16-17-18
Eğitim düzeyiniz nedir?	10. Sınıf, 9.Sınıf, 10. Sınıf, 11. Sınıf, 12. Sınıf, Liseden Mezun, Üniversite (Hazırlık Sınıfı), Üniversite 1

Cinsiyetiniz nedir?	Kadın / Erkek
Annenizin eğitim düzeyi nedir?	İlköğretim, Ortaöğretim, Lise, Lisans, Lisansüstü ve diğer.
Babanızın eğitim düzeyi nedir?	İlköğretim, Ortaöğretim, Lise, Lisans, Lisansüstü ve diğer.
Gelir düzeyiniz nedir?	Düşük, Orta, Yüksek.
Sosyal medya platformlarını kullanıyor musunuz?	Evet- Hayır
Hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz?	Instagram, Whatsapp, Snapchat, Tiktok, Youtube, X (Twitter), Google, Pinterest, Facebook.
Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz?	1 yıldan az, 1-2 yıl, 3-4 yıl, 4 yıldan fazla.
Ne sıklıkla sosyal medya kullanıyorsunuz?	5 dakikada bir, 15 dakikada bir, yarım saatte bir, 1 saatte bir, 2 saatte bir, İki saatten daha fazla sürede bir.
Sosyal medyadaki fotoğraf paylaşımlarınızda filtre ya da photoshop uyguluyor musunuz?	Evet / Hayır
Sosyal medyada bir günde ne kadar zaman geçiriyorsunuz?	0-1 saat, 1-3 saat, 3-6 saat, 6 ve üstü.
Sosyal medya kullanım tarzınız hangisidir?	Aktif: Paylaşımда bulunmak, beğeni ve yorum yapmak. Pasif: Paylaşımда ve etkileşimde bulunmadan diğerlerinin paylaşımlarını izlemek takip etmek.
Fiziksel görünüşünüzü nasıl değerlendirirsiniz?	Hiç beğenmiyorum, Beğeniyorum, Kararsızım, Beğeniyorum, Çok beğeniyorum.

Ek-C: SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ÖLÇEĞİ (SKÖ)

Lütfen aşağıdaki sıfatları dikkatli bir şekilde okuyarak, sizi en iyi yansıtan rakamın kutucuğunu işaretleyiniz.

1 üstteki boyuta en yakın olmayı ifade eder (Bilgisayar kullanımında sola en yakın olmayı ifade eder).

6 sağdaki boyuta en yakın olmayı ifade eder (Bilgisayar kullanımında en sağa yakın olmayı ifade eder).

Yetersiz	1	2	3	4	5	6	Yeterli/ Üstün
Beceriksiz	1	2	3	4	5	6	Becerikli
Başarısız	1	2	3	4	5	6	Başarılı
Sevilmeyen biri	1	2	3	4	5	6	Sevilen biri
İçe dönük	1	2	3	4	5	6	Dışa dönük
Yalnız	1	2	3	4	5	6	Yalnız değil
Dışta bırakılmış	1	2	3	4	5	6	Kabul edilmiş
Sabırsız	1	2	3	4	5	6	Sabırlı
Hoşgörüsüz	1	2	3	4	5	6	Hoşgörülü
Söyleneni yapan	1	2	3	4	5	6	İnisiyatif Sahibi
Korkak	1	2	3	4	5	6	Cesur

Kendine güvensiz	1	2	3	4	5	6	Kendine güvenli
Çekingen	1	2	3	4	5	6	Atılgan
Dağınık	1	2	3	4	5	6	Düzenli
Pasif	1	2	3	4	5	6	Aktif
Kararsız	1	2	3	4	5	6	Kararlı
Antipatik	1	2	3	4	5	6	Sempatik
Boyun eğici	1	2	3	4	5	6	Hakkını arayıcı

Ek-D: AİLE İLETİŞİM KALIPLARI ÖLÇEĞİ

Lütfen, aşağıdaki ifadeleri dikkatlice okuyun ve hislerinize en yakın olan cevabı işaretleyin. Bu ifadeleri yanıtlarken, doğru veya yanlış cevaplar olmadığını ve cevaplarınızın kişiden kişiye değişebileceğini unutmayınız.

1-----2-----3-----4-----5

Kesinlikle katılmıyorum

Kesinlikle katılıyorum

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Siyaset ve din gibi bazı kimselerin görüş ayrılığına düştüğü konular hakkında ailemiz içinde sıklıkla konuşurduk.					
Ebeveynlerim sık sık ‘aile kararlarında aile üyelerinin her birinin söz sahibi olması gerektiğini söylerlerdi.					
Ailem bir konu hakkında konuşurken ebeveynlerim sık sık benim fikrimi sorardı.					
Ebeveynlerim onların düşüncelerine ve inançlarına meydan okumamı teşvik ederlerdi.					
Ebeveynlerim sık sık ‘Her zaman bir meselenin her iki tarafına da bakmam gerektiğini söylerlerdi.					
Ben genellikle ebeveynlerime olaylar hakkında ne düşündüğümü söylerdim.					
Hemen hemen her şeyi ebeveynlerime anlatabilirdim.					
Ailemizde sıklıkla duygularımız ve hislerimiz hakkında konuşurduk.					
Ebeveynlerimle sık sık önemli olmayan konularda uzun ve rahat sohbetler ederdik.					
Aynı görüşte olmadığımız zaman bile, ebeveynlerimle konuşmaktan gerçekten keyif alırdım.					
Benimle aynı görüşte olmadıkları zaman bile, ebeveynlerim fikirlerimi dinlemekten hoşlanırdı.					

Ebeveynlerim, duygularımı ifade etmem için beni teşvik ederdi.					
Ebeveynlerim, kendi duyguları konusunda çok açık olma eğilimindeydi.					
Gün boyunca yaptığımız şeyler hakkında ailecek sıklıkla konuşurduk.					
Ailemizde, gelecek planlarımız ve umutlarımız hakkında sıklıkla konuşurduk.					
Ebeveynlerim sık sık, ‘Büyüdüğün zaman daha iyi anlayacaksın’ gibi şeyler söylerdi.					
Ebeveynlerim sık sık, ‘Benim fikirlerim doğru, onları sorgulamamalısn’ gibi şeyler söylerdi.					
Ebeveynlerim genellikle ‘Bir çocuk yetişkinler ile tartışmamalıdır’ gibi şeyler söylerlerdi.					
Ebeveynlerim sık sık ‘Hakkında hiç konuşulmaması gereken şeyler vardır’ gibi şeyler söylerdi.					
Ebeveynlerim sık sık ‘İnsanları kızdırmaktansa tartışmalarda yenilgiyi kabullenmelisin’ gibi bir şey söylerdi.					
Gerçekten önemli bir konu olduğunda, ebeveynlerim sorgulamadan itaat etmemi beklerdi.					
Evimizde, son sözü genellikle ebeveynlerim söylerdi.					
Ebeveynlerim, patron olmanın önemli olduğunu düşünürdü.					

Eğer görüşlerim ebeveynlerimin görüşünden farklı ise bazen kızarlardı.					
Ebeveynlerim bir şeyi onaylamamışlarsa, o konu hakkında bir şey duymak istemezlerdi.					
Evde olduğum sürece, benden ailemin kurallarına itaat etmem beklenirdi.					

Ek-E: SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ

Her ifadede yer alan durumun sizin için ne kadar uygun olduğunu yanda belirtilen derecellemeli ölçek üzerinde kutucuğu işaretlemeniz istenmektedir.

1-----2-----3-----4-----5

Bana hiç uygun değil

Bana tamamen uygun

	1	2	3	4	5
Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissedirim.					
Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					
Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.					
Sosyal medya ve internet kullanırken her işimi yapabilirim.					
Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka, alışveriş vb. sosyal medya üzerinden yapabilirim.					

Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.					
Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.					



Ek- F: SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ÖLÇEĞİ (SKÖ) KULLANIM İZNİ



Aysegul.Durak.Batigun

Alıcı: ben ▼

20 Kas 2024 Çar 20:00

Sayın Aynaz,

Söz konusu ölçeği bilimsel çalışmalarınızda kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar...

Prof. Dr. Ayşegül Durak Batıgün

Ek-G: AİLE İLETİŞİM KALIPLARI ÖLÇEĞİ (AİKÖ) KULLANIM İZNİ

ÖMER ERDOĞAN

Alıcı: ben ▼

20 Kas 2024 Çar 08:47

Aras selam Aile İletişim Kalıpları Ölçeğini araştırmada kullanabilirsin. Başarılar dilerim

Doç. Dr. Ömer Erdoğan

Kastamonu Üniversitesi

İTBF Psikoloji Bölümü

Ek-H: SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖLÇEĞİ (SMKÖ) KULLANIM İZNİ



LEVENT DENİZ

Alıcı: ben ▼

24 Kas 2024 Paz 23:08



Sn. Aras AYNANZ,

Tarafımızca geliştirilen Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'ni yapmayı planladığınız çalışmanızda kullanabilirsiniz.

Çalışmanızda başarılar dilerim.

Prof. Dr. Levent DENİZ

M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi

Eğitim Bilimleri Bölümü

Eğitim Programları ve Öğretim Ana Bilim Dalı

Ek-I: ETİK KURUL ONAY FORMU



T.C.
BEYKOZ ÜNİVERSİTESİ
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Sekreterliği

Sayı : E-45152895-299-2400022878
Konu : Etik Kurul Sonuç Bildirme Yazısı -
Prof. Dr. Zeynep Hamamcı

30.12.2024

İlgili Makama

Aşağıda künyesi verilen bilimsel araştırma çalışması / bilimsel yayın için Beykoz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na yapılan 20.12.2024 tarihli başvurunun değerlendirilmesi sonucunda Kurul'un 26.12.2024 tarih ve 16 sayılı toplantısında alınan 4 nolu kararı ile OLURLU görüş oluşturulmuş bulunmaktadır.

İşbu yazı Etik Kurul başvurusunu yapan öğretim elemanının talebi üzerine düzenlenmiştir.

Saygılarımla

Prof. Dr. Selahattin KURU
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanı

Etik Kurul Başvurusu Yapılan Çalışmanın Künyesi

Çalışmanın başlığı	Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Karşılaştırma Arasındaki İlişkide Aile İletişiminin Aracı Etkisi
Çalışmanın türü	Yüksek Lisans Tez Çalışması
Çalışmanın yapıldığı kurum / kuruluş	Beykoz Üniversitesi
Başvuruyu yapan öğretim elemanının unvanı adı soyadı	Prof. Dr. Zeynep Hamamcı

Doğrulama Kodu: 63E020F

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Adresi: <https://ebys.beykoz.edu.tr/BelgeDogrulama>

Orhan Veli Kanık Caddesi No: 114, 34810 Kavacık Beykoz İstanbul
Tel: +90 216 9122252 Faks: +90 216 4139520
E-Posta: bilgi@beykoz.edu.tr Elektronik Ağ: www.beykoz.edu.tr
Kep Adresi: beykozedu@hs01.kep.tr

Bilgi: YAREN PAKİZE KEÇECİ
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
Sekreterliği



ÖZGEÇMİŞ

Aras AYNAZ

Araştırmacı, lise öğrenimini İstanbul Nişantaşı Birey Lisesi’ nde tamamladı. Lisans eğitiminine 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Beykoz Üniversitesi Psikoloji Bölümü’ nde başlamış ve 2021-2022 eğitim-öğretim yılında onur öğrencisi olarak mezun olmuştur. 2021-2022 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde klinik gözlem deneyimi kazanmak amacı ile Prof. Dr. Mansur Beyazyürek’ in süpervizörlüğünde stajını tamamlamıştır. 2020-2021 ve 2021-2022 akademik yıllarında Psikoloji Kulübü Başkanlık görevini yürüterek psikoloji alanındaki uzmanların üniversitemizde seminer vermesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Şu anda Beykoz Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı’ na devam etmekte olup süpervizyon kapsamında yetişkin ve ergen bireylerle psikoterapi çalışmalarını sürdürmektedir.