



T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SPOR YAPAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL
ZEKÂ VE HEDEF BAĞLILIĞI DÜZEYLERİNİN, SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ?**

KADER ÖZKUL

DANIŞMAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ MURAT ÇELEBİ

BARTIN-2022



T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

**SPOR YAPAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL ZEKÂ VE HEDEF
BAĞLILIĞI DÜZEYLERİNİN, SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ İLE
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ?**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kader ÖZKUL

BARTIN-2022

BEYANNAME

Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre Dr.Öğr. Üyesi Murat ÇELEBİ danışmanlığında hazırlamış olduğum “Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ ve Hedef Bağlılığı Düzeylerinin, Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi ile Arasındaki İlişkinin İncelenmesi?” başlıklı Yüksek Lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

08.09.2022

Kader ÖZKUL

ÖNSÖZ

Modern dünyanın bize getirdiği teknoloji amaçlarımız ve hedeflerimiz doğrultusunda katkılar sağlamaktadır. Teknolojinin getirmiş olduğu imkânların yanı sıra beraberinde topluma olumsuz etkiler sunacak durumları da getirmiştir. Bu bağlamda özellikle teknoloji ile hayatımıza giren sosyal medya mecraları toplumu etkilemektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanımı bireylerin hedefleri doğrultusunda hareket etmelerini etkilemektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve hedef bağlılıklarının sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Aynı zamanda çalışmanın literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

08/09/2022
Kader ÖZKUL

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

SPOR YAPAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL ZEKÂ VE HEDEF BAĞLILIĞI DÜZEYLERİNİN, SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ?

Kader ÖZKUL

**Bartın Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı**

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Murat ÇELEBİ

Bartın-2022, sayfa: “xvi+89”

Bu çalışmanın amacı spor yapan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve hedef bağlılığı düzeylerinin sosyal medya bağıllık düzeyi ile arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu araştırmada nicel araştırma modellerinden “tarama araştırması” kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme seçim yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın çalışma evrenini, 2020-2021 sezonunda Bartın, Trabzon, Ankara, İstanbul, Bolu, Eskişehir, illerinden kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenen 509 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan 6 sorudan oluşan “Kişisel Bilgi Formu”, Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden ve Dornheim (1998) tarafından geliştirilen ve Austin, Saklofske, Huang ve McKenney tarafından 2004 yılında 41 madde olarak yeniden düzenlenen ve Tatar ve diğerleri(2017) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan “Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği (SDZÖ), Hollenbeck, Williams ve Klein(1989) tarafından 9 madde şeklinde geliştirilen, Klein, Wesson, Hollenbeck ve Wright(2001) tarafından 5 madde şeklinde yeniden düzenlenen ve Şenel ve Yıldız(2016) tarafından

Türkçe uyarlaması yapılan “Hedef Bağlılığı Ölçeği(HBÖ)” ve Günüş(2009) tarafından geliştirilen ve geçerlik-güvenirlik çalışması yapılan “İnternet Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır. Veri toplama süreci; üç ölçek ve eklenen kişisel bilgi formu ile birlikte oluşturulan anket soru formu ‘Google’ye yüklenerek katılımcılara internet ortamında gönderilmiş ve geri gelen veriler ‘Google Drive’da veri havuzuna otomatik olarak düşmüştür. Veriler SPSS 22.00 paket programıyla frekans, yüzde istatistiksel analiz olarak t-testi, Anova ve Regresyon testleri yapılarak analiz edilmiştir.

Verilerden elde edilen bulgularla yapılan analizlerde, cinsiyet değişkenine göre SDZÖ alt boyut ve toplam boyutlarında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu bağlamda; “iyimserlik” ve “duyguların kullanımı” alt boyutlarında kadınlar lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($P<0,05$). Yaş değişkenine göre HBÖ toplam boyutunda anlamlı farklılık vardır. Spor yapma değişkenine göre HBÖ toplam boyutunda anlamlı farklılık vardır. SMBÖ ile spor yapma değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır. Gelir düzeyi değişkeni ile SDZÖ arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. SMBÖ ile gelir değişkeni arasında ise 1500 TL ve altı seçeneği ile 1501-3500 TL seçeneği arasında 1500 TL ve altı lehine anlamlı farklılık vardır. Sınıf Düzeyi değişkeni ile SDZÖ arasında “duyguların değerlendirilmesi” alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre 2. sınıf ile 9. sınıf arasında 2 sınıf lehine anlamlı farklılık vardır. Anne eğitim düzeyi değişkeni ile HBÖ arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu bağlamda ilkökul ve ortaokul ile üniversite tercihleri arasında ilkökul ve ortaokul seçeneği lehine anlamlı farklılık vardır. Baba eğitim düzeyi değişkeni ile SMBÖ arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre üniversite ve ortaokul seçenekleri arasında üniversite seçeneği lehine anlamlı farklılık vardır. Yaş değişkeni ANOVA analizine göre; yaş değişkeni ile HBÖ arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, 24-26 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasında 24-26 yaş grubu lehine anlamlı farklılık vardır. Sporculuk yılı değişkenine göre SDZÖ alt boyutlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu bağlamda; “duyguların kullanımı” alt boyutunda 1-3 yıl ile 7-9 yıl arasında 1-3 yıl lehine anlamlı farklılık vardır. SDZÖ’nin SMB ile yordanmasına ilişkin regresyon analizinde sosyal medya bağımlılığı spor yapan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan yordayıcısıdır ($R= ,410$, $R^2 = ,168$, $F(1,388) = 78.241$ $p<0,01$). HBÖ’nin SMB ile yordanmasına ilişkin regresyon analizinde sosyal medya bağımlılığı spor yapan üniversite öğrencilerinin hedef bağlılığı düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan yordayıcısıdır ($R= ,420$, $R^2= ,176$, $F(1,388) = 82,988$ $p<0,01$). Çalışmanın sonucunda hedef bağlılığı ve duygusal zekânın

sosyal medya bağımlılığı ile negatif ilişki içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda; duygusal zekâ ve hedef bağımlılık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Hedef Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Üniversite Öğrencileri.



ABSTRACT

M. Sc. Thesis

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND GOAL COMMITMENT LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS WHO DO SPORTS AND THE LEVEL OF SOCIAL MEDIA ADDICTION?

Kader ÖZKUL

Bartın University

Graduate School

Department of Physical Education and Sports

Thesis Advisor: Assist. Prof. Dr. Murat ÇELEBİ

Bartın-2022, pp: “xvi+89”

The aim of this study is to examine the relationship between the emotional intelligence and goal commitment levels of university students who do sports and the level of social media commitment. In this study, "screening research", one of the quantitative research models, was used. The universe of the research consists of university students. Since it was not possible to reach the entire population, the sampling selection method was used. In this context, the study population of the research consists of 509 university students determined according to the convenience sampling method from the provinces of Bartın, Trabzon, Ankara, Istanbul, Bolu, Eskişehir, in the 2020-2021 season.

The "Personal Information Form", consisting of 6 questions prepared by the researcher as a data collection tool, was developed by Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden, and Dornheim (1998) and rearranged as 41 items in 2004 by Austin, Saklofske, Huang, and McKenney. “Schutte Emotional Intelligence Scale (SDIS)”, adapted into Turkish by Tatar et al. (2017), was developed as 9 items by Hollenbeck, Williams, and Klein (1989) and revised as 5 items by Klein, Wesson, Hollenbeck, and Wright (2001) and Şenel and

Yıldız (2016) adapted into Turkish, and the “Internet Addiction Scale” developed by Günç (2009) for which validity-reliability studies were conducted. Data collection process; The survey questionnaire, which was created with three scales and the added personal information form, was uploaded to 'Google' and sent to the participants on the internet, and the returned data was automatically dropped into the data pool on 'Google Drive'. The data were analyzed using the SPSS 22.00 package program by performing frequency, percentage statistical analysis, t-test, Anova and Regression tests.

In the analyzes made with the findings obtained from the data, a significant relationship was found in the ESDI sub-dimension and total dimensions according to the gender variable. In this context; A significant correlation was found in favor of women in the sub-dimensions of “optimism” and “use of emotions” ($P < 0.05$). There is a significant difference in the total dimension of LLL according to the age variable. There is a significant difference in the total dimension of LLL according to the variable of doing sports. There is a significant difference between the SMDS and the variable of doing sports. A significant difference was found between the income level variable and SCI. There is a significant difference in favor of 1500 TL and less between the 1500 TL and below option and the 1501-3500 TL option between the SMDS and the income variable. A significant difference was found between the Grade Level variable and the ESRS in the "evaluation of emotions" sub-dimension. Accordingly, there is a significant difference in favor of 2 classes between the 2nd and 9th grades. A significant difference was found between the maternal education level variable and LLL. In this context, there is a significant difference between primary and secondary school and university preferences in favor of primary and secondary school options. A significant difference was found between the father's education level variable and SMDS. Accordingly, there is a significant difference between university and secondary school options in favor of the university option. According to the age variable ANOVA analysis; A significant difference was found between the age variable and LLL. Accordingly, there is a significant difference between the 24-26 age group and the other age groups in favor of the 24-26 age group. A significant difference was found in the sub-dimensions of ESDI according to the variable of years of sportsmanship. In this context; In the "use of emotions" sub-dimension, there is a significant difference between 1-3 years and 7-9 years in favor of 1-3 years. Social media addiction is a negative and statistically predictor of university students' emotional intelligence levels in the regression analysis regarding the prediction of SCI with SMD

(($R = .410$, $R^2 = .168$, $F(1,388) = 78.241$ $p < 0.01$). LLL' In the regression analysis of predicting SMB with SMB, social media addiction is a negative and statistically predictor of university students' level of goal commitment (($R = .420$, $R^2 = .176$, $F(1,388) = 82.988$ $p < 0.01$). As a result of the study, it was determined that goal commitment and emotional intelligence were negatively related to social media addiction. In this context; As the level of emotional intelligence and target addiction increases, the level of social media addiction decreases.

Keywords: Emotional Intelligence, Goal Commitment, Social Media Addiction, University Students.



İÇİNDEKİLER

BEYANNAME	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xiii
EKLER DİZİNİ	xv
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xvi
1. GİRİŞ.....	1
2. GENEL BİLGİLER	4
2.1. Zekâ.....	4
2.2. Zekâ Modelleri.....	5
2.2.1. Sosyal Zekâ Modeli	5
2.2.2. Çoklu Zekâ Modeli	6
2.3. Duygu	6
2.4. Duygusal Zekâ.....	7
2.5. Duygusal Zekâ Modelleri	8
2.5.1. Mayer ve Salovey Duygusal Zekâ Modeli.....	9
2.5.2. Bar-On Duygusal Zekâ Modeli.....	9
2.5.3. Cooper ve Sawaf Duygusal Zekâ Modeli	10
2.5.4. Goleman Duygusal Zekâ Modeli	11
2.6. Hedef	12
2.7. Hedef Belirleme.....	13
2.8. Hedef Belirleme Özellikleri.....	14
2.9. Hedef Bağlılığı.....	14
2.10. İnternet Kavramı.....	16
2.11. Sosyal Medya Kavramı.....	17
2.12. Bağımlılık	18

2.13.	Sosyal Medya Bağımlılığı	19
3.	YÖNTEM.....	23
3.1.	Araştırmanın Modeli	23
3.2.	Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	23
3.3.	Araştırmanın Veri Toplama Araçları.....	24
3.3.1.	Kişisel Bilgi Formu	24
3.3.2.	Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği (SDZÖ)	24
3.3.3.	Hedef Bağlılığı Ölçeği (HBÖ).....	25
3.3.4.	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ).....	25
3.4.	Araştırmada Verilerin Analizi.....	26
4.	BULGULAR	27
5.	TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	51
5.1.	Tartışma.....	51
5.2.	Sonuç.....	68
5.3.	Öneriler.....	70
	KAYNAKLAR.....	71
	EKLER	86
	EK 1: Kişisel Bilgi Formu	86
	EK 2: Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği.....	87
	EK 3: Hedef Bağlılığı Ölçeği.....	88
	EK 4: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	89

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo	Sayfa
No	No
Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistik.....	27
Tablo 4.2: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Boyutlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları	28
Tablo 4.3: HBÖ Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları	29
Tablo 4.4: SMBÖ Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları	29
Tablo 4.5: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Yaş DeğişkenineGöre T-Testi Sonuçları	29
Tablo 4.6: HBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları	30
Tablo 4.7: SMBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları	30
Tablo 4.8: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları.....	31
Tablo 4.9: HBÖ Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları	31
Tablo 4.10: SMBÖ Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları	32
Tablo 4.11: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları	32
Tablo 4.12: HBÖ Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları	33
Tablo 4.13: SMBÖ Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları	34
Tablo 4.14: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları.....	34
Tablo 4.15: HBÖ Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları.....	36
Tablo 4.16: SMBÖ Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları	36
Tablo 4.17: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları	36
Tablo 4.18: HBÖ Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları.....	38
Tablo 4.19: SMBÖ Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları.....	38
Tablo 4.20: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları.....	39

Tablo 4.21: HBÖ Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları	40
Tablo 4.22: SMBÖ Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları	40
Tablo 4.23: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları	41
Tablo 4.24: HBÖ Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları	42
Tablo 4.25: SMBÖ Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları	43
Tablo 4.26: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları	43
Tablo 4.27: HBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları	44
Tablo 4.28: SMBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları	45
Tablo 4.29: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları	45
Tablo 4.30: HBÖ Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları	47
Tablo 4.31: SMBÖ Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları	47
Tablo 4.32: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T- Testi Sonuçları	48
Tablo 4.33: HBÖ Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T-Testi Sonuçları	48
Tablo 4.34: SMBÖ Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T-Testi Sonuçları	49
Tablo 4.35: Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi	49
Tablo 4.36: Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Hedef Bağlılık Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi	50

EKLER DİZİNİ

Ek	Sayfa
No	No
EK 1. Kişisel Bilgi Formu.....	86
EK 2. Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği	8687
EK 3. Hedef Bağlılığı Ölçeği	88
EK 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	89



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

HBÖ	: Hedef Bağımlılığı Ölçeği
IQ	: Intelligence Quotient
RPD	: Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık
SDZÖ	: Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği
SMB	: Sosyal Medya Bağımlılığı
SMBÖ	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
TDK	: Türk Dil Kurumu

1. GİRİŞ

Sosyal medyanın devamlı gelişmesi, sanal paylaşımlara olanak sağlaması ve daha geniş kitlelere ulaşabilmesi, kişilerin birbirleriyle olan iletişimde sosyal medyayı tercih etmesini sağlamıştır. Sosyal medya sayesinde kişiler yeni fikirler ortaya koyabilmekte, kendi düşüncelerini yazabilmekte ve bu düşünceleri sosyal medya üzerinden tartışabilmektedirler. Kişiler sosyal medya üzerinden paylaşmış oldukları fotoğraf ve videolarla ikili ilişkilerde ve karşılıklı etkileşimlerde bulunabilmektedir. Günümüzün en popüler iletişim araçlarından biri sosyal medyadır. Kişiler sosyal ilişkilerinin büyük bir kısmını, sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirmekte ve gerçek hayattaki ilişkilerini güçlendirerek devam ettirebilmektedir. Sosyal medya platformu hem görsel hem de işitsel temalardan oluşmaktadır (Keskin ve Baş, 2015). İletişim sürecinin yüz yüze mümkün olmadığı zamanlarda sosyal medya üzerinden etkileşim süreci devam edebilmekte her an her yerde ve zaman mekân sınırı olmadan istedikleri içerikleri paylaşabilmektedirler. Ancak sosyal medya kişilerin zamanla iletişim şekillerini ve günlük yaşam alışkanlıklarını değiştirmeye başlamıştır.

Bazı araştırmacılara göre sosyal medya; kullanıcıların şebeke teknolojilerinden faydalanarak karşılıklı etkileşimi sağlayan uygulamaların, araçların ve hizmetlerin bütünüdür (Boyd, 2008). Kişilerin kullanmış oldukları sosyal medya hesapları, içerisinde kişisel profillerini oluşturabilecekleri, hiç tanımadığı insanlarla tanışabileceği aynı zamanda yakın çevresiyle iletişim kurabileceği sanal ortamlardır. Sosyal medya siteleri hem çabuk olması hem de geniş kullanıcı havuzuna sahip olmasıyla “dünya çapında kullanıcı fenomeni” olarak nitelendirilmiştir (Kuss ve Griffiths, 2011).

Bireylerin kullanmış oldukları sosyal medya platformları hangileridir diye bakacak olursak, sosyal ağlar kısmında Instagram, Twitter, Facebook, Blog, Linkedin bunların yanında etkinlik siteleri, ürün eleştirileri, oyun platformları, soru cevap siteleri, sosyal haber siteleri, video paylaşımında ise YouTube gibi birçok platform sosyal medya kapsamının içerisinde yer almaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde dünya üzerinde en popüler sosyal medya ağı Facebook olduğu görülmüştür (Emarsys, 2019).

“İnternet, iletişimi arttırmak ve bilgi alışverişi sağlamak için geliştirilen bir teknolojidir ancak ilerleyen zamanda beklentilerin çok ötesine geçerek kullanıcılarının internet kullanımlarını kontrol edemez olduğu, iş, özel ve sosyal hayatlarındaki işlevselliklerinde sorunlara yol açtığı bir noktaya gelmiştir” (Şenocak, Konkan ve Sungur, 2012).

Kişilerin sosyal medya ağları üzerinde geçirmiş oldukları zamanın katlanarak artması, karşımıza sosyal medya bağımlılığı gibi yeni kuramların çıkmasına sebep olmuştur. Tutkun, Ünal (2015) sosyal medya bağımlılığını, sosyal medya platformunun kişiler tarafından bilinçsiz ve aşırı kullanılması, bireylerde duygu durum düzenleme sıkıntısı, kişinin özel hayatı ve iş ortamında sosyal yaşam alanında önemli ölçüde meşguliyet oluşturması gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorun olarak ifade etmiştir.

Sosyal medya bağımlılığının nedenleri incelendiğinde, sosyal medyaya bağımlı olan kişilerin insanlarla iletişim kurmakta zorlanan daha utangaç kişiler olduğu söylenebilir. İletişim sadece konuşmayı değil aynı zamanda kendisinin ve başkalarının duygularını anlayabilme ve bu duygulara karşı doğru tepkiler vermeyi içerir. Bu durumda başkasının ve kendisinin duygularını iyi anlayan ve doğru tepkiler veren kişilerin duygusal zekâsı yüksek kişiler olduğu söylenebilir. Kişilerin yaşamlarından memnun olmaması, etrafındaki kişilerle iletişim kurmakta zorlanıp, yakınlık kuramamaları veya umut kaybı hissetmeleri gibi olumsuz duygulardan kurtulmak için kendilerini rahatlatacak ve iyi hissettirecek şeylere bağımlılık geliştirir (Alexander, 2008). Bu durumda sosyal medya bağımlılığının kişinin duygusal zekâ seviyesi üzerinde olumsuz bir etkiye sebep olabileceği söylenebilir.

Bireylerin kendilerine özgü hedef belirlemeleri ve bu hedeflerine olan bağımlılıkları, tavırları ve tutumları, ikili ilişkileri, alışkanlıkları, kişilik özellikleri kişilerin yaşamı anlamlandırabilmeleri için önemli bir yere sahiptir. Yaşamın anlamlandırılabilmesi için hedeflerin, ideallerin ve değerlerin olmadığını düşünerek yaşamak insanoğlu üzerinde ciddi bir stres oluşturmaktadır (Yalom, 2001).

Hedef bağıllığı, kişinin belirlemiş olduğu herhangi bir hedefe ulaşma kararlılığı olarak açıklanmıştır (Locke ve Latham, 1990). İnsanoğlu belli bir hedefe ulaşmak için kararlı olduğunda o hedefe ulaşmak için daha iyi performans gösterir. Kişinin belirlemiş olduğu hedefine bağıllığının gücü, o hedefe ulaşmak için göstereceği çabayı etkileyecektir. Belirlenen bir hedefe ulaşabilmek ve bu hedefe ulaşmak için yapılacak çalışmalarda motivasyonun üzerinde sosyal medya bağımlılığı etkili olabilir. Bu durum dikkate alındığında sosyal medya bağımlılığının, üniversite öğrencilerinin hedeflerine olan bağımlılığı ve hedeflerine ulaşmaları üzerinde engel oluşturabilir.

Bu araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığı değişkeni ile duygusal zekâ ve hedef bağıllığı değişkenleri arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın asıl amacı, duygusal zekâ ve hedef bağıllığı üzerinde sosyal medya bağımlılığının herhangi bir etkisi olup olmadığının tespit edilmesidir. Bu çalışmanın değişkenleri olan sosyal medya bağımlılığı, duygusal zekâ ve hedef bağıllığı kavramlarına başka çalışmalarda ayrı ayrı yer

verildiği, ancak bu üç değişkenin aynı çalışma içerisinde yer verildiğine rastlanılmamıştır. İlgili alanyazında sz edilen bu üç değişkenin bir arada ele alınarak incelenmesinin önemli olabileceği düşünülmüştür.

Çalışmanın birinci bölümünde giriş’e yer verilmiş, içerisinde ise problem cümlesine, çalışmanın önemine ve amacına, sınırlılıklarına ve sayıltılarına yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde kuramsal çerçeveye yer verilmiş ve çalışmanın belirlenen problemi ile ilgili dergiler, yazılan tezler, makaleler ve başka yayınlar da araştırılarak, “genel bilgiler” başlığı adı altında yer verilmiştir. Kavramsal olarak sosyal medya bağımlılığı, hedef bağlılığı ve duygusal zekâ ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın nc bölümünde yöntem kısmı yer almakta ve yöntem kısmının içerisinde çalışmanın konusu, çalışmanın hipotezleri, çalışmanın modeli, ölçeklerin hazırlanması, veri toplama araçları, ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği, evren ve örneklem, verilerin toplanması, analiz gibi başlıklara yer verilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde niversite öğrencilerine uygulatılan anketlerin sonuçlarından oluşan “bulgular” başlığına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, elde edilen veriler tablo haline getirilerek tablolar üzerinden yorumlanmıştır.

Çalışmanın beşinci bölümünde ise “tartışma, sonuç ve öneriler” başlıklarına yer verilmiş, ortaya koyulan bulgular aktarılmış aynı zamanda yayımlanmış bilimsel araştırmalarla karşılaştırılıp tartışılmıştır. neriler kısmında ise ortaya koyulan problem cümlelerine özgün fikirler getirilmiş ve ileride yapılacak olan çalışmalara destek olmayı amaçlamıştır.

2. GENEL BİLGİLER

Bu başlığın altında çalışma ile ilgili yapılan alanyazın incelenecektir. Çalışma içerisinde kullanılan tanım ve ifadelerin literatürdeki araştırmalarda kullanım alanları incelenirken aynı zamanda çalışmaya destek olabilecek araştırmalar ele alınacaktır. Bu bağlamda duygusal zekâ, hedef bağlılığı ve sosyal medya bağımlılığı kavramları incelenecektir.

2.1. Zekâ

Zekâ kavramının kökenine incek olursak karşımıza Hindistan ve Eski Yunanistan'da yazılı şekilde bir metinde ortaya çıkmıştır. Bu kavram üzerine zaman geçtikçe araştırmacılar farklı şekillerde zekâyı tanımlamışlardır. Zekânın tanımı olarak olayları kavrama ve bunlarla başa çıkma şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu kavrama ve başa çıkma durumu aptalca olandan zekice olana doğru bir düzlem şeklinde tanımlanmaktadır (Goleman, 2006: 35).

Zekâ ile ilgili araştırmacılar birçok tanım yapmıştır ve bu tanımlar araştırmacıların yaşadıkları zaman ve o dönemin içerisinde bulunduğu kültürden etkilenmiştir. 20. Yüzyılın ilk dönemlerinde başlayan zekâ tanımları 1921 yılı içerisinde 3 temel unsur olarak sunulmuştur. Bu 3 temel unsur ise; problemleri çözebilme yeteneği, hızlı bir şekilde karar alabilme, öğrenebilme ve uyum olarak belirlenmiştir (Goleman, 2006: 37). Yapılan çalışmalardan Arefnasab ve ark. (2012) çalışması Goleman'ın teorisini doğrular nitelikte. Çalışmada problem çözme becerisi ile duygusal zekâ arasında pozitif yönde ilişki tespit etmişlerdir. Bu bağlamda; duygusal zekâ düzeyi yükseldikçe problem çözme becerisi de yükselmektedir. Bireylerin karar vermelerini etkileyen unsurlardan önemli bir temeli oluşturan duygusal zekâdır. Bu bağlamda bireyler karar verecekleri kararları duygusal zekâları ile değerlendirip kararı değerlendirmekte ve uygulamaya koymak ya da yeni bir karar verme gerekliliğini kanaat getirmektedirler (Trinidad ve ark., 2004: 947).

1975 yıllarından sonra çeşitli uzmanlar zekâ üzerine daha önceden olduğu gibi yine 3 etmen üzerinde durmuşlardır. Yüksek beceriler, kültürel açıdan önem gösterilen yetenek ve yönetici süreçleri olarak bu üç etmeni açıklamışlardır. Zekâ, dış dünyanın bağlamını seçebilmek, bu bağlamı biçimlendirip kendine uygun şekilde uyarlamak adına çeşitli zihinsel durumlar şeklinde Sternberg tarafından tanımlanmaktadır (Kılıç, 2013: 16).

Zekâ insanın kendi dünyasının farkında olması, farkında olup algıladığı dış dünyasını hafızasına yerleştirip bunun üzerine yorum yapma şeklinde tanımlanmaktadır (akt. Öner, 1997).

Bireyin potansiyel beyin gücü şeklinde zekânın tanımlaması yapılabilir (Aydın, 2013).

Bireyin zihni içerisinde var olan yetenek ve algılarının uygun bir şekilde çalışması durumuna zekâ denir. Zekâ karışık bir beceri olmakla beraber bireyin dışarıya karşı olan tutum ve tavırlarında ortaya çıkmaktadır (Gülmez, 2021).

Bireyin bir durumu ve olguyu öğrenip özümsemesini sağlayan en büyük etken zekâdır. Algılanan bilgiler, bunları hafıza içerisinde tutma ve bireylerin bu bilgileri öğrenme süreleri değişiklik göstermektedir. Bununla beraber bireyin hafıza içerisinde bilgiyi tutması, bu bilgileri hatırlaması, yeri geldiğinde bilgileri zihin içerisinden çıkarıp dış dünya ile bağlantılı şekilde sunması, bilgileri yordaması ve üstüne düşünmesi zekâ kavramının kapasitesini ortaya koyan etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Kulaksızoğlu, 2004: 135).

2.2. Zekâ Modelleri

2.2.1. Sosyal Zekâ Modeli

Bireylerin duygusal taraflarını göz ardı ettiği bilişsel kuramlarda bulunmakta ve eleştiri konusu olmaktadır. Mantıklı hareket etme, sorunların üstesinden gelebilme, algılama, karar verme gibi olgular bilişsel süreçlere bağlı olarak açıklanmaktadır. Varsayılan bu yeteneklerin açığa çıkabilmesi için bilişsel yeteneklerle bağlantılı olması gerekmektedir. Bu bilişsel aşamaların açığa çıkabilmesi için duygusal yeteneklerin göz önünde bulundurulması gerektiği ve duygusal yeteneklerle tamamlandığı takdirde yeteneklerin ortaya çıkacağı öne sürülmektedir (Çakar ve Arbak, 2004: 27). Başkalarının duygularını anlamak bir sosyal beceridir. Karşımızda ki bireyin duygularını anlayabilmek için de duyuşsal anlamda gelişmiş olmamız gerekmektedir. Sonuç olarak bireyin duyuşsal tarafının gelişmiş olması sosyal zekâsını etkilemektedir (Çakar ve Arbak, 2004).

1920 yıllarında yayımlanan Edward Thorndike'nin "sosyal zekâ" çalışması ile bu doğrultuda 20 yüzyılda araştırmalar ortaya sunulmuştur. Sosyal hareketler içeren davranışların çoğunda bilişsel olmayan zekâ çalışmalarında yer almaktadır. Thorndike'den sonra David Wexler daha kapsamlı ve aynı zamanda bilişsel zekâ kavramına ek olacak şekilde diğer zekâ türlerinin de düşünülmesini sağlamıştır. David Wexler tarafından genel zekânın tanımı yapılmış ve bu en kapsamlı bir açıklama olup farklı zekâ türlerinin de olduğunu araştırmacılara düşündürmüştür. Zekâ kavramı Wexler tarafından kişinin bilinçli şekilde hareket etmesi, rasyonel şekilde düşünmesi ve dış dünya ile nitelikli etkileşimler kurmasını sağlayan beceri olarak tanımlanmaktadır (Sulukaya,2012: 10).

Thorndike, soyut zekâ, sosyal zekâ ve mekanik zekâ kavramlarını ileri sunmakla beraber IQ'yu kabul etmiştir. Bu kapsam içerisinde değerlendirildiğinde; insanları kavrama ve değerlendirebilme gibi olgular mekanik zekâ, insanların varsayımları ve soyut durumları kavramasını sağlayan zekâyâ soyut zekâ, insanların toplumsal ilişkilerini içeren ve empati yapabilmesini sağlayan durumların geneline de sosyal zekâ olarak tanımlanmaktadır (Gardner, 2010).

2.2.2. Çoklu Zekâ Modeli

Çoklu zekâ kavramının ortaya çıkması ile IQ ile ilgili düşünceler değişmiştir. IQ testleri açıklayıcıdır fakat bireyin becerilerinin farklı olabileceğinden ötürü belli beceriler ölçüsünde zekâyı sınıflandırmak araştırmacılar tarafından doğru bulunmamıştır (Yan, 2008). Goleman IQ değerleri yüksek olan bireylerin sosyal hayatlarında başarılı olmadığı ileri sürmüş ve farklı zekâ alternatifleri aranmasına öncülük etmiştir (Göçet, 2006). Wechsler (1940) aynı IQ seviyesindeki bireylerin çevre ile başa çıkma becerilerinin farklı olabileceğini ifade etmiştir (Meyer ve ark., 2011).

Gardner tarafından zekâ birçok açıdan ele alınmıştır. Bunlar;

- Sözel zekâ: bireyin kendini ifade edebilmesi
- Mantıksal zekâ: bireyin soyut kavramları algılayabilmesi
- Görsel zekâ: işitsel ve görsel anlamda ki beceriler
- Bedensel zekâ: koordineli beden hareketleri yapabilme
- Müziksel zekâ: ritim ve melodi becerileri
- Kişilerarası zekâ: empati ve iletişim becerilerinin yüksek olması
- Doğacı zekâ: çevrede yer alan canlıları kapsayan zekâ türü (Garnder, 2010).

2.3. Duygu

Araştırmacılar, psikologlar ve felsefeciler için duygu kavramı uzun bir zamandır tartışma konusu olmuştur. Geniş bir pencereden bakıldığı zaman bir varlık ya da birine karşı duyulan hislerin genel adına duygu denilmektedir (Tetik ve Akkaya, 2018).

İnsanların yaşamları içerisinde hissettikleri mutluluk, hüznü ve umutsuz olma hallerinin fiziksel ve psikolojik olarak dışarıya yansımada ki en önemli etmen duygudur (Feldman, 1996).

Motore sözcüğünden ortaya çıkan duygu kavramı Latin dilince harekete geçmek şeklinde tanımlanmaktadır (Yaylacı, 2006:45). Türk Dil Kurumuna göre duygu; “insanın kendi iç dünyası sayesinde durumları fark etmesi, hisleri ve durumları spiritüel açıdan

değerlendirme becerisi, kişiye özgü hareket kabiliyeti” olarak açıklanmaktadır (Chakroborty ve Konar, 2009).

Bireyin öğrenme becerisini açığa çıkaran, sorgulayan, keşif yapmasında katkısı olan ve öğrenmiş olduğu bilgileri uygulamaya dökebilme durumunun genel adına duygu denilebilir (Goleman, 2006).

Duygularımız bizi yaşadığımız çevreye uyum ve adaptasyonumuzu sağlamaktadır (Dökmen, 2004). Duygu kavramını insanların davranışlarını şekillendiren ve bu davranışlara ışık tutup yorum yapabilme becerisini geliştiren tepkiler olarak tanımlayabiliriz (Cooper ve Sawaf, 2000).

2.4. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ ile ilgili araştırmacılar çok sayıda çalışma yapmış ve bunun sonucunda birçok anlam karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda duygusal zekâ tanımına bakacak olursak; bireyin hem kendi duygularını hem de empati kurarak karşısındaki kişinin duygu ve hislerini anlayıp kavraması olarak tanımlanabilir. Duygusal zekâ kimi kişilerce bir özellik olarak görülmesiyle birlikte bazı kişiler de bunu yetenek olarak ifade etmektedir (Yaykiran, 2021).

İnsanların duygularını izlemleyip bu duyguları arasında elde ettikleri bilgi ve birikimi davranışları içerisinde kullanabilmesine duygusal zekâ denmektedir (Mayer ve Salovey, 1997).

Duygusal zekâ, hayatımızı kolay hale getiren, bireyin kendini iyi anlayıp tanıyabilmesi ve yaşadığımız hislerin farkında olabilmektir (Goleman, 2006).

İnsanın dışarıdan almış olduğu baskı ve yönlendirmeleri aşabilmesi ve başarıya ulaşabilmesi adına kişisel yetenek ve sosyal yeterliliklerinin kişiye yardımcı olabilmesi duygusal zekâ olarak tanımlanmaktadır (Reuven Bar-on, 2005).

Bireyin amaçlarını elde etme yolunda duygusal zekâ önem arz etmektedir. Duygusal zekâ yalnızca bireyin kendisini değil çevresini ve toplum içerisinde ki konumunu da etkilemektedir. Bu bağlamda Özbek ve Boztepe’nin yaptığı tanıma bakacak olursak; duygusal zekâ bireyin amaçladığı planları doğrultusunda harekete geçebilme, yaşayacağı zorluklar karşısında yılmadan mücadele edip dirayetli olabilme, sorunların amaçlarına ve hedeflerine engel olmasını engelleme, dürtülerini kontrol altına alabilme ve çevresindeki insanların hislerine karşı empati kurabilme olarak tanımlamışlardır (Özbek ve Boztepe, 2017).

Birey olumlu bir şekilde ve sorunlara karşı üretken olma becerisiyle, empati yeteneği sergileyerek hem karşı tarafı anlaması hem de kendi duygularının farkında olması ve bunları kontrol altında uygun şekilde açığa çıkarması duygusal zekâ ile bağlantılıdır (Fuimano, 2004).

İnsanın kendini tanıması ve farkında olması duygusal zekâ ile doğru orantılıdır. Kendinin farkında olan, duygularını kontrollü bir şekilde yaşayıp bunları yönlendirebilen, kendi yeteneklerinin bilincinde olup bunları kontrol altında tutabilen bireyler duygusal zekâsı üst segmentte olan bireyler şeklinde ifade edilebilir. Duygularımızı kontrol altında tutmayı beceremediğimiz zaman ise duygular bizi yönlendirmeye başlar ve bu da insanların genel anlamda hata yapmasına sebebiyet verebilir (Yaykiran, 2021).

Duygusal zekâ; his, arzu ve duygularımızı nitelikli şekilde karşı tarafa aktarabilmek ve insanların birbiri ile uyumlu bir şekilde bağlantı oluşturmasını sağlamaktadır (Toktamışoğlu, 2003).

Bireylerin kendi duygularının farkında olup buna göre hareket edebilmesi duygusal zekâ ile alakalıdır. Birey yaşadığı olumsuz bir duyguyu fark edip toplum içerisinde yapmaması gerektiğini algılayarak toplum normları içerisinde bunu yansıtmaması kişinin duygusal zekâsının baskın olduğunu göstermektedir (Robbins ve Judge, 2013).

Toplum içerisinde insanın kendini net şekilde ifade edebilmesi, yaşadığı sorunları sakın kalıp çözebilmesi ve çevresindeki insanlarla olumlu bir sinerji oluşturabilmesi insanları başarıya ulaştırmaktadır. Bahsi geçen bu özellikler duygusal zekâ ile ilişkilendirilir (Girgin, 2009).

Duygusal zekâ yalnızca bireyin kendisi ile alakalı değildir. Bireyler toplumu oluşturmaktadır ve bu nedenle her birey toplumsal normlara uygun şekilde davrandığı takdirde nitelikli ve kaliteli bir yaşam sürdürebilmek daha mümkün hale gelmektedir. İnsanların duygusal zekâ yeteneğini verimli bir şekilde kullanması kişinin başarıya ulaşmasında etken bir rol oynamaktadır (Eymen, 2007: 8-9).

2.5. Duygusal Zekâ Modelleri

Araştırmacılar duygusal zekâyla alakalı çok sayıda çalışma yapmışlardır. Bu çalışmalar doğrultusunda farklı duygusal zekâ modelleri ortaya çıkmıştır. Temelde günümüzde 2 çeşit duygusal zekâ modeli kabul görmektedir. Yeteneği temel alan duygusal zekâ modeli bunlardan birisidir. Bu model içerisinde insanın duygularından yola çıkarak mantık çerçevesinde hareket etme yeteneği yer almaktadır. Bu modele göre bireyin sosyal çevresi,

ailesi, iş yaşamı gibi olgular duyguları ayırtırmaya ve kendi duyguları arasında bağlantı kurabildiği ortamlara dayanmaktadır (Aslan, 2009).

Diğer bir duygusal zekâ modeli ile karma model olarak belirtilmiştir. Karma duygusal zekâ modelinde bireyin başarıya ulaşmasında ki en temel faktörün duygusal zekâ olduğu ifade edilmektedir. Başarıya ulaşabilmek adına sosyal çevrede ki bireylerin duygularını kavrayabilme ve duyguları yönetebilme yeteneğine sahip olunması gerekmektedir (Yazıcı ve Güçlü, 2019).

2.5.1. Mayer ve Salovey Duygusal Zekâ Modeli

Duygusal zekâ ile ilgili ilk çalışmayı başlatan Mayer ve Salovey'in yetenek modelinin içerisinde bulunan bu model karma duygusal zekâ modelinden farklıdır. Bu zekâ modelini sosyal zekânın benzeri olarak görmek mümkündür. Birey bir toplum içerisinde yaşamakta ve bunun gerekliliği olarak sosyal bir varlık olması gerekmektedir (Pektaş, 2013).

- ***Duyguların Anlaşılması ve İfade Edilmesi***

Bireyin kendi duygularının ne olduğunu bilmesi ve bu duygularını çevresine aktarabilmesidir (Yüksel, 2006).

- ***Düşünce İçinde Duyguların Kabul edilmesi***

Bireyin alacağı kararlarda veya fikirlerinde duygular etken rol oynamaktadırlar. Bu doğrultuda duyguları etkili ve doğru bir şekilde kullanan birey zekasını kullanmış olur. Olumlu duygular bireyin karar vermesinde etkili olmaktadır (Aslan, 2009).

- ***Duyguları Anlamak ve Analiz Edebilmek***

Genel olarak insan duygularının ne olduğunu anlamakta güçlük yaşamaktadır. Bu duyguları tanımlamak onları analiz etmemizi kolaylaştırmaktadır (İşmen, 2001).

- ***Düşünce Yoluyla Duyguları Kontrol Etmek***

Birey duygularını kontrol altında tutabilmesi için zekâyı ihtiyaç duymaktadır. Olaylar karşısında karar vermek ve sorunları çözebilmek için duygularımız önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda duygularımız bilişsel zekâ ile bağlantılıdır. Buradan yola çıkacak olursak duygularımızı kontrol altına almak mümkündür (Aslan, 2009).

2.5.2. Bar-On Duygusal Zekâ Modeli

Baron'un geliştirdiği ve 1982'den itibaren insanın davranışlarını ve performansının farklı özelliklerini tahmin edebilme yeteneği olan kavramsal ve psikometrik bir duygusal zekâ modelidir. Bar-on'un duygusal zekâ modeli, zorluklarla başa çıkabilmeyi, iyimser olabilmeyi, yeniliklere uyum gösterebilmeyi kapsamaktadır. Birey yaşadığı ortamda bağ kurduğu insanların duygularını anlamaya çalışmaktadır. Çevresinde yaşadığı sorunlara

karşı çözümler bulmakta ve bu çözümler sayesinde ortama ayak uydurup başarıyı sağlamaktadır (Çakar ve Arbak, 2004).

Baron'un benimsediği ve yalnızca bilişsel olarak görmediği duygusal zekâ modeline göre birey yaşamı içerisinde karşılaştığı sorunlara çözümler bulmakta ve çevreye bu şekilde uyum sağlamaktadır. Karma bir model benimseyen Baron'a göre duygusal zekâ beş boyutta açıklanmaktadır.

- ***Bireysel Beceriler***

Bireyin kendisini tanıması yoluyla duygularının farkında olup hedeflerini belirlemesi olarak tanımlanır (Delikoyun, 2017).

- ***Kişilerarası Beceriler***

Sosyal ortamlarda kurduğu ilişkilerde karşısındaki insanların duygularını empati yoluyla anlama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Tufan, 2011).

- ***Uyumluluk***

Bireyin karşılaştığı sorunları çözerek gelişen ve değişen dünyaya uyum göstermesi olarak ifade edilmektedir (Tufan, 2011).

- ***Stres ve Kaygı Yönetimi***

Bireyin yoğun stres ve baskı altındayken duygularını kontrol edebilme yeteneğidir. Aşırı tepkilerden kaçınarak soğuk bir şekilde olaylar karşısında kalabilmesi olarak tanımlanmaktadır (Küçükkaragöz, 2012).

- ***Genel Ruh Durumu***

Yaşam içerisinde kişinin pozitif duygular benimsemesi ve mutlu olabilme durumudur (Küçükkaragöz, 2012).

2.5.3. Cooper ve Sawaf Duygusal Zekâ Modeli

Cooper ve Sawaf'ın çalıştığı duygusal zekâ ilk olarak iş yaşamı ve yönetim alanında kullanılmıştır. Kamu alanında bu çalışma bağlantısıyla birçok araştırma yapılmış ve kullanılmıştır. İş hayatı içerisinde liderlik önemli bir durumdur ve yapılan bu çalışma duygusal zekâ ile liderliği birbirine bağlayan bir çalışma olarak literatürde yer almaktadır (Cooper ve Sawaf, 2000). Bu duygusal zekâ modeli, hislerin derinliği, öğrenimi, açıklığı gibi boyutlar içermektedir. Duyguları öğrenmek kişinin duygusal potansiyelinin farkında olmasıdır. Duyusal zindelik kişinin ana değerlerini fark etmesidir. Duyusal derinlik bireyin amaçlarını belirlemesi ve bu amaçlara kendini adanmasıdır. Duyusal simya ise; yaratıcılık, fırsatların farkında olma gibi unsurları içermektedir (Çiçen, 2021).

Çeşitli araştırmalar sonucunda kariyer hayatında başarı elde etmede ki etmenlerden biri de duygusal zekâ olduğu tespit edilmiştir (Aslan ve Özata, 2008).

4 maddeden oluşan Cooper ve Sawaf'ın duygusal zekâsı şu şekildedir;

- ***Duygusal Okuma ve Yazma***

Bireyin kendi duygularını öğrenmesi durumudur. Duyguların farkında olup bunları anlamlandırabilmektir. Duygularının farkında olup karar verdiğimiz durumlar sonucunda bunların sorumluluklarını da üzerimize almamız gerekmektedir. Karşımızda ki insanların duygularını anlamak ve onlara nasihatler verip yaptıklarını kontrol etmek yerine çeşitli olumlu taraflarını açığa çıkarabilmek duygusal okuryazarlığı kullanabilme becerisi olarak ifade edilmektedir (Doğan ve Şahin, 2007).

- ***Duygusal Anlamda Zinden Olma***

Duyguların amacı içerisinde fark edilip bu farkındalık doğrultusunda değerlendirilip karşı tarafa aktarabilme yeteneğidir (Carney, 1999).

- ***Duygusal Derinlik***

Kişinin ana karakterini oluşturan duygusal derinlik bireyin amacını ve potansiyelinin tamamıdır. Amaçlar doğrultusunda ortaya çıkan çabalar bunu maddeyi oluşturmaktadır (Doğan ve Şahin, 2007).

- ***Duygusal Simya***

Sorunlar karşısında savaşılmaya yarayan güdülerimizi geliştiren bir etmendir (Doğan ve Oğuzhan, 2015).

2.5.4. Goleman Duygusal Zekâ Modeli

1990'lı yıllarda Daniel Goleman duygusal zekâ modelini genişleten çalışmalar yapmıştır. Salovey ve Mayer'den sonra duygusal zekânın IQ'dan daha önemli olduğuna dair bir kitap çıkaran Goleman, bu kitabından duygusal zekâ olgusunu detaylandırmıştır. Bu kitap aracılığıyla literatürde duygusal zekâ daha çok yer edinmeye başlamıştır. Goleman'a göre duygusal zekâ hayata daha çok etki eden bir olgudur (Sümer, 2021).

Duygusal zekâ Goleman'a göre beş farklı kısımda incelenmiştir;

- ***Öz Bilinç***

Bireyin kendini tanımasına dair olan bu alt boyutta, kişi kendini tanıdıkça duygularını da tanımakta ve bu durum bireyin yaşantısına, davranışlarına etki etmektedir. İnsanın duygularını tanıması ile kendini tanıması arasında bağlantı vardır (Somuncuoğlu, 2005).

- ***Kendini Düzenleme***

Birey duygularını kontrol altına alarak hayatına devam etmelidir. Kendine amaç edinen kişiler sahip olduğu duyguları anlayıp bunları kontrol altına alarak hedeflerine engel olacak sorunlar yaşamazlar. Duygularını yönetmek bireyin amaçlarına giderken ona katkı sağlayacak bir davranış biçimidir (Somuncuoğlu, 2005).

- ***Empati***

Bireyin empati becerisi kendi bilinciyle doğru orantılıdır. Kişi kendi duygularını anlamlandırdığı taktirde karşısındaki insanın da duygularını anlayabilir. Öz bilinçle alakalı olan bu durum kişinin empati yeteneğini geliştirir. Karşımızdaki insanın duygularını okuyarak anlamak güçtür. Kendi duygularımızı anladığımız ve duygusal zekâmızı geliştirdiğimizde karşımızdaki insanın da duygularını anlamak daha kolay olacaktır (Turhan ve Çetinsöz, 2019).

- **Motivasyon**

Motivasyon kişiyi amaçları doğrultusunda harekete geçmesini sağlayan duygusal, fiziksel ve zihinsel güçleri barındırmaktadır. Motivasyon bireyin hedefe giderken içsel anlamda destek aldığı bir güdüdür. Duygularımızı doğru yönlendirebilme yeteneğine bağlı olan motivasyon yalnızca eylemlerimizi değil süreci de kontrol etmemizi sağlar (Turhan ve Çetinsöz, 2019).

- **Sosyal Yetenekler**

Sosyal yaşam içerisinde çeşitli ilişkiler yaşamaktayız. Bu ilişkiler için kurduğumuz iletişim sözel, yazılı veya görsel anlamda olabilmektedir. Kurulan bu iletişim sosyal beceriyle alakalıdır. Sosyal yeteneği yüksek olan bireyin çevresinde iletişim kurması, anlaşılması ve karşı tarafı anlaması daha kolay olmaktadır (Turhan ve Çetinsöz, 2019).

2.6. Hedef

Bireyin ulaşmak istediği arzu ve amaçların niyetine hedef denmektedir (Locke, 1969). Hedef niyetlerimizi detaylı şekilde açığa çıkarmaktır (Orlich ve ark., 2010). Birey eylemde bulunurken bir amaca yönelik hareket eder ve bu amacın gerçekleştirilmesi için belirlenen nokta hedeftir (Locke ve ark., 1981). Belirlenen hedefler doğrultusunda birey olumlu davranışlar sergilemekte ve amacına ulaşmaya çalışmaktadır (Arends ve Kilcher, 2010). Bireylerin motive olması için içsel yeteneklerini kullanmaları ve bilincinde oldukları durumu farkındalığa çevirerek hareket etmeleri gerekmektedir. Bunu sağlayan bağlam ise hedeflerdir (Locke ve Latham, 2009).

Hedefler belirli planlar çerçevesinde gerçekleştiği takdirde amaca ulaşmak ve ulaşılmak istenen amaç yolunda karşılaşılan sorunlara çözümler üretmek daha kolaydır (Weinberg ve Gould, 1995).

Bireyler hedeflerini gerçekleştirebilmek adına amaçlarını net belirlemek durumundadırlar. Sorumluluklarının bilincinde olup amaçlarına yönelik istendik davranışlar sergilemeleri gerekmektedir. Zaman kullanımına özen gösterip bu dönem içerisinde yaptıklarını değerlendirmeli ve gerek duyulduğu takdirde yeni düzenlemeler yapmaları gerekmektedir (Locke, 1969).

Hedefler iki ana kısımdan oluşmaktadır. Bunlardan birincisi varılmak istenen hedefler ikincisi ise hedefleri elde etmede ki süreç şeklinde ifade edilmektedir (Wade, 2009).

2.7. Hedef Belirleme

Hedef belirleme, bireyin amaçlanan hedefe varabilmesi adına nasıl hamleler yapması gerektiğini belirlemesini amaçlar (Bovend'eerdtd ve ark, 2009).

Belli bir yeterliliğe yine belli bir dönem içerisinde varılmasına hedef belirleme denmektedir (Locke ve ark, 1981).

Bilişsel bir olgu olan hedef belirleme bireyin ifadelerini gerçekleştirebileceği şekilde belirlenmelidir. Amaçlanan hedefler ulaşılması, anlaşılması ve gerçekçi olması gerekmektedir (Latham, 2003). Hedefler mantık çerçevesi içerisinde yer almalıdır. Bireyi heyecanlandıracak hedefler koyulabilir fakat belirlenen hedefler gerçeğe uygun olmalıdır (Larsen, 1983).

Bireyler ulaşmak istedikleri amaca uygun hedef belirlemeyi gerçekleştirdikten sonra bunun için hareket geçmeleri gerekmektedir ve bu hareketi sağlayan etmen ise güdülenmedir. Birey güdülenme duyusunu yeterli seviyede yaşadığı zaman belirlediği hedeflere daha kolay ulaşabilecektir (Latham, 2003). Hedef belirlemede istenen amaçlara ulaşabilmek için kritik olan noktalardan biri de amaçlanan hedef ile bu hedef doğrultusunda bireyin sergilemiş olduğu performanstır. Birey amaçlarının ulaşılabilir olması ile bu hedefleri doğrultusunda sergilemiş olduğu performans paralel şekilde hareket etmektedir (Koçel, 2001).

Belirlenen hedeflere veya amaçlara ulaşabilmek adına birey kendi performansını göz önünde bulundurmalı ve bu performansının ulaşmak istediği hedeflere yetip yetmeyeceğine karar vererek gerektiği takdirde daha fazla performans göstermelidir (Efil, 2006).

İnsanların hedeflerine ulaşmayı kolaylaştırması ve motivasyonlarını arttırmaları adına belirlenen hedefin öncelik olarak zamanını planlamaları gerekmektedir. Bu plan dahilinde çeşitli görsel etkiler hazırlayarak kendi içsel güdülerini tetiklemeleri ve ısrarcı olmaları gerekmektedir. Hedef belirlemede planlama yapmak, amaçlanan hedefe ulaşmak için hangi yollardan geçileceğini, bireyin artı ve eksi yönlerini belirleyip ona göre hareket etmesini sağlamasına olumlu katkıda bulunmaktadır (Boven'eerdtd ve ark., 2009).

Değerler ve hedefler, hedef belirleme teorisinde yer alan iki temel davranıştır. Değer yargıları insanın tutarlı şekilde davranmasına katkıda bulunurken, arzulanan performansı gösterebilmek adına çeşitli planların yapılmasını da hedefler sağlamaktadır (Locke ve Latham, 2009).

Yapılan araştırmalarda farklı kişilere verilen benzer zorluk derecesine sahip hedeflerde, verilen hedeflere sadık olanların performansları hedeflerine daha az bağlı olanlara göre fazla olduğu belirlenmiştir (Klein ve Kim, 1998).

Hedef belirlemenin etkili olabilmesi için hedefe duyulan bağlılığın da gerçekçi olması gerekmektedir. Eğer hedef bağlılığı net değilse hedef belirleme işlevselliğini kaybedecektir (Locke ve Latham, 2009).

2.8. Hedef Belirleme Özellikleri

Kapsam ve yoğunluk zihinsel aktivitelerin iki temel özelliği olarak literatürde yer edinmiştir (Rand, 1967). Öğrenilmek istenilen amaç ya da sonuç hedeflerin kapsamını içermektedir. Hedef ve görev kavramları birbirine karıştırılan iki kavramdır. Tamamlanması gereken iş görev iken, amacı olan hareketleri içeren hedef ancak görevin bitirilmesi olarak tanımlanabilir (Locke ve ark, 1981).

Görevler zor olduğunda ve bireyde olan beceri ve bilgi yetersiz kaldığında birçok birey daha fazla çaba göstermekte olmasına rağmen başlangıçta daha kolay gibi görünen görevler için gösterdiği performanstan daha fazlasını göstermeyeceklerdir (Shapira, 2002). Hedef belirlemede irade hedefin ortaya çıkışı ile bağlantılı olmalıdır. Dışarıdan kişi için belirlenen hedeflerden ziyade bireyin kendi adına belirlediği hedefler gösterilen çaba ve performansı olumlu etkiler (Tubbs, 1993).

2.9. Hedef Bağlılığı

Hedef bir zaman içerisinde belirli bir yetkinliğe ulaşmak iken, bu hedefe erişmekteki kararlılık hedef bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır (Locke ve ark, 1981). Bir hedefe ulaşmak amacıyla gösterilen eylemlerde ki kararlılık hedef bağlılığını ifade eder (Locke ve ark, 1981).

Hedef bağlılığı, kişinin varmak istediği noktaya ulaşmak için performansını sürdürmek ve daha sonrasında karşısına çıkan zorlu hedefleri gerçekleştirmek için kararlılığı olarak tanımlanmaktadır (Naylor ve Ilgen, 1984).

Performans ve hedefin zorluğu arasındaki bağlantıyı hedef bağıllığının sonucu olarak belirtilmiştir (Klein ve ark, 1999). Bireyin amaçlarına erişmesinde ki gösterdiği bağıllık hedef bağıllığı ile ilgidir (Atkinson, 1983).

Hedefe ulaşma zamanı içerisinde gösterilen ısrar ve odaklanma hedef bağımlılığını karşılamaktadır (Tubbs ve Dahl, 1991). Hedef bağıllığı, kişisel olabilmektedir ve kişi kendi adına önemli olduğunu düşündüğü herhangi bir hedef için diğer hedeflerine gösterdiği performanstan daha fazla performans göstermektedir. (Kingston ve Wilson, 2010).

Çeşitli çalışmalarda hedef koyan bireylerin diğerlerine oranla hedeflerine ulaşmada daha başarılı olduklarını göstermiştir (Horn, 2008). Rader (2005), Klein ve Wright (1994) ve Latham (2003) yaptıkları çalışmalar sonucunda hedefe bağıllığın başarıyı arttırdığını ifade etmişlerdir. Her bireyin ya da topluluğun hedefleri bulunmaktadır. Hedefler ve bağıllıklar arasında önemli farklar bulunmaktadır. Hedefler eylemlerin sonucuyken; bağıllık ise ulaşmak istenen nokta için bir araçtır. İlk olarak kişi bağıllığının sebebini bilmelidir. Bu kişiyi performansının üstüne çıkmasını zorlar ve hedefin önemini açığa çıkarır. Bağıllık düzeyini bilmek belli noktalarda hedefleri belirli noktalarda değiştirebilmektedir (Salim, 2018). Gelişmeye yönelik olan hedefler öğrenme hedefleridir. Bireyler becerilerini daha yukarı seviyeye çekmek amacıyla başka insanlarla karşılaştırılmalı bir şekilde değerlendirmeye önem göstermeksizin çaba gösterirler. Performans hedeflerinde ise öğrenme hedeflerinin zıttı olarak görülebilir. Bireyler performans hedeflerinde belli olan standartlarla ya da diğer insanlarla karşılaştırılarak değerlendirilecek şekilde çaba göstermektedirler (Arends ve Kilcher, 2010).

Hedef bağıllığı ile ilgili yapılan çalışmalarda aynı seviyede ki zorluklara sahip insanlarda hedefine odaklanmış olan bireylerin amaçlarına ulaşmakta diğerlerine göre daha başarılı olduğu saptanmıştır. Bu hedef bağıllığının önemini açıkça ortaya koymaktadır. Bireylerin aynı hedeflere farklı tavırlar ve performans göstermesinin temel nedeni olarak kişisel hedef bağımlılığı olarak belirlenmiştir. Birey kişisel hedeflerine aynı seviyede bağımlı olma ihtiyacı hissetmemektedir. Hedef bağıllığındaki bireysel farklılık bu yolla ortaya konmaktadır (Şenel ve Yıldız, 2016).

Hedefe ulaşmak adına bireyde bulunan yeterlilik, bilgi, tecrübe gibi etmenler önem arz etmektedir. Bu nitelikler dışında hedefler doğrultusunda farklı stratejik planlar yapılması ve hedeflerin başında koyulan planların revize edilmesi hedefe olan bağımlılığı göstermektedir. Yapılan bu çalışmalar kişinin hedefe ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Wood ve Locke, 1990). Bireyin amaçlarına erişmesinde ki gösterdiği bağıllık hedef bağıllığı ile ilgidir (Atkinson, 1983).

Hedeflere bağılı olarak devam edilmesini sağılayan etmenler arasında kişinin hedefe olan inancı ve hedefin kişı için çekici olması söylenebilir (Hollenbeck ve Klein, 1987). Bireyin amaçlarına erişmesinde ki gösterdiği bağılılık hedef bağılılığı ile ilgidir (Atkinson, 1983).

Hedefin ulaşabilir olması, hedefler adına gösterilen çaba ve performansın devam ettirebilmek ve hedefin önemli olması hedef bağımlılığını göstermektedir (Chen ve ark., 2009). Bireyin amaçlarına erişmesinde ki gösterdiği bağılılık hedef bağılılığı ile ilgidir (Atkinson, 1983).

Başarıya ulaşmak ve amaçları ertelemek arasındaki en temel faktör hedefe olan bağılılıktır. Hedeflerine bağılı olan bireylerin özveri konusunda daha yüksek hareketler gerçekleştirdiği çalışmalar sonucunda görülmüştür. Hedefine bağımlılık konusunda sorun yaşıyan ve odaklanamayan bireylerin ise başarılı olması hedefine bağılı olan bireylere oranda daha düşüktür (Locke ve Latham, 2009). Bireyin amaçlarına erişmesinde ki gösterdiği bağılılık hedef bağılılığı ile ilgidir (Atkinson, 1983).

2.10. İnternet Kavramı

İnternet 1990'ların başlarında gündelik yaşamımızda etken rol oynamaya başlamıştır. İkiden fazla bilgisayarın bağlantılarıyla yapılan bilgi alışverişi internet olarak ifade edilmektedir. Günümüzde dünya çapında kullanılması amacıyla www uzantısı yani world wide web kullanılmaktadır (Ceylan, 2021).

İngilizce olarak “International Network” olarak kullanılan internet kavramı TDK tarafından “bilgisayarların kendi aralarında alışveriş yapması adına var olan ağı” şeklinde tanımlanmıştır (Taşdelen ve Çataldaş, 2017: 827).

İlk başlarda kullanılan internet bilgi edinme amacıyla kullanılmaktaydı. İnternet günümüzde bilgi edinmenin yanı sıra insanlar kendine ait bilgileri başkalarına sunmasına, çeşitli ortak anlaşmalara olanak sağlamaktadır (Laudon ve Laudon, 2011: 272).

Ülkemizde ilk olarak Ege Üniversitesi tarafından kullanılan ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi ile bilgilerin paylaşılmasını sağılayan internet 1960'lı yıllarda asıl amacı askeri irtibat için kurulmuştur. İnternet 1990'lı yıllar içerisinde halkın da kullanımına açılmıştır (Eser ve ark, 2010: 2).

Ülkemizde Türk Telekom aracılığıyla evlere internet erişimi sağılanmış olup halk tarafından çok zaman geçmeden kabul görmüştür. İnternetin gelmesiyle birlikte haber amacıyla kurulan internet siteleri ve forumlar gelişmiş ve gazeteler de yalnızca kâğıt şeklinde değil internet üzerinden kurdukları çevrimiçi sitelerle halka haber vermeye başlamıştır (Saka, 2017: 959).

Kullanım amacı ilk başlarda haber edinme olsa da internet zaman geçtikçe amaçlarının yelpazesini genişletmiştir. İnternet üzerinden oyunlar oynama, karşılıklı yazısal veya görsel görüşmeler gerçekleşmiştir. Bu özellikleri sayesinde gittikçe kullanımı genişleyen internet günümüzde sosyal medya aracılığıyla artık eğlence için de kullanıma başlamıştır (Topçu, 2020: 16).

Yaşadığımız dönem içerisinde en sık zaman geçirdiğimiz medya olan sosyal medya birçok bilim dalı tarafından çalışma konusu olmuştur. Sosyal medya kavramını çeşitli farmakolojik araştırmalarla birlikte görmek mümkündür (Quirdi, Segers ve Henderickx, 2014: 107).

2.11. Sosyal Medya Kavramı

İnsanlar var olduğu günden itibaren doğası gereği hissettiklerini, tecrübelerini ve bilgilerini paylaşma ihtiyacı duymuştur (Sayımer, 2008). İletişimi insanlar yalnızca sözlü şekilde yapmazlar. Bu yüzden insanlar gelişmiş teknoloji aracılığıyla yalnızca kendi çevresindeki insanlarla değil dünya üzerinde ulaşmak istediği birçok insanla iletişime geçebilmektedir. İletişimin bu seviyede erişilebilir olmasını sağlayan en büyük etmen “sosyal medya”dır. Sosyal medya insanların kendilerini tanıtacak şekilde kimlikler oluşturduğu, duygularını paylaştığı ve iletişim kurabildiği bir çevrimiçi internet sağlayıcısıdır (Kalinkara ve Sarı, 2019). Sosyal medya kavramını iki faktör olarak incelemek mümkündür. Bunlardan birincisi olan sosyal kavramı; kişilerin farklı ihtiyaçlarını karşılamak için başka kişilerle olan paylaşımları şeklinde ifade edilmiştir. İkinci kavram olarak medya ise; bireylerin çevrimiçi siteler, telefonlar, internet postaları gibi çeşitli araçlarla kurulan iletişim olarak tanımlanmaktadır (Safko, 2012).

Teknoloji de gerçekleşen ilerlemelerin neticesi olarak iletişim alanında önemli bir platform olan sosyal medya, bireylerin hayatlarına direkt olarak etki etmektedir. Bireylerin başka kişiler tarafından görmelerini isteyerek oluşturdukları kişisel profilleri ve yine çevresindeki diğer insanlarla olan ortak özelliklerini paylaştığı sosyal medya istenilen insanlara ulaşmayı ve iletişimi kolaylaştırmaktadır (Keles ve ark., 2020).

İnsanların başka insanlarla ilişki kurmasını sağlayan sosyal medyada insanlar paylaştığı kişisel bilgilerini veya video fotoğraflarını kısıtlama imkanlarına sahiptir (Andreassen ve ark., 2012). Günümüz toplumu içerisinde birçok bireyin aile, akraba ve sevdiği insanlarla iletişim amacıyla kullanılan platforma sosyal medya denmektedir (Becerikli, 2013).

Sosyal medyayı kullanan insanları iki farklı insan tipi olarak incelemek mümkündür. Bunlardan birincisi; kendini monoton, yoğun ve kalabalık olan gerçek hayattan uzaklaşıp çevresindeki insanlar dışında yeni insanlarla tanışıp onlarla iletişim kurmaktır (Ünlü, 2018). İkinci grup insanlar ise; hissettiği duygu ve düşünceleri yaşadığı toplum içerisinde ortaya çıkartamadığı için yalnızlığı tercih etmekte ve yaşadığı sorunlardan bir kaçış yolu olarak görmektedir (Büyükgebiz Koca ve Tunca, 2020).

Sosyal medya bireylerin istedikleri insanlara ulaşabilmesini ve istedikleri insanların oluşturmuş oldukları profillere ulaşmasını sağlayan genel bir ağ olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007).

Bireylerin oluşturmuş oldukları profilleri kendilerini yine sosyal medya üzerinde yer alan profillere tanıtmak ve bu profillerle iletişime geçebilme sosyal medya aracılığıyla olmaktadır (Toprak ve ark, 2009).

Sosyal medya bireylerin karşılıklı olarak ses, görüntü aracılığıyla kurmuş oldukları iletişimlerini sağlayan bir platform olarak ifade edilmektedir (Hatipoğlu, 2009).

İnternet üzerine geliştirilmiş bireyi merkez alan, bireyin istediği paylaşım ve değişiklikleri yapmasını sağlayan çevrimiçi uygulamaların genel adına sosyal medya denmektedir (Kaplan ve Hanlein, 2010).

Günümüzde sosyal medya ilk çıktığı dönemden çok daha etken bir halde kullanılmaktadır. Sosyal medya artık sadece insanların birbiri ile arkadaş olduğu, kendi çevresindeki insanlar paylaştıklarını görmeleri için veya iletişim için kullanılmamaktadır. Sosyal medya günümüzde önemli bir gelir kapısı olarak görülmektedir. Bize sunduğu global hayat insanların bu hayatı bir gelire çevirmesine neden olmuştur. Bunun dışında bilgi edinme amaçlı da kullanıcılar sosyal medya platformlarını kullanabilmektedirler. Sosyal medyanın bu denli gelişimi bireyin bu ortamlarda daha fazla vakit geçirmesine sebep olmuştur.

2.12. Bağımlılık

Fiziksel bir nesneye karşı hissedilen ihtiyaç bağımlılığın genel tanımı olarak ifade edilmektedir (Holden, 2001). Yoğun bir şekilde arzulan eylemin gerçekleşmesi sonucunda hissedilen olumlu etkilerin yanı sıra bu arzuların eyleme dökülmemesi sonucunda yaşanan olumsuz hissiyatın ortaya çıkması sonucu bağımlılık olarak adlandırılmaktadır (Tiryaki, 2015).

Bağımlılık; kişinin bir nesneye karşı duyduğu arzu ve isteği durduramaması ve bu nesnenin bireyi zihinsel, psikolojik ve fiziksel olarak etkilemesi sonucunda kişinin tüm benliğini bu nesneye bırakması olarak açıklanmaktadır (Uzbay, 2009).

Bağımlılık genel haliyle olumsuz bir ifade olarak kullanılabilir. Birey kendi sınırlarını belirlemekte zorlanır ve istek arzuları oluşmadığı takdirde negatif yönde etkilenebilir.

Herhangi bir maddenin veya eylemin gereğinden fazla kullanılması bunun neticesinde kullanılan maddeye veya eyleme karşı bireyin tolerans göstermesi ve eylem veya madde kullanımı gerçekleşmediği zaman olumsuz etkilerin oluşması durumuna bağımlılık denmektedir (Uğurlu ve ark., 2012).

Bireylerin yalnız olmak ve ayrılık gibi olayları yaşaması bağımlılık kavramını ortaya çıkaran birçok etmenden bazıları olarak görülmektedir. Birey bu yaşadığı kaygı durumlarından kurtulmak adına farklı nesnelere yönelmekte ve bu dönemlerinde bağımlılık için daha hassas olmaktadır (Dilsiz, 2019).

Bireyin amacı doğrultusunda kararlı olması ve buna bağlı kalıp hareket etmesi bağımlılık olgusunun olumlu tarafı gibi düşünülebilir. Ancak bu hissiyat bireyi genelde olumsuz yönde etkilemektedir.

Bağımlılık kavramı insanların bağımlı oldukları herhangi bir durum, eylem veya maddeyi şiddetli biçimde yapma isteği uyandıran ve bu isteğin sonucu gerçekleştiği takdirde bireyde olumlu etkiler bırakan, bu istekler gerçekleştirilmediğinde ise kişi de olumsuz etkiler yaratan durumların genel adıdır (Hazar, 2011).

Birey içinde bulunduğu olumsuz hislerden uzaklaşmak adına bağımlı olduğu durumu gerçekleştirmesi önem arz etmektedir. Yapılan bu eylem sonucunda birey eskisine göre daha iyi hissediyorsa bağımlı olduğu tespit edilmektedir (Hazar, 2011).

Dünyanın gelişmesi birçok kavramı etkilediği gibi bağımlılık durumunu da etkilemiştir. Daha öncesinde bağımlılık için sigara, esrar, alkol gibi bireyi bağımlı yapan maddeler söz konusu iken günümüzde bağımlılık türleri çoğalmıştır. Oyun bağımlısı, iş bağımlısı, sosyal medya bağımlısı bunlardan bazılarıdır (Shaw ve Black, 2008).

2.13. Sosyal Medya Bağımlılığı

Birey kendi dışında çevresinde yer alan birçok insanla belirli sebepler doğrultusunda mecburiyet veya kendi istek arzusu dâhilinde iletişim kurmaktadır. İletişim ise insanoğlunun varlığından itibaren sürekli olarak değişim göstermektedir. Geçmişten günümüze ve günümüzden de geleceğe aktarılacak her türlü olay ve olgular iletişim araçları sayesinde gerçekleşmektedir (Gulmammadzada, 2020).

Sürekli olarak gelişen ve yerinde durmayan dünyada internet kavramının ortaya çıkması ve sonrasında günümüzde ki haline gelmesi iletişim araçlarını da geliştirmektedir (Özdemir, 2019).

Sosyal medya internetin gelişmesiyle karşımıza çıkan bir medya çeşididir. Bireylerin kendi fikirlerini, hislerini, düşüncelerini başka insanlarla paylaşabildiği ortak alana sosyal medya denmektedir (Bat ve Vural, 2010). Sosyal medya küresel olarak topluluklar veya kişisel iletişim sağlamaktadır (Ünal, 2015).

Bireyin çevrimiçi ortamda geçirdiği zaman bir kısıtlama getirilememesi ve kişiyi birçok açıdan olumsuz yönde etkilemesinden dolayı sosyal medya ve birbirinden ayırmanın pek mümkün olmadığı internet bağımlılığı kavramları ortaya çıkmıştır (Dilsiz, 2019,30).

Sosyal medyanın birçok etkisi hayatımıza işlemiş durumdadır. Hayatımızın neredeyse vazgeçilmezi olmasını sağlayan; ulaşılabilirliğinin kolay olması, hızlı iletişim sağlanması, eğlenme ve bilgi edinme gibi faktörleri vardır (Altunbaş ve Kul, 2015).

İnsanlar gündelik gelişmeler ve yenilikleri sosyal medyanın geniş kapsama alanı sayesinde takip edebilmektedir (Utma, 2019).

Sosyal medya her yaş insanın erişim sağlayabildiği bir alan olması ve hayatımıza olan yararlar sayesinde gün geçtikçe artan bir talep görmektedir (Davran, 2020).

Sosyal medyanın iletişim yönü sayesinde kendini yalnız hisseden bireyler çeşitli sosyal medya mecraları sayesinde farklı insanlarla kurdukları iletişimle beraber bu olumsuz hissiyatlarını değiştirebilmektedir (Çam ve İşbulan, 2012).

İletişim çeşitliliği sunan sosyal medya kolay ulaşılabilir olması nedeniyle de global dünyayı olabildiğince küçük hale getirmektedir. Bu durum birçok açıdan olumlu gibi gözükse bile bağımlılık etkisi ve kötü biçimde sosyal medyayı kullanmak günümüzde ki sorunlardan biri haline gelmiştir (Balcı ve Baloglu, 2018).

Teknolojinin getirdiği hız insanları teknolojik ortamlardan uzak durmasını gittikçe zorlaştırmaktadır. Teknoloji ile birlikte gelişen sosyal medya zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldıran bir etkiye sahiptir. İletişimin günümüzde güçlü bir yolu olan sosyal medya bu etkileşimler sonucunda bağımlılık durumuna yaklaşmaktadır (Ögel, 2012).

Sosyal medya içerisinde bireyin harcadığı zamanı kontrol edememesi, sosyal medya araçlarına erişilebilirlik sağlanmadığı zaman oluşan huzursuzluk hissi ve sinirlilik durumu, bireyin sosyal çevresine de olumsuz etki eden bir durumdur (Goldberg, 1996).

Bireyin sosyal medya araçlarına yönelik duyduğu aşırı ve karşı konulamaz isteğin sonucu olarak normalden daha fazla zaman geçirmesine sosyal medya bağımlılığı denilmektedir (İliş,2018: 21).

Literatüre bakıldığında sosyal medya bağımlılığı bireyin hayatının tamamını kapsayacak şekilde etki eden psikolojik, zihinsel ve iletişimsel alanlarda gelişen sorunlar olarak tanımlanmaktadır (Ünlü, 2018).

İnsanın günlük işlerini ve sorumluluklarını yapmasını sosyal medyada geçirdiği fazla vakit engellemektedir. Bu durum fark edilse bile önüne geçilememesi bağımlılık olarak ifade edilmektedir. Neticede kişi de psikolojik ve fiziksel problemler ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Ceyhan, Ceyhan ve Gürçan, 2007).

Sosyal medya bağımlılığı bireylerin internet ortamında geçirdiği zamanla benzerlik göstermesinden ötürü yapılan çalışmalarda ortak olarak ele alınmaktadır (Ünlü, 2018).

Sosyal medya bağımlılığının sebeplerinden biri olarak; kişinin gündelik gelişmeleri ve haberleri sosyal medya hızı doğrultusunda takip edememe korkusu olarak görülmektedir. Teknolojinin getirdiği hız doğal olarak sosyal medya hızını da etkilemektedir ve birey bu hıza ayak uyduramadığı zaman ulaşmak istediği durumdan kendini uzakta hissetmekte ve bu da korkuya yol açmaktadır (Yengin, 2014).

Biyolojik, çevresel ve ruhsal sebepler sosyal medya bağımlılığının sebepleri olarak üç ana etmen olarak görülmektedir (Yamangil, 2019: 15).

Normalin dışında genlere sahip olan bireylerde üretilen normal dışı protein sebebiyle beyinde ki zevk ve ödül mekanizması düzenli şekilde görevini yerine getirememektedir. Bu durum da yer alan kişiler kontrol becerileri konusunda yetersiz olmakta ve sosyal medya ya da başka bağımlılık yaratan madde ve eylemlere daha yatkın olmaktadır (Dilbaz, 2020: 1).

İnsanların özellikle sosyalleşme adına çevresinde olmayan yeni bireylerle tanışma arzusu, ilişkiler kurma isteği ve iletişim gibi etmenler bireyin sosyal medya da daha fazla vakit geçirmesine neden olmaktadır. Bu durum alışkanlık haline geldiği takdirde bağımlılık durumuna kadar ilerlemektedir (Otu, 2015: 12).

Bireyin aile fertleri arasındaki iletişimin; zorlu hayat şartları, iş hayatı ve çocuk eğitimi gibi nedenlerden ötürü zayıflamakta ve bu durum aile fertlerinin dışarda daha fazla zaman geçirmesine sebep olmaktadır. Birey ailesinin kendisinden uzakta olması sebebiyle sosyal medya mecralarında normalinden daha fazla vakit geçirebilmektedir (Güleç, 2018: 106)

Birey sosyal medya içerisinde kendi kimliğini oluşturabilmektedir. Oluşturulan kimlikler bireyle benzerlik göstermediği durumlar olmaktadır. Yaşam içerisinde elde edilemeyen nesneleri ya da statüleri sosyal medya içerisinde elde etmiş gibi göstermek mümkündür. Yalnız olan bir birey yalnızlığını kapatmak amacıyla görece sahte diye adlandırılabilir

profil oluşturup kendini olağan durumunun dışında göstermesi mümkündür. Bu ve benzeri durumlar bireylerin sosyal medyaya bağlılığını tetiklemektedir (Arslan ve ark, 2015).

Sosyal medya bağımlıları üzerinde yapılan çalışmaların sonucunda bağımlılığın birey üzerinde uyku bozukluğu, fiziksel bozukluklar, akademik hayata olumsuz etki, kaygı, endişe, korku gibi duygu durumlarının ortaya çıktığı görülmüştür (nal ve Deniz, 2016).

İnternetin sağladığı evrimii ortam ve kolay ulaşılabilirlik bireyin bu ortamda daha fazla vakit geçirmesini kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya mecralarında fazla vakit geçiren bireylerde psikolojik bozukluklar, kaygı, depresyon hali uzmanlar tarafından gözlemlenmiştir (Walker, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan bir başka çalışma da ise; bireyde gözlemlenen en sık sorunların gözde oluşan yorgunluk ve sonucunda göz bozukluğuına giden bir süreç olduğu görülmektedir. Bunun dışında boyun, eklem, sırt gibi bölgelerde ağrılar da fiziksel sorunlar olarak gözlemlenmiştir (Kuzu, 2011).

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmında; araştırmanın modeli, evren ve örneklemle beraber veri toplama süreci hakkında bilgiler aktarılacaktır. Bununla birlikte verilerin analiz edilmesi ve araştırma bulguları haline getirmesi, kullanılan ölçekler hakkında bilgiler verilecektir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nicel araştırma modellerinden “tarama araştırması” kullanılmıştır. Tarama araştırması “genel, ilişkisel ve nedensel” olmak üzere üç şekilde gerçekleştirilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Bu üç tarama araştırmasından “genel tarama” ve “ilişkisel tarama” yöntemi bu çalışmanın istatistiki analizlerinde kullanılmıştır. Genel tarama araştırması evrene ilişkin genel bir yargıya varmak, örneklem grubunun belli bir konudaki özellik ve tutumlarını belirlemek için kullanılan, çoğunlukla tanımlayıcı bilgiler barındıran bir tekniktir. İlişkisel tarama, iki veya daha fazla değişken arasında anlamlı ilişki ve anlamlı farklılık olup olmadığını korelasyon analizleri ve karşılaştırma analizleri ile tespit etmek için kullanılmaktadır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örneklem seçimi yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda uygulanacak madde sayısının 10 katı katılımcıya ulaşmak hedeflenmiştir. Google form üzerinden hedef kitleye ulaştırılan ölçek aracına 911 katılımcı yanıt vermiştir. Toplanan 911 veriden 310 verinin örnekleme temsil etmediği belirlendiğinden verilere gerekli veri temizleme işlemi yapıldıktan sonra kalan 601 veri SPSS 24 programına aktarılmıştır. SPSS programında üç ölçeğe de ayrı ayrı normallik analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler

sonucunda uç değer barındıran 92 verinin çıkarılmasına karar verilmiştir. Araştırma normallik dağılımını sağlayan 509 veri ile yürütülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın çalışma evrenini, 2020-2021 sezonunda Bartın, Trabzon, Ankara, İstanbul, Bolu, Eskişehir, illerinden kolayda örnekleme yöntemine göre belirlenen 509 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Katılım sağlayan 509 üniversite öğrencisinin 309' ununtakım ve bireysel spor branşlarında lisanslı sporcu olarak sportif faaliyetlerde bulunduğu kalan 200 katılımcının ise lisanslı olarak sportif faaliyetlerde yer almadığı tespit edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmada sportif faaliyetlere katılan bireylerin kişisel bilgilerini belirlemek üzere; cinsiyet, yaş, spor yapma durumu, sporculuk yaşı, aylık gelir, eğitim durumu, bölüm, sınıf, anne-baba eğitim durumu değişkenlerine yer verilmiştir.

3.3.2. Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği (SDZÖ)

Araştırmada sportif faaliyetlere katılan bireylerin duygusal zekâ düzeylerini belirlemek üzere Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden ve Dornheim (1998) tarafından geliştirilen ve Austin, Saklofske, Huang ve McKenneytarafından 2004 yılında 41 madde olarak yeniden düzenleneneve Tatar ve diğerleri (2017) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan schutte duygusal zekâ ölçeği (SDZÖ) kullanılmıştır.

SDZÖ üç alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutlardan İyimserlik / Ruh Halinin Düzenlenmesi boyutu 21, Duyguların Değerlendirilmesi boyutu 13 ve Duyguların Kullanımı boyutu da 7 maddeden meydana gelmektedir. Beşli Likerttipi ölçek olup, maddelerin sayısal olarak karşılığı; "Kesinlikle Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2 Fikrim yok =3, Katılıyorum=4, Kesinlikle Katılıyorum=5" olacak şekilde puanlanmıştır.

SDZÖ alt boyutlarını oluşturan maddeler ve ters maddeler aşağıdaki gibidir.

- İyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi: 21, 25, 37, 18, 38, 30, 27, 29,19, 33, 31, 7, 36, 9, 2, 11, 16, 5, 15, 1, 32.
- Duyguların değerlendirilmesi: 22, 40, 6, 17, 39, 35, 8, 24, 26, 3, 41, 28, 12
- Duyguların kullanımı: 34, 13, 14, 10, 4, 20, 23
- Ters Yönlü Maddeler: 3, 4, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 17, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 34, 35, 39, 40, 41

SDZÖ toplamından veya alt boyutlarından elde edilen puanlar 3'den küçük 1 veya 2 arasında ise o boyutlarda duygusal zekâ düzeyi düşük, aritmetik ortalaması 3'e yakın ise orta, 4 veya 5 arasında ise o boyutlarda duygusal zekâ düzeyi yüksek, olarak değerlendirilmiştir.

3.3.3. Hedef Bağlılığı Ölçeği (HBÖ)

Araştırmada sportif faaliyetlere katılan bireylerin hedef bağlılık düzeylerini belirlemek üzere Hollenbeck, Williams ve Klein (1989) tarafından 9 madde şeklinde geliştirilen, Klein, Wesson, Hollenbeck ve Wright (2001) tarafından 5 madde şeklinde yeniden düzenlenen ve Şenel ve Yıldız (2016) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan Hedef Bağlılığı ölçeği (HBÖ) kullanılmıştır.

Hedef Bağlılığı ölçeği tek boyutlu ve 5 maddeden meydana gelmektedir. Beşli Likert tipi ölçek olup, maddelerin sayısal olarak karşılığı; "Kesinlikle Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2 Fikrim yok =3, Katılıyorum=4, Kesinlikle Katılıyorum=5" olacak şekilde puanlanmıştır.

HBÖ alt boyutunu oluşturan maddeler ve ters maddeler aşağıdaki gibidir.

- Hedef Bağlılığı ölçeği maddeleri: 1*, 2*, 3, 4*, 5
- Ters Yönlü Maddeler: 1, 2 ve 4

Ölçeğin toplamından veya alt boyutlarından elde edilen puanların 3' den küçük 1 veya 2 arasında ise o boyutlarda duygusal zekâ düzeyi düşük, aritmetik ortalaması 3'e yakın ise orta, 4 veya 5 arasında ise o boyutlarda duygusal zekâ düzeyi yüksek, olarak değerlendirilmiştir.

3.3.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Araştırmada sportif faaliyetlere katılan bireylerin Sosyal Medya Bağımlılık düzeylerini belirlemek üzere Günüş (2009) tarafından geliştirilen ve geçerlik-güvenirlik çalışması yapılan internet bağımlılığı ölçeğinin alt boyutu olan işlevsellikte bozulma kısmı kullanılmıştır. Bu araştırmada internet bağımlılığı ölçeğinin işlevsellikte bozulma kısmının revize edilmiş hali olan 7 maddeli sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ) kullanılmıştır.

Revize edilen Sosyal Medya Bağımlılık ölçeği tek boyutlu ve 7 maddeden meydana gelmektedir. Beşli Likert tipi ölçek olup, maddelerin sayısal olarak karşılığı; "1= Hiçbir zaman; 2= Nadiren; 3= Bazen; 4= Sıklıkla; 5= Her zaman" olacak şekilde puanlanmıştır.

Alt boyutunu oluşturan maddeler ve ters maddeler aşağıdaki gibidir.

- Sosyal Medya Bağımlılık ölçeği maddeleri: 1,2,3,4,5,6,7

Ölçeğin toplamından veya alt boyutlarından elde edilen puanların 3' den küçük 1 veya 2 arasında ise o boyutlarda Sosyal Medya Bağımlılık düzeyi düşük, aritmetik ortalaması 3'e yakın ise orta, 4 veya 5 arasında ise o boyutlarda Sosyal Medya Bağımlılık düzeyi yüksek, olarak değerlendirilmiştir.

3.4. Araştırmada Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS programı kullanılmıştır.

Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach's Alpha katsayılarının değerlendirilmesinde aşağıdaki değerler dikkate alınmıştır.

- <0.40 ise ölçek güvenilir değildir.
- $0.40 < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir
- $0.60 < 0.80$ ise oldukça güvenilirdir.
- $0.80 < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Özdamar, 2002: 673).

Araştırmada birbirinden farklı iki grubun tek bağımsız değişkene ait ortalamalarının karşılaştırılmasında Bağımsız Örneklem T testi (Independent Samples T test), birbirinden farklı ikiden fazla grubun tek bağımsız değişkene ait ortalamalarının karşılaştırılmasında OneWay ANOVA testi, değişkenler arası ilişkileri test etmek için Pearson Korelasyon Analizi, Bağımlı değişkenler üzerinde bağımsız değişkenlerin etkisini (açıklama gücünü) belirlemek üzere Regresyon testi yapılmıştır.

T testi analizinde grup varyanslarının homojenliği Levene testi ile sınanarak anlamlılık değerine göre karar verilmiştir. ANOVA istatistiklerinde hangi post hoc testinin seçileceğine varyans dağılımlarının Levene testi homojenlik durumu incelendikten sonra PostHOC testlerinden Scheffe ve Tamhane gurubu kullanılarak gruplar arası farklılıklar değerlendirilmiştir. Regresyon analizlerinde ise normallik dağılımlarına saçılım grafiğine, histogram dağılımına ve Normal P-P Grafiğine bakılarak karar verilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular, alt bölümler ve tablolar halinde verilecek ve elde edilen bulgular hem kendi içinde hem de daha önce literatürde bulunanlarla ne gibi benzerlik-farklılıkları karşılaştırılarak, tartışılarak literatüre yapacağı katkı ortaya konulacaktır.

Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistik

Demografik Özellikler			Frekans	Yüzde %		Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	309	60.7	Sınıf Düzeyi	1.Sınıf	141	27.7	
	Kadın	200	39.3		2.Sınıf	69	13.6	
	Toplam	509	100,0		3.Sınıf	70	13.8	
					4.Sınıf	229	45.0	
					Toplam	509	100,0	
Yaş	18-20 yaş	127	25.0	Sporculuk Yılı	1-3 yıl	110	28.2	
	21-23 yaş	194	38.1		4-6 yıl	121	31.0	
	24-26 yaş	140	27.5		7-9 yıl	57	14.6	
	29-29 yaş	48	9.4		10 yıl ve üzeri	102	26.2	
	Toplam	509	100,0		Toplam	390	100,0	
Spor Yapma Durumu	Evet	390	76.6	Spor Kategorisi	Takım sporu	171	43.8	
	Hayır	119	23.4		Bireysel spor	219	56.2	
	Toplam	390	100,0		Toplam	390	100,0	
Gelir Düzeyi	1500 TL ve altı	297	58.3	Okuduğu Alan	Spor Bilimleri	309	60.7	
	1501-3500 TL	136	26.7		Sayısal	126	24.8	
	3501 TL ve üzeri	76	14.9		Sözel	74	14.5	
	Toplam	509	100,0		Toplam	509	100,0	
	İlkokul	269	52.8		İlkokul	180	35.4	

Anne Eğitim Durumu	Ortaokul	100	19.6	Baba Eğitim Durumu	Ortaokul	90	17.7
	Lise	98	19.3		Lise	164	32.2
	Üniversite	42	8.3		Üniversite	75	14.7
	Toplam	509	100,0		Toplam	509	100,0

Tablo 4.1’de yer alan sporcuların cinsiyete göre demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular incelendiğinde, 509 katılımcının %27,7’si 1. sınıf, %13,6’sı 2. sınıf, %13,8’i 3. sınıf, %45,0’i 4. sınıf olduğu görülmektedir. Yaş değişkenine göre katılımcılar incelendiğinde %25,0’ ı 18-20 yaş, %38,1’ i 21-23 yaş arası, %27,5’ i 24-26 yaş ve % 9,4’ü 27-29 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Sporcuların “sporculuk yaşı” değişkenine göre %28,2’ si 1-3 yıl, %31,0’ı 4-6 yıl, %14,6’sı 7-9 yıl, %26,2’si 10 yıl ve üstü olarak gruplandırılarak numaralandırılmıştır. Katılımcılar spor yapma durumuna göre incelendiğinde %76,6’sı spor yaptığı (evet), %23,44’ü spor yapmadığı (hayır) görülmektedir. Katılımcıların spor kategorisi değişkenine bakıldığında 390 sporcunun %43,8’i bireysel, %56,2’si takım sporları ile uğraştığı görülmektedir. Katılımcıların gelir durumu değişkenine bakıldığında %58,3’ünün 1500 TL ve altı, %26,7’sinin 1501-3500 TL, %14,9’unun 3501 TL ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre %60,7’sinin spor bilimleri fakültesi, %24,8’inin sayısal, %14,5’inin sözel bölümlerde eğitim aldığı görülmektedir. Katılımcıların anne eğitim durumuna bakıldığında %52,8’inin ilkököl, %19,6’sının ortaokul, %19,3’ünün lise, %8,3’ünün üniversite eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların baba eğitim durumuna bakıldığında %35,4’ünün ilkököl, %17,7’sinin ortaokul, %32,2’sinin lise, %14,7’sinin üniversite eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4.2: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Boyutlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Duygusal Zekâ Ölçeği	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	Kadın	309	4,10	,35	375.844	2.242	0.026	1*-2
	Erkek	200	4,02	,41				
Duyguların değerlendirilmesi	Kadın	309	3,73	,58	386.863	1.080	0.281	-
	Erkek	200	3,67	,66				
Duyguların kullanımı	Kadın	309	3,39	,62	507	5.147	0.000	1*-2
	Erkek	200	3,11	,59				

SDZÖ Toplam	Kadın	309	3,86	,36	395.298	3.089	0.002	1*-2
	Erkek	200	3,75	,40				

Tablo 4.2. incelendiğinde katılımcıların cinsiyet durumlarına göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(395.298)} = 3.089$; $p < .05$). Kadın ve erkek sporcuların alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde iyimserlik($t_{(375.844)} = 2.242$; $p < .05$), duyguların kullanımı($t_{(507)} = 5.147$; $p < .05$), alt boyutlarında kadınlar lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin kadınlarda erkeklerden daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.3: HBÖ Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Hedef Bağlılığı Ölçeği	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	Kadın	309	4.27	,60	507	0.343	0.732	-
	Erkek	200	4.25	,64				

Tablo 4.3. incelendiğinde katılımcıların cinsiyet durumlarına göre hedef bağlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = 0.343$; $p > .05$). Bu bulgu kadın ve erkek katılımcıların hedef bağlılık toplam puan ortalamalarının yüksek düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.4: SMBÖ Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	Kadın	309	1.79	,72	507	-1.003	0.316	-
	Erkek	200	1.86	,77				

Tablo 4.4. incelendiğinde katılımcıların cinsiyet durumlarına göre sosyal medya bağımlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -1.003$; $p > .05$). Bu bulgular kadın ve erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılık toplam puan ortalamalarının düşük düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.5: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Yaş Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Duygusal Zekâ Ölçeği	Yaş	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	18-23 yaş	321	4,07	,37	507	0.418	0.676	-
	24-29 yaş	188	4,06	,38				
Duyguların değerlendirilmesi	18-23 yaş	321	3,70	,63	507	-0.574	0.566	-
	24-29 yaş	188	3,73	,60				
Duyguların kullanımı	18-23 yaş	321	3,24	,62	507	-1.669	0.096	-
	24-29 yaş	188	3,34	,63				
SDZÖ Toplam	18-23 yaş	321	3,81	,38	507	-0.547	0.585	-
	24-29 yaş	188	3,83	,39				

Tablo 4.5. incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -0.585$; $p < .05$). SZDÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.81$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.6: HBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Hedef Bağlılığı Ölçeği	Yaş	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	18-23 yaş	321	4.32	,59	507	2.756	0.006	1*-2
	24-29 yaş	188	4.17	,65				

Tablo 4.6. incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre hedef bağlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(507)} = 2.756$; $p < .05$). Yaş değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.32$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.17$), 18-23 yaş lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu 18-23 yaş gurubunda olan katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin 24-29 yaş gurubunda olanlardan daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.7: SMBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Yaş	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
---------------------------------	-----	---	------	----	----	---	---	-------------------

SMBÖ Toplam	18-23 yaş	321	1.82	,71	507	0.097	0.922	-
	24-29 yaş	188	1.81	,78				

Tablo 4.7. incelendiğinde katılımcıların yaş değişkenine göre sosyal media bağımlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -0.097$; $p > .05$). Bu bulgular katılımcıların sosyal media bağımlılık toplam puan ortalamalarının 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.81$), 18-23 düşük düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.8: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Duygusal Zekâ Ölçeği	Spor yapma durumu	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	Evet	390	4,09	,38	507	2.366	0.018	1*-2
	Hayır	119	3,99	,36				
Duyguların değerlendirilmesi	Evet	390	3,74	,62	507	1.702	0.089	-
	Hayır	119	3,63	,59				
Duyguların kullanımı	Evet	390	3,23	,61	507	-3.125	0.002	1-2*
	Hayır	119	3,43	,64				
SDZÖ Toplam	Evet	390	3,83	,39	507	1.192	0.234	-
	Hayır	119	3,78	,35				

Tablo 4.8. incelendiğinde katılımcıların spor yapma değişkenine göre duygusal zekâ toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -1.192$; $p > .05$). SZDÖ alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde ise iyimserlik alt boyutunda evet($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.09$), ile hayır($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.99$),diyen gurup arasında evet diyen gurup lehine anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duyguların kullanımı alt boyutunda ise evet($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.23$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.43$), diyen gurup arasında hayır diyen gurup lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir. SZDÖ alt boyut ve toplam puan ortalamaları incelendiğinde katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.9: HBÖ Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Hedef Bağıllığı Ölçeği	Yaş	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	Evet	390	4.31	,59	507	3.327	0.001	1*-2
	Hayır	119	4.10	,66				

Tablo 4.9. incelendiğinde katılımcıların spor yapma durumu değişkenine göre hedef bağıllık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(507)} = 3.327$; $p < .05$). Spor yapma durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde evet ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.31$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.10$), diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu spor yapma durumuna “evet” diyen grubun hedef bağıllık düzeylerinin “hayır” diyen gruptan daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.10: SMBÖ Toplam Puanlarının Spor Yapma Değişkenine Göre T-Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Yaş	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	Evet	390	1.76	,71	177.526	-2.724	0.004	1*-2
	Hayır	119	1.99	,81				

Tablo 4.10. incelendiğinde katılımcıların spor yapma durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(177,526)} = -2.724$; $p < .05$). Spor yapma durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde evet ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.76$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.99$), diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu spor yapma durumuna “evet” diyen grubun sosyal medya bağımlılık düzeylerinin “hayır” diyen gruptan daha düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.11: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Gelir durumu	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Farklılık
İyimserlik	1500 TL ve altı	297	4,03	,38	Gruplar arası 0.854 Grup içi 70.202	2,506	Gruplar arası 0.427 Grup içi 0.139	3.079	0.047	0.01	1-2*
	1501-3500 TL	136	4,13	,37							
	3501TL ve üzeri	76	4,08	,36							
Duyguların Değerlendirilme	1500 TL ve altı	297	3,66	,59	Gruplar arası 1.572	2,506	Gruplar arası 0.786	2.083	0.126	-	-
	1501-	136	3,78	,61							

	3500 TL				Grup içi 190.86 1		Grup içi 0.377				
	3501TL ve üzeri	76	3,76	,71							
Duyguların Kullanımı	1500 TL ve altı	297	3,25	,60	Grupla r arası 1.694	2,506	Grupla r arası 0.847	2.207	0.111	-	-
	1501- 3500 TL	136	3,37	,63	Grup içi 194.20 1		Grup içi 0.384				
	3501TL ve üzeri	76	3,21	,68							
SDZÖ Toplam	1500 TL ve altı	297	3,78	,36	Grupla r arası 1.070	2,506	Grupla r arası 0.535	3,722	.025	0.01	1- 2*
	1501- 3500 TL	136	3,89	,39	Grup içi 72.728		Grup içi 0.144				
	3501TL ve üzeri	76	3,83	,42							

Tablo4.11. incelendiğinde “gelir durumu” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık tespit edildiği görülmektedir ($F_{(2,506)} = 3.722$; $p < .05$). Guruplar ayrıntısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde guruplar arasında anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı gurup ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 TL aylık gelir belirten gurup lehine olduğu görülmektedir($p < .05$). Gelir durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{yüksek} = 3.78$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{yüksek} = 3.89$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{yüksek} = 3.83$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Alt boyutlar incelendiğinde “iyimserlik” [$F_{(2,506)} = 3.079$; $p < .05$]., alt boyutunda Scheffe çoklu karşılaştırma testine göre anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı gurup ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 TL gurubu lehine olduğu diğer alt boyutlarda ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,01, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %1’inin bağımsız değişken “gelir durumu” tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 4.12: HBÖ Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Gelir durumu	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	İli Farklılı
HB Ö Toplam	1500 TL ve altı	297	4.25	,62	Grupla r arası	2,506	Grupla r arası	0.540	.583	-	-

	1501-3500 TL	136	4.30	,55	0.410		0.205				
	3501TL ve üzeri	76	4.22	,69	Grup içi 192.327		Grup içi 0.380				

Tablo4.12. incelendiğinde “gelir durumu” değişkenine göre katılımcıların hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($F_{(2,506)} = 0.540$; $p > .05$). Gelir durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.25$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.22$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.13: SMBÖ Toplam Puanlarının Gelir Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Gelir durumu	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	1500 TL ve altı	297	1.89	,77	Gruplar arası 4.674	2,506	Gruplar arası 2.337	4.341	.014	0.02	1-2*
	1501-3500 TL	136	1.66	,62	Grup içi 272.408		Grup içi 0.538				
	3501TL ve üzeri	76	1.81	,79							

Tablo 4.13. incelendiğinde “gelir durumu” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F_{(2,506)} = 4.341$; $p < .05$). Gruplar ayrıştırmada yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı grup ile 1501-3500 TL arasında 1500 TL ve altı aylık gelir belirten grup lehine olduğu görülmektedir ($p < .05$). Gelir durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.89$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.66$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.81$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.14: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu alan	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	I_1 Farklı
İyimserlik	Spor bilimleri	309	4.06	,39	Gruplar arası	2,506	Gruplar arası	2.176	0.115	-	-
	Sayısal alanlar	126	4.03	,35	0.606		0.303				
	Sözel alanlar	74	4.13	,32	Grup içi 70.450		Grup içi 0.139				
Duyguların Değerlendirilmesi	Spor bilimleri	309	3.70	,66	Gruplar arası	2,506	Gruplar arası	0.198	0.820	-	-
	Sayısal alanlar	126	3.72	,54	0.151		0.075				
	Sözel alanlar	74	3.74	,54	Grup içi 192.282		Grup içi 0.380				
Duyguların Kullanımı	Spor bilimleri	309	3.19	,62	Gruplar arası	2,506	Gruplar arası	8.337	0.000	0.03	1-3*
	Sayısal alanlar	126	3.35	,60	6.250		3.125				
	Sözel alanlar	74	3.50	,60	Grup içi 189.646		Grup içi 0.375				
SDZÖ Toplam	Spor bilimleri	309	3.80	,41	Gruplar arası	2,506	Gruplar arası	2.290	.102	-	-
	Sayısal alanlar	126	3.82	,33	0.662		0.331				
	Sözel alanlar	74	3.90	,34	Grup içi 73.136		Grup içi 0.145				

Tablo 4.14. incelendiğinde “okuduğu alan” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 2.290$; $p > .05$). Okuduğu alandeğişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), sayısal ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.82$), sözel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.90$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Guruplar ayrıntısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde ise “duyguların kullanımı” ($F_{(2,506)} = 8.337$; $p < .05$) alt boyutunda spor bilimleri alanında okuyan grup ile sözel alanlarda okuyan grup arasında “sözel” grup lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir ($p < .05$). Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3’ünün bağımsız değişken “okuduğu alan” tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 4.15: HBÖ Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu alan	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	Spor bilimleri	309	4.31	,61	Gruplar arası 1.905 Grup içi 190.833	2,506	Gruplar arası 0.952 Grup içi 0.377	2.525	.081	-	-
	Sayısal alanlar	126	4.17	,64							
	Sözel alanlar	74	4.22	,59							

Tablo 4.15. incelendiğinde “Okuduğu alan” değişkenine göre katılımcıların hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 2.525$; $p > .05$). Okuduğu alan değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.31$), sayısal ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.17$), sözel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.22$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.16: SMBÖ Toplam Puanlarının Okuduğu Alan Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu alan	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	Spor bilimleri	309	1.79	,74	Gruplar arası 0.502 Grup içi 276.580	2,506	Gruplar arası 0.251 Grup içi 0.547	0.459	.632	-	-
	Sayısal alanlar	126	1.86	,73							
	Sözel alanlar	74	1.84	,75							

Tablo 4.16. incelendiğinde “Okuduğu alan” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 0.459$; $p > .05$). Okuduğu alan değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.79$), sayısal ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.86$), sözel ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.84$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.17: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu sınıf	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	İli Farklı
İyimserlik	1.sınıf	141	4.03	,39	Gruplar arası 0.606 Grup içi 70.450	3,505	Gruplar arası 0.186 Grup içi 0.140	1.332	0.263	-	-
	2.sınıf	69	4.14	,41							
	3.sınıf	70	4.04	,34							
	4.sınıf	229	4.06	,36							
Duyguların Değerlendirilmesi	1.sınıf	141	3.63	,62	Gruplar arası 0.151 Grup içi 192.282	3,505	Gruplar arası 1.507 Grup içi 0.372	4.049	0.007	0.02	2* 3
	2.sınıf	69	3.87	,61							
	3.sınıf	70	3.56	,65							
	4.sınıf	229	3.75	,59							
Duyguların Kullanımı	1.sınıf	141	3.21	,59	Gruplar arası 6.250 Grup içi 189.646	3,505	Gruplar arası 0.515 Grup içi 0.385	1.339	0.261	-	-
	2.sınıf	69	3.30	,73							
	3.sınıf	70	3.22	,64							
	4.sınıf	229	3.33	,59							
SDZÖ Toplam	1.sınıf	141	3.77	,37	Gruplar arası 0.662 Grup içi 73.136	3,505	Gruplar arası 0.481 Grup içi 0.143	3.360	.019	-	Scheffe (yok)
	2.sınıf	69	3.91	,38							
	3.sınıf	70	3.75	,39							
	4.sınıf	229	3.84	,38							

Tablo 4.17. incelendiğinde “okuduğu sınıf” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin SDZÖ toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 3.360$; $p < .05$). Guruplar ayrıtısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde ise SDZÖ toplam puan ortalamalarında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca “duyguların değerlendirilmesi” ($F_{(3,505)} = 4.049$; $p < .05$) alt boyutunda ise 2. sınıfta okuyan gurup ile 3. sınıfta okuyan gurup arasında “2.sınıf” gurubu lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir ($p < .05$). Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,02, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %2’sinin bağımsız değişken “okuduğu sınıf” değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Okuduğu sınıf değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları

incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.77$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.91$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.75$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.84$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.18: HBÖ Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu sınıf	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	1.sınıf	141	4.33	,63	Gruplar arası 2.017 Grup içi 190.721	3,505	Gruplar arası 0.672 Grup içi 0.378	1.780	.150	-	-
	2.sınıf	69	4.34	,71							
	3.sınıf	70	4.16	,56							
	4.sınıf	229	4.23	,59							

Tablo 4.18. incelendiğinde “Okuduğu sınıf” değişkenine göre katılımcıların hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.780$; $p>.05$). Okuduğu sınıf değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.33$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.34$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.16$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.23$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.19: SMBÖ Toplam Puanlarının Sınıf Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Okuduğu sınıf	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	1.sınıf	141	1.77	,70	Gruplar arası 0.2.263 Grup içi 274.819	3.505	Gruplar arası 0.754 Grup içi 0.544	1.386	.246	-	-
	2.sınıf	69	1.83	,74							
	3.sınıf	70	1.97	,88							
	4.sınıf	229	1.79	,71							

Tablo 4.19. incelendiğinde “Okuduğu sınıf” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.386$; $p>.05$). Okuduğu sınıf değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}}=1.77$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}}=1.83$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}}=1.97$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}}=1.79$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

=1.97), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}}=1.79$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.20: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	anne eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplam	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	$t_{\text{Farklı}}$
İyimserlik	İlkokul	269	4.09	,35	Gruplar arası 0.1350 Grup içi 71.056	3,505	Gruplar arası 0.450 Grup içi 0.138	3.259	0.021	-	Tamhane (yok)
	Ortaokul	100	4.09	,28							
	Lise	98	4.00	,44							
	Üniversite	42	4.94	,52							
Duyguların Değerlendirilmesi	İlkokul	269	3.70	,63	Gruplar arası 0.351 Grup içi 192.082	3,505	Gruplar arası 0.117 Grup içi 0.380	0.307	0.820	-	-
	Ortaokul	100	3.76	,51							
	Lise	98	3.69	,66							
	Üniversite	42	3.69	,66							
Duyguların Kullanımı	İlkokul	269	3.30	,65	Gruplar arası 0.269 Grup içi 195.626	3,505	Gruplar arası 0.090 Grup içi 0.387	0.232	0.874	-	-
	Ortaokul	100	3.29	,54							
	Lise	98	3.25	,63							
	Üniversite	42	3.23	,62							
SDZÖ Toplam	İlkokul	269	3.83	,38	Gruplar arası 0.612 Grup içi 73.186	3,505	Gruplar arası 0.204 Grup içi 0.145	1.408	0.239	-	-
	Ortaokul	100	3.85	,28							
	Lise	98	3.78	,41							
	Üniversite	42	3.74	,48							

Tablo 4.20. incelendiğinde “anne eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı

görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.408$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde “iyimserlik” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Fakat guruplar ayrıntısında yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise “iyimserlik” alt boyut puan ortalamasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > .05$). Anne eğitim durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.85$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.78$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.74$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.21: HBÖ Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	anne eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	İlkokul	269	4.28	,61	Gruplar arası 5.386 Grup içi 187.351	3,505	Gruplar arası 1.795 Grup içi 0.371	4.840	.002	0.03	1* ve 2* ile 4
	Ortaokul	100	4.39	,53							
	Lise	98	4.20	,66							
	Üniversite	42	3.98	,67							

Tablo 4.21. incelendiğinde “anne eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların hedef bağlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 4.840$; $p < .05$). Guruplar ayrıntısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde anne eğitim düzeyi ilkokul ve ortaokul olan gurupla üniversite olan gurup arasında ilkokul ve ortaokul lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3’ ünün bağımsız değişken “anne eğitim durumu” değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Anne eğitim durumu değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.28$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.39$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.20$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.98$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.22: SMBÖ Toplam Puanlarının Anne Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	anne eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	İlkokul	269	1.82	,75	Gruplar arası 0.668 Grup içi 276.414	3.505	Gruplar arası 0.223 Grup içi 0.547	0.407	.748	-	-
	Ortaokul	100	1.75	,69							
	Lise	98	1.82	,75							
	Üniversite	42	1.89	,76							

Tablo 4.22. incelendiğinde “anne eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 0.407$; $p > .05$). Anne eğitim durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.75$), Lise ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.89$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.23: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Baba eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	İlkokul	180	4.05	,34	Gruplar arası 1.277 Grup içi 69.779	3,505	Gruplar arası 0.426 Grup içi 0.138	3.081	0.027	-	Tamhane (yok)
	Ortaokul	90	4.13	,37							
	Lise	164	4.09	,38							
	Üniversite	75	3.97	,42							
Duyguların Değerlendirilmesi	İlkokul	180	3.64	,59	Gruplar arası 1.846 Grup içi 190.587	3,505	Gruplar arası 0.615 Grup içi 0.377	1.630	0.181	-	-
	Ortaokul	90	3.78	,68							
	Lise	164	3.77	,62							
	Üniversite	75	3.68	,57							
Duyguların Kullanımı	İlkokul	180	3.30	,65	Gruplar arası 0.276 Grup içi	3,505	Gruplar arası 0.092 Grup içi	0.237	0.870	-	-
	Ortaokul	90	3.24	,68							
	Lise	164	3.2	,59							

			7		195.620		0.387				
	Üniversite	75	3.31	,56							
SDZÖ Toplam	İlkokul	180	3.79	,37	Gruplar arası 0.717 Grup içi 73.081	3,505	Gruplar arası 0.239 Grup içi 0.145	1.653	0.176	-	-
	Ortaokul	90	3.86	,37							
	Lise	164	3.85	,38							
	Üniversite	75	3.76	,42							

Tablo 4.23. incelendiğinde “baba eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.653$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde “iyimserlik” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Fakat gruplar ayrıştırısında yapılan Scheffe ve Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise “iyimserlik” alt boyut puan ortalamasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > .05$). Baba eğitim durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.79$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.86$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.85$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.76$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.24: HBÖ Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Baba eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	İlkokul	180	4.20	,65	Gruplar arası 2.766 Grup içi 189.972	3,505	Gruplar arası 0.922 Grup içi 0.376	2.451	.063	-	-
	Ortaokul	90	4.29	,62							
	Lise	164	4.35	,57							
	Üniversite	75	4.16	,60							

Tablo 4.24. incelendiğinde “baba eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların hedef bağlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 2.451$; $p > .05$). Baba eğitim durumu değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.20$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.29$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.35$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.16$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan

ortalamlarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.25: SMBÖ Toplam Puanlarının Baba Eğitim Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Baba eğitim	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	İlkokul	180	1.86	,78	Gruplar arası 5.604 Grup içi 271.478	3.505	Gruplar arası 1.868 Grup içi 0.538	3.475	.016	0.02	2-4*
	Ortaokul	90	1.65	,68							
	Lise	164	1.77	,67							
	Üniversite	75	1.99	,80							

Tablo 4.25. incelendiğinde “baba eğitim durumu” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 3.475$; $p < .05$). Gruplar ayrıştırısında yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde baba eğitim durumu üniversite olanlar ile ortaokul olanlar arasında üniversite lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,02 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %2’ sinin bağımsız değişken “baba eğitim durumu” değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Babaeğitim durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.86$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.65$), Lise ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.77$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.99$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.26: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Yaş	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	18-20 yaş	127	4.03	,38	Gruplar arası 0.414 Grup içi 70.642	3,505	Gruplar arası 0.138 Grup içi 0.140	0.987	0.398	-	-
	21-23 yaş	194	4.09	,36							
	24-26 yaş	140	4.07	,40							
	27-29 yaş	48	4.02	,31							

Duyguların Değerlendirilmesi	18-20 yaş	127	3,68	,61	Gruplar arası 1.349 Grup içi 191.084	3,505	Gruplar arası 0.450 Grup içi 0.378	1.188	0.314	-	-
	21-23 yaş	194	3,71	,64							
	24-26 yaş	140	3,68	,63							
	27-29 yaş	48	3,87	,48							
Duyguların Kullanımı	18-20 yaş	127	3,22	,59	Gruplar arası 1.683 Grup içi 194.212	3,505	Gruplar arası 0.561 Grup içi 0.385	1.459	0.225	-	-
	21-23 yaş	194	3,26	,63							
	24-26 yaş	140	3,31	,65							
	27-29 yaş	48	3,43	,53							
SDZÖ Toplam	18-20 yaş	127	3,78	,38	Gruplar arası 0.311 Grup içi 73.487	3,505	Gruplar arası 0.104 Grup içi 0.146	0.714	0.544	-	-
	21-23 yaş	194	3,83	,37							
	24-26 yaş	140	3,82	,41							
	27-29 yaş	48	3,87	,31							

Tablo 4.26. incelendiğinde “yaş” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam ve alt boyut puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 0.714$; $p > .05$). Yaş değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 18-20 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.78$), 21-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), 24-26 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.82$), 27-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.87$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.27: HBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Yaş	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	18-20 yaş	127	4.32	,62	Gruplar arası 5.445 Grup içi 187.293	3,505	Gruplar arası 1.893 Grup içi 0.371	4.893	.002	0.03	3-1,2,4
	21-23 yaş	194	4.32	,56							
	24-26 yaş	140	4.10	,68							
	27-29 yaş	48	4.37	,54							

Tablo 4.27. incelendiğinde “yaş” değişkenine göre katılımcıların hedef bağlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 4.893$; $p < .05$). Guruplar ayrıştırısında yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde 24-26 yaş gurubunda olanlar ile diğer yaş gurubunda olanlar arasında 24-26 yaş aleyhine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3’ ünün bağımsız değişken “yaş” değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Yaş değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 18-20 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.32$), 21-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.32$), 24-26 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.10$), 27-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.37$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.28: SMBÖ Toplam Puanlarının Yaş Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Yaş	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	18-20 yaş	127	1.82	,69	Gruplar arası 1.619 Grup içi 275.463	3.505	Gruplar arası 0.540 Grup içi 0.545	0.990	.397	-	-
	21-23 yaş	194	1.82	,73							
	24-26 yaş	140	1.86	,84							
	27-29 yaş	48	1.65	,57							

Tablo 4.28. incelendiğinde “yaş” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 0.990$; $p > .05$). Yaş değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 18-20 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), 21-23 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), 24-26 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.86$), 27-29 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.65$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.29: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Sporculuk yılı	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	1-3 yıl	110	4.10	,36	Gruplar arası 0.173 Grup içi 54.769	3,386	Gruplar arası 0.058 Grup içi 0.142	0.407	0.748	-	-
	4-6 yıl	121	4.10	,39							
	7-9 yıl	57	4.05	,33							
	10 yıl ve üzeri	102	4.06	,40							
Duyguların Değerlendirilmesi	1-3 yıl	110	3.77	,57	Gruplar arası 0.376 Grup içi 149.528	3,386	Gruplar arası 0.125 Grup içi 0.387	0.323	0.808	-	-
	4-6 yıl	121	3.69	,61							
	7-9 yıl	57	3.77	,59							
	10 yıl ve üzeri	102	3.73	,70							
Duyguların Kullanımı	1-3 yıl	110	3.37	,64	Gruplar arası 4.160 Grup içi 139.179	3,386	Gruplar arası 1.387 Grup içi 0.361	3.845	0.010	0.03	1*₃
	4-6 yıl	121	3.27	,55							
	7-9 yıl	57	3.08	,56							
	10 yıl ve üzeri	102	3.14	,64							
SDZÖ Toplam	1-3 yıl	110	3.87	,37	Gruplar arası 0.337 Grup içi 59.112	3,386	Gruplar arası 0.112 Grup içi 0.153	0.733	0.533	-	-
	4-6 yıl	121	3.83	,39							
	7-9 yıl	57	3.80	,33							
	10 yıl ve üzeri	102	3.80	,44							

Tablo 4.29. incelendiğinde “Sporculuk yılı” değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.733$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde “duyguların kullanımı” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < .05$). Gruplar ayrıştırılmasında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise “duyguların kullanımı” alt boyutunda 1-3 yıl ile 7-9 yıl grupları arasında 1-3 yıl lehine anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3’ ünün bağımsız değişken “Sporculuk yılı” değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Spor yılı değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{yüksek} = 3.87$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{yüksek}$

=3.83), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.30: HBÖ Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Sporculuk yılı	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	1-3 yıl	110	4.34	,51	Gruplar arası 0.761 Grup içi 136.509	3,386	Gruplar arası 0.254 Grup içi 0.354	0.718	.542	-	-
	4-6 yıl	121	4.34	,57							
	7-9 yıl	57	4.21	,66							
	10 yıl ve üzeri	102	4.30	,66							

Tablo 4.30. incelendiğinde “Sporculuk yılı” değişkenine göre katılımcıların hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.718$; $p > .05$). Sporculuk yılı değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.34$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.34$), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.21$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.31: SMBÖ Toplam Puanlarının Sporculuk Yılı Değişkeni ANOVA Sonuçları

Boyut	Sporculuk yılı	n	Ort.	Ss	Kareler toplamı	Sd	Kareler ortalaması	F	p	η^2	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	1-3 yıl	110	1.74	,64	Gruplar arası 0.421 Grup içi 195.551	3.386	Gruplar arası 0.140 Grup içi 0.507	0.277	.842	-	-
	4-6 yıl	121	1.74	,66							
	7-9 yıl	57	1.75	,69							
	10 yıl ve üzeri	102	1.82	,85							

Tablo 4.31. incelendiğinde “Sporculuk yılı” değişkenine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.277$; $p > .05$). Spor yılı değişkenine göre SMBÖ toplam puan

ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.75$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.32: SDZÖ Alt Boyut ve Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T-Testi Sonuçları

Duygusal Zekâ Ölçeği	Spor kategorisi	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
İyimserlik	Bireysel	171	4,06	,41	329.836	-1.028	0.305	-
	Takım	219	4,10	,34				
Duyguların değerlendirilmesi	Bireysel	171	3,70	,69	321.473	-0.972	0.332	-
	Takım	219	3,76	,56				
Duyguların kullanımı	Bireysel	171	3,21	,61	388	-0.493	0.622	-
	Takım	219	3,25	,61				
SDZÖ Toplam	Bireysel	171	3,80	,43	325.513	-1.123	0.250	-
	Takım	219	3,85	,35				

Tablo 4.32. incelendiğinde katılımcıların “spor kategorisi” değişkenine göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(325,513)} = -1.123$; $p > .05$). Spor kategorisi değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde Bireysel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), Takım ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.85$), düzeyinde birbirine yakın ve katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.33: HBÖ Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T-Testi Sonuçları

Hedef Bağlılığı Ölçeği	Spor kategorisi	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
HBÖ Toplam	Bireysel	171	4.30	,61	388	-0.443	0.658	-
	Takım	219	4.33	,59				

Tablo 4.33. incelendiğinde katılımcıların spor kategorisi durumu değişkenine göre hedef bağlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(388)} = -0.443$; $p > .05$). Spor kategorisi değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde Bireysel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), Takım ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.33$), düzeyinde birbirine yakın ve katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.34: SMBÖ Toplam Puanlarının Spor Kategorisi Değişkeni T-Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Spor kategorisi	N	Ort.	Ss	Sd	t	p	Anlamlı Farklılık
SMBÖ Toplam	Bireysel	171	1.79	,70	388	0.657	0.512	-
	Takım	219	1.74	,72				

Tablo 4.34. incelendiğinde katılımcıların spor kategorisi değişkenine göre sosyal medya bağımlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(388)} = 0.657$; $p > .05$). Spor kategorisi durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde Bireysel ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.79$), ile takım ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), düzeyinde düşük ve birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu bulgu spor kategorisi durumuna göresosyal media bağımlılık düzeylerinin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.35: Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi

	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Katsayılar	t	p	Tolerance	VIF	Model		
	B	Std. Hata	Beta*					R ²	F	P
Constant	4.227	0.048		87,250	0.000			0.168	78.241	0.000
SMBÖ	-,226	0.026	-,410	-8.845	0.000	1.000	1.000			
Bağımlı Değişken: Duygusal Zekâ								R	Sd	
Bağımsız Değişken: Sosyal Medya Bağımlılığı								,410	1,388	

Regresyon analizi sonucunda Tablo 4.35.'te görüldüğü üzere; sosyal medya bağımlılığı spor yapan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. (($R = ,410$, $R^2 = ,168$, $F(1,388) = 78.241$ $p < 0,01$). Buna göre bağımsız değişken “sosyal medya bağımlılığı”, bağımlı değişken olan “duygusal zekâ”yı %17 oranında açıklamaktadır. ($R^2 = 0,168$).

Tablo 4.36: Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Hedef Bağlılık Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi

	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Katsayılar	t	p	Tolerance	VIF	Model		
	B	Std. Hata	Beta*					R^2	F	P
Constant	4.932	0.073		67.345	0.000			0.176	82.988	0.000
HBÖ	-,351	0.039	-,420	-9.110	0.000	1.000	1.000			
	Bağımlı Değişken: Hedef Bağlılığı							R	Sd	
	Bağımsız Değişken: Sosyal Medya Bağımlılığı							,420	1.388	

Regresyon analizi sonucunda Tablo 4.36.'da görüldüğü üzere; sosyal medya bağımlılığı spor yapan üniversite öğrencilerinin hedef bağımlılığı düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. (($R = ,420$, $R^2 = ,176$, $F(1,388) = 82.988$ $p < 0,01$). Buna göre bağımsız değişken “sosyal medya bağımlılığı”, bağımlı değişken “hedef bağımlılığı”nı %18 oranında açıklamaktadır. ($R^2 = 0,176$).

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde katılımcıların Shutte Duygusal Zekâ Ölçeği, Hedef Bağlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği düzeylerine ilişkin bulgular literatür ışığında tartışılmış, ardından sonuç kısmında çalışma hatlarıyla verilmiş ve ardından tespitler yapılarak önerilere yer verilmiştir.

5.1. Tartışma

Katılımcıların cinsiyet durumlarına göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanları incelendiğinde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(395,298)} = 3.089$; $p < .05$). Kadın ve erkek sporcuların alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde iyimserlik ($t_{(375,844)} = 2.242$; $p < .05$), duyguların kullanımı ($t_{(507)} = 5.147$; $p < .05$), alt boyutlarında kadınlar lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

Göçet (2006) üniversite öğrencileri üzerine yapılan duygusal zekâ çalışmasında kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Bir başka çalışmada bireylerin cinsiyetlerini karşılaştırmış ve kadınların erkeklere göre duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir (Harrod ve Scheer, 2005). Karademir ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada (2010) katılımcıların cinsiyet değişkeni ile duygusal zekâ düzeyleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmediği ancak kadınların erkeklere göre daha yüksek puan aldığını tespit etmişlerdir. Bar-on ve arkadaşları (2000) kadın ve erkeklerin duygusal zekâ puanları açısından anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Bazı çalışmalarda ise çalışmamıza paralel olarak kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla duygusal zekâ puanlarını daha yüksek bulmuşlardır (Salovey ve Mayer, 1990). Kadınların biyolojik anlamda daha yetkin olmaları

ve duygusal durumlara erkeklere oranla daha fazla önem vermesi, yapılan çalışmalarda kadınların duygusal zekâ puanlarının daha yüksek çıkmasına sebep olarak söylenebilir.

Katılımcıların cinsiyet durumlarına göre hedef bağıllık toplam puanlarında anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = 0.343$; $p > .05$). Bu bulgu kadın ve erkek katılımcıların hedef bağıllık toplam puan ortalamalarının yüksek düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Yıldız (2019) çalışmasında hedef bağıllığının cinsiyetlere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. McGlashan ve ark. (1995) yaptığı çalışmada hedef bağıllığıyla cinsiyet arasında negatif yönlü ilişki tespit etmiştir. Bu bağlamda; kadınların hedef bağıllık düzeylerinin erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmaların aksine bulgularımızı destekler nitelikte çalışmalarda bulunmaktadır. Bu bağlamda; Fishbach ve Dhar (2005) cinsiyet değişkeninin hedef bağıllığı üzerinde etki göstermediğini ortaya koymuştur. De Clercq ve ark. (2009) cinsiyet ile hedef bağıllığı arasında anlamlı ilişki olmadığını belirtmiştir. Oettingen ve ark. (2009) cinsiyetin hedef bağıllığı üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını göstermiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumlarına göre sosyal medya bağımlılık toplam puanları incelendiğinde anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -1.003$; $p > .05$). Bu bulgular kadın ve erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılık toplam puan ortalamalarının düşük düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Arslan (2021) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit etmiştir. Buna bağlamda kadın katılımcıların sosyal puanları erkek katılımcıların puanlarına göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kaya (2019) yaptığı çalışmada cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki tespit etmiştir. Buna göre erkeklerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Şeker (2018) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş ve kadın katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan başka çalışmada da cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı değişkeni arasında kadınların erkeklere oranla daha yüksek puan aldığı şeklinde anlamlı ilişki bulunmuştur (Andreassen ve ark., 2017).

Katılımcıların yaş değişkenine göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanları incelendiğinde anlamlı ilişki tespit edilmemiştir ($t_{(507)} = -0.585$; $p < .05$). SZDÖ toplam puan

ortalamaları incelendiğinde 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.81$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Çalışmada duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanlarının yaş değişkeni ile anlamlı bir ilişkisi bulunmamıştır. Akbaş (2006) yaptığı çalışmada çalışmamıza paralel olarak duygusal zekâ ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Aynı şekilde Bender (2006)'de yaptığı çalışmada yaş değişkeni ile duygusal zekâ arasında anlamlı ilişki bulamamıştır. Özbiçer (2013) yaptığı çalışmada duygusal zekâ düzeyi ile yaş arasında düşük düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır. Bu bağlamda yaş yükseldikçe duygusal zekâ düzeyi de yükselmektedir sonucuna varmıştır. Karakaş ve Küçükoglu (2011) yaptıkları çalışmada yaş değişkeni ile duygusal zekâ düzeyi arasında ilişki tespit etmişlerdir. Bu bağlamda yaş ilerledikçe duygusal zekâ düzeyinin de ilerlediği sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Uzuner (2012) yaptığı çalışmada insan yaş aldıkça duygusal zekâ düzeyinin de geliştiğini ifade eden bulgular elde etmiştir. Çalışmamıza paralel olarak Cerit (2012) ve Kuzu (2008) çalışmalarında yaş değişkeni ile duygusal zekâ arasında anlamlı ilişki tespit edememişlerdir. Aynı şekilde Okumuş ve Uğur'un (2017) yaptığı çalışmada da yaş değişkeni ile duygusal zekâ arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcıların yaş değişkenine göre hedef bağlılık toplam puanlarında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(507)} = 2.756$; $p < .05$). Yaş değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.32$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.17$), 18-23 yaş lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu 18-23 yaş grubunda olan katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin 24-29 yaş grubunda olanlardan daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. 18-23 yaş üniversite başlangıç yaşı ortalaması olarak bakıldığında bireylerin bu yaşlarda hedeflerine daha bağlı oldukları düşünülebilir.

Salim (2018) oryantiring sporcuları üzerine yaptığı çalışmada, hedef bağlılığı ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit etmemiştir. Çekceoglu (2019), yapmış olduğu yüksek lisans tezi çalışmasında katılımcıların hedef bağlılıkları ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Bunlara benzer olarak Aydın (2019) da yaptığı çalışmada hedef bağlılığı ile yaş değişkeni arasından anlamlı farklılık tespit edememiştir. Bunların aksine; Süleymanoğulları (2021) yaptığı çalışmadaki çalışmada anlamlı farklılık tespit etmiştir. Buna göre; çalışma grubunun yaşları ile hedef bağlılıkları arasındaki farklılaşmayı incelemek üzere yapılan analiz sonrasında 14-18 ve 19-24 yaş arası sporcuların hedef bağlılığı düzeylerinin 25 yaş ve üzeri sporculara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Literatüre genel anlamda baktığımızda elde edilen bulgular

çalışmamızla benzerlik göstermektedir. Araştırma sonucu elde ettiğimiz bulgulara bireylerin yaşlarına göre hedef bağılılıklarının değişmesinin sebebi olarak zaman olgusunun değiştikçe hedeflerinde değişebileceğini söyleyebiliriz.

Katılımcıların yaş değişkenine göre sosyal medya bağımlılık toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -0.097$; $p > .05$). Bu bulgular katılımcıların sosyal media bağımlılık toplam puan ortalamalarının 18-23 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), 24-29 yaş ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.81$), 18-23 düşük düzeyde ve birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Kahraman (2021) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı ve ölçeğin alt boyutları arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Ancak yaş grubu için farklılaşmadığı sonucuna ulaşmıştır. Baz (2018) yaptığı çalışmada da sosyal medya bağımlılığı yaşa göre farklılaşmamaktadır. Özdemir (2019) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Doğan (2021) yaptığı yüksek lisans tezinde de yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Literatürde ve genelde yer alan yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığının yaşa göre değişmediği sonucuna, yaş gruplarının yakın olması neden olarak gösterilebilir.

Katılımcıların spor yapma değişkenine göre duygusal zekâ toplam puanlarını incelediğimizde anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(507)} = -1.192$; $p > .05$). SZDÖ alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde ise iyimserlik alt boyutunda evet ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.09$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.99$), diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duyguların kullanımı alt boyutunda ise evet ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.23$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.43$), diyen grup arasında hayır diyen grup lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Tok (2008) yaptığı çalışmada sporcuların daha yüksek duygusal zekâ puanına sahip olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde Uğurlu ve Şakar (2015) yaptıkları çalışmada spor yapan bireylerin spor yapmayan bireylere göre duygusal zekâ puanlarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Türkmen ve arkadaşlarının (2020) yaptıkları çalışmada da spor yapan bireylerin duygusal zekâ puanlarını daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmaların aksine Özdenk (2018) yaptığı çalışmada spor yapmayan bireylerin spor yapan bireylere göre duygusal zekâ puanlarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Katılımcıların spor yapma değişkenine göre hedef bağılılık toplam puanlarında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(507)} = 3.327$; $p < .05$). Spor yapma durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde evet ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.31$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.10$), diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu spor yapma durumuna “evet” diyen grubun hedef bağılılık düzeylerinin “hayır” diyen gruptan daha

yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Spor yapan bireylerin hedeflerine ulaşmak adına daha sıkı çalışması ve bu hedeflere bağımlı olması gerekmektedir. Bu durumda spor yapan bireylerin hedef bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olması gereklidir diye düşünülebilir.

Öntürk ve ark. (2018) yaptıkları çalışmada katılımcıların spor yapma durumlarına göre hedef bağımlılık düzeylerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre; spor yapanların, spor yapmayanlara göre hedef bağımlılık puan ortalamalarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çekceoglu (2019) yaptığı yüksek lisans tezinde öğrencilerin hedef bağımlılık düzeyleri ile spor yapma değişkeni arasında istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık tespit edememiştir. Literatürde bu konuyla ilgili daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Sporun insanlar üzerinde olumlu etkiler yarattığını düşünürsek, insanların hedef bağımlılıklarını olumlu şekilde etkilediğini söyleyebiliriz.

Katılımcıların spor yapma durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık toplam puanları incelendiğinde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. ($t_{(177,526)} = -2.724$; $p < .05$). Spor yapma durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde evet ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.76$), ile hayır ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.99$), diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Bu bulgu spor yapma durumuna evet diyen grubun sosyal medya bağımlılık düzeylerinin hayır diyen gruptan daha düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Literatür tarandığında spor yapma değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında analiz yapılan çalışmalar bulunmadığı görülmektedir. Ancak benzerlik taşıyabileceği düşünülen çalışmalar vardır. Özgen (2016) yaptığı çalışmada lisanslı sporcu olma ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur sonucuna ulaşmıştır. Ergin ve ark. (2013) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada düzenli spor yapanlarda riskli-bağımlı oranı %9,5 iken yapmayanlarda %3,8 olarak bildirmişlerdir. Şimşek (2017) yaptığı çalışmanın analizleri incelendiğinde spor yapan öğrencilerin spor yapmayan öğrencilere oranla tüm alt boyutlarda internet bağımlılık ortalamalarının düşükdüzeyde olduğu görülmektedir.

Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre duygusal zekâ düzeyleri incelendiğinde toplam puan ortalamasında anlamlı bir farklılık tespit edildiği görülmektedir ($F_{(2,506)} = 3.722$; $p < .05$). Gruplar ayrıştırılarda yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı grup ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 TL aylık gelir belirten grup lehine olduğu görülmektedir ($p < .05$). Gelir durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.78$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.89$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), düzeyinde

olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Alt boyutlar incelendiğinde “iyimserlik” [$F_{(2,506)} = 3.079$; $p < 0.05$], alt boyutunda Scheffe çoklu karşılaştırma testine göre anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı gurup ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 TL gurubu lehine olduğu diğer alt boyutlarda ise anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,01, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %1’sinin bağımsız değişken “gelir durumu” tarafından açıklandığını göstermektedir.

Gelir düzeyi ile SDZÖ toplam puanı arasındaki ilişkiyi incelemek adına literatüre baktığımızda; Kiye ve Demir (2018), Coşkun (2017), Sabzi ve ark. (2015), Cerit (2012) ve Gümüştekin (2020) yaptıkları çalışmalarda duygusal zekâ ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Aksi çalışmalar olarakta Karakaş ve Küçükoğlu (2011) yaptığı çalışma ile Tanbag ve ark. (2014) yaptığı çalışmada gelir düzeyi değişkeni ile duygusal zekâ arasında ilişki tespit etmişlerdir. Yapılan literatür incelemeleri sonucunda çalışmamıza genel anlamda ters sonuçlar olduğu tespit edilmiştir. Gruplardaki örneklem sayısı ve örneklem grubu, gelir düzeyi ile duygusal zekâ arasındaki incelemeleri kapsayan bu çalışmalarda farklılığın sebebi olarak söylenebilir.

Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($F_{(2,506)} = 0.540$; $p > 0.05$). Gelir durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.25$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.22$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Öntürk ve ark. (2018) yaptıkları çalışmaya göre; gelir değişkeninin katılımcıların hedef bağıllık toplam puanlarında anlamlı farklılık tespit edememişlerdir. Kaya ve Selçuk (2007) yaptıkları çalışmada gelirleri artan personellerin hedef bağıllığının arttığını tespit etmişlerdir.

Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F_{(2,506)} = 4.341$; $p < 0.05$). Guruplar ayrıntısında yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde guruplar arasında anlamlı farklılığın 1500 TL ve altı grup ile 1501-3500 TL arasında 1500 TL ve altı aylık gelir belirten grup lehine olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Gelir durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1500 TL ve altı ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.89$), 1501-3500 TL ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.66$), 3500 TL ve üzeri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.81$),

düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir. Gelir düzeyi düşük olan bireylerin sosyal medyaya ulaşım araçlarını elde etmede zorluk yaşayacağını düşünürsek sosyal medya bağımlılık düzeylerini de etkiliyor diyebiliriz.

Arslan (2021) yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile gelir düzeyi değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur sonucuna ulaşmıştır. Buna göre; yüksek geliri olanların sosyal medya bağımlılığı puanları düşük ve orta geliri olanlardan yüksek olduğuna ulaşılmıştır. Toraman (2013) tarafından yapılan bir çalışmaya göre aylık gelir düzeyi arttıkça internet bağımlılığı ile sosyal medya kullanımının da arttığı sonucuna varılmıştır. Şeker (2021) yaptığı çalışmada gelir değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki elde edememiştir. Yaygır (2018) yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile gelir değişkeni arasında anlamlı ilişki bulamamıştır. Lise öğrencileri üzerine yapılan bir çalışmada Gürültü (2016), lise öğrencilerinin aile gelir durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık elde edememiştir. Teyfur ve arkadaşları da (2017) yaptıkları çalışmada benzer sonuca ulaşmışlardır. Literatüre bakıldığında çalışmaların çoğunluğu araştırmamız ile paralellik göstermektedir.

Katılımcıların okuduğu alan değişkenine göre duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 2.290$; $p > .05$). Okuduğu alandeki değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), sayısal ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.82$), sözel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.90$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Gruplar ayrıştırılmasında yapılan Scheffé çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde ise duyguların kullanımı ($F_{(2,506)} = 8.337$; $p < .05$) alt boyutunda spor bilimleri alanında okuyan grup ile sözel alanlarda okuyan grup arasında sözel grup lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir ($p < .05$). Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3'ünün bağımsız değişken okuduğu alan tarafından açıklandığını göstermektedir.

Ergen ve Akacan (2021) yaptıkları çalışmada öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümlere göre SDZÖ alt boyutları ve toplam puanları arasında anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Buna göre; Okul Öncesi Öğretmenliği'nde okuyan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin, RPD ve Sosyal Hizmet bölümlerinde okuyan öğrencilere göre daha düşük olduğu görülmektedir. Literatürde diğer çalışmalara baktığımızda farklılıklar gözükmemektedir. Kızıl (2012), Mammadov (2015), Soykan (2015) ve Özdemir (2015) ise

yaptıkları çalışmalarda üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Gürol (2008) yaptığı bir araştırmada ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin mezun oldukları bölüm değişkenine göre duygusal zekâ düzeylerinin farklılaşmadığı görülmektedir. Göçet (2006) yaptığı araştırmada, sözel bölüm öğrencilerinin sayısal bölüm öğrencilerine göre daha yüksek duygusal zekâ düzeyine sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmaların geneline baktığımızda farklı bölümlerdeki öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri arasında farklılık olmadığını söyleyebiliriz. Bunun sebebi olarakta öğrencilerin eğitimleri esnasında aldıkları derslerin içeriğinde duygusal zekâ geliştirici derslerin olmaması olarak söylenebilir.

Katılımcıların okuduğu alan değişkenine göre hedef bağlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 2.525$; $p > .05$). Okuduğu alan değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.31$), sayısal ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 34.17$), sözel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.22$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Literatür taraması yapıldığında hedef bağımlılığı ile okuduğu alan değişkeni arasında yapılan çalışmalarda herhangi bir analiz yoktur. Literatür yetersizliğinden ötürü bu analiz çalışmamız ile literatüre katkı sağlaması düşünülmektedir.

Katılımcıların okuduğu alan değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(2,506)} = 0.459$; $p > .05$). Okuduğu alan değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; spor bilimleri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.79$), sayısal ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.86$), sözel ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.84$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Koç (2021) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada fakültelerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan ortalamaları anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır sonucuna ulaşmıştır. Buna göre; eğitim fakültesi ve tıp fakültesi öğrencilerinin, iletişim fakültesine öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan ortalamalarından anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Tutgun-Ünal (2015) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada da öğrencilerin eğitim gördükleri alanlara göre sosyal medya bağımlılıkları arasında farklılık tespit etmiştir. Özgen (2016) çalışmasında öğrencilerin öğrenim gördükleri fakülteler ile internet bağımlılığı puanının istatistiksel olarak farklılaştığı bulunmuştur. Kır ve Sulak (2014) ile Köse ve ark. (2012) yaptıkları

çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile okuduğu alan değişkenine yönelik literatürde yeterli çalışma bulunmadığı için benzer olabileceği düşünülen çalışmalar analiz edilmiştir. Yapılan çalışmalar elde ettiğimiz verilerin analizleri ile zıt düşmektedir.

Katılımcıların okuduğu sınıf değişkenine göre duygusal zekâ düzeylerine ilişkin SDZÖ toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 3.360$; $p < .05$). Gruplar ayrıştırısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi incelendiğinde ise SDZÖ toplam puan ortalamalarında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca duyguların değerlendirilmesi ($F_{(3,505)} = 4.049$; $p < .05$) alt boyutunda ise 2. sınıfta okuyan grup ile 3. sınıfta okuyan grup arasında 2.sınıf grubu lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir ($p < .05$). Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,02, farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %2'sinin bağımsız değişken okuduğu sınıf değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Okuduğu sınıf değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.77$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.91$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.75$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.84$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Kızıl (2012) yaptığı çalışmada duygusal zekâ ile sınıf düzeyi değişkeni arasında yaptığı analiz sonucu anlamlı farklılık bulamamıştır. Köksal (2003) araştırmasında da duygusal zekâ toplam puanlarında sınıf değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Duygusal zekâ ile sınıf değişkeni arasında anlamlı farklılık olmamasının nedeni olarak; farklı sınıflarda olsa da öğrencilerin benzer eğitimle geliştirilmeleri öne sürülebilir. Bu çalışmalar çalışmamızla paralellik göstermemektedir.

Ünlü ve ark. (2016) yaptıkları çalışmada sınıf düzeyi ile duygusal zekâ arasındaki incelemede, duygusal zekâ toplam puanı, iyimserlik ve duyguların kullanımı alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Özdemir (2015) yaptığı çalışmada duygusallık ve sosyallik alt boyutları hariç geri kalan tüm boyutlarda anlamlı farklılık bulmuştur. Avşar ve Kaşıkçı (2010) araştırmalarında, son sınıfta yer alan öğrencilerin diğer sınıftaki öğrencilere göre duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Yılmaz ve Özkan (2011) yaptıkları araştırmada duygusal zekâ ölçeğinin uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu alt boyutları ile devam edilen sınıf arasında anlamlı farklılık bulmuşlardır. Söz konusu bu çalışmalar çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Yaş ilerledikçe duygusal zekâ düzeyinin arttığı varsayımını kabul edersek bulunan sonuçların normal olduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcıların okuduğu sınıf değişkenine göre hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.780$; $p > .05$). Okuduğu sınıf değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.33$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.34$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.16$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.23$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Alanyazın incelendiğinde sınıf değişkenine yönelik bulgular mevcut değildir. Çekceoglu (2019) yaptığı çalışmada örneklem grubu sınıf değişkenine göre dağılımını incelendiğimizde %34,8'i birinci sınıf, %26,6'sı ikinci sınıf, %29,3'ü üçüncü sınıf ve %9,3'ü dördüncü sınıfta eğitim aldıkları görülmektedir. Özcan (2019) yaptığı çalışmada örneklem grubunun dağılımını incelediğimizde %28,1 (113) birinci sınıf, %23,4 (94) ikinci sınıf, %22,1 (89) üçüncü sınıf ve %26,4 (106) dördüncü sınıf olduğu görülmektedir. Ancak yapılan bu çalışmalarda sınıf değişkenine yönelik bulgular analiz edilmemiştir.

Katılımcıların okuduğu sınıf değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.386$; $p > .05$). Okuduğu sınıf değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.77$), 2.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.83$), 3.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.97$), 4.sınıf ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.79$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Arslan (2021) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada, sosyal medya bağımlılığı puanlarının sınıf düzeyi değişkeni ile arasında anlamlı farklılık tespit etmiştir. Buna göre; 3. sınıfların sosyal medya bağımlılığı puanlarının diğer gruplardan yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Özgür Güler ve arkadaşlarının (2019) yaptığı çalışmada sınıf değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık elde etmiştir. Konuyla ilişkili yapılan bir çalışmada üniversite 3. sınıf öğrencilerinin daha fazla sosyal medya bağımlılığı sorunu yaşadıkları bulunmuştur. Çelik (2017) yaptığı çalışmada da 3. Sınıfta okuyan öğrencilerin sosyal medya puanlarının diğer sınıfa göre anlamlı şekilde farklılaştığını tespit etmiştir. Yapılan çalışmalar çalışmamıza zıt olduğu görülmektedir. Buna rağmen Çakır (2020) sınıf değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki tespit etmemiştir.

Katılımcıların anne eğitim durumu değişkenine göre duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.408$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde iyimserlik alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Fakat gruplar ayrıntısında yapılan

Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise iyimserlik alt boyut puan ortalamasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$). Anne eğitim durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.83$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.85$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.78$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.74$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Soylu ve ark. (2017) elit düzeydeki takımların genç futbolcuları üzerine yaptıkları çalışmada annenin eğitim durumuna göre oyuncuların duygusal zekânın tüm alt boyutlarında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Duygusal zekâ çalışmalarında anne eğitim düzeyi değişkenine diğer çalışmalarda baktığımızda; Certel ve ark. (2011), Yurdakavuştu (2012) ve Keskin (2010) üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmalarda anne eğitim düzeyi değişkeni ile duygusal zekâ düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulamamışlardır. Benzer şekilde İşleyen (2021) çalışmasında anne eğitim düzeyi ile duygusal zekâ arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Bu çalışmalar araştırmamız ile benzerlik göstermektedir. Elde ettiğimiz bulguların aksine Sarıkabak ve ark. (2018) yaptıkları çalışmada anne ve baba eğitim düzeylerinin ilkökul lehine anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Literatür çalışmaların geneline baktığımızda çalışmamızda ki bulgular ile benzerlik gösterdiğini görmekteyiz.

Katılımcıların anne eğitim durumu değişkenine göre hedef bağlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 4.840$; $p<.05$). Gruplar ayrıştırısında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde anne eğitim düzeyi ilkökul ve ortaokul olan grupla üniversite olan grup arasında ilkökul ve ortaokul lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) =0,03 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3' ünün bağımsız değişken anne eğitim durumu değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Anne eğitim durumu değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.28$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.39$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=4.20$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}}=3.98$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağlılık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Anne eğitim durumu ilkökul ve ortaokul olan grubun anne eğitim durumu üniversite olan grubu göre lehine çıkan bulguyu incelediğimizde; ilkökul ve ortaokul eğitim düzeyine sahip olan annelerin çeşitli hedefler barındırmayıp genel olarak ailesiyle ilgili hedefler koyup bunlara bağlı olduğunu ve üniversite eğitim durumuna sahip olan annelerin de hem kariyer hem de aile konusunda hedefler koyduğu ve çeşitlilik arz ettiği

için düşük olduğu düşünülebilir. Literatürde konuya ilişkin analiz bulunmamakla beraber olup çalışmamızın literatüre bu konuda ışık tutması hedeflenmektedir.

Katılımcıların anne eğitim durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalaması incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 0.407$; $p > .05$). Anne eğitim durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.75$), Lise ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.89$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Özdemir (2021) yaptığı çalışmanın analiz sonucuna göre genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı puanlarında, anne eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Bilginer (2020) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre lise öğrencilerinin anne öğrenim durumları ile sosyal medya bağımlılıkları arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Lise öğrencileri ile yapılan bir diğer araştırmaya göre Erdem (2019) tarafından da benzer sonuçlar ortaya konmuştur. Cavga (2019) yaptığı araştırma ile anne öğrenim durumu ile sosyal medya bağımlılık değişkeni arasında farklılık saptamamıştır. Ezen vd. (2019) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmada, öğrencilerinin anne öğrenim durumu ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında farklılık saptamamıştır. Literatüre baktığımızda genelinde çalışmamız ile paralellik gösterdiğini görmekteyiz.

Katılımcıların baba eğitim durumu değişkenine göre katılımcıların duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 1.653$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde iyimserlik alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Fakat gruplar ayrıştırılmasında yapılan Scheffe ve Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise iyimserlik alt boyut puan ortalamasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > .05$). Baba eğitim durumu değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.79$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.86$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.85$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.76$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Keskin (2010) yapmış olduğu çalışma babanın eğitim düzeyi ile duygusal zekâ arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Yurdakavuştu (2012) yaptığı çalışmada duygusal zekâ ölçeğinden alınan puanın babanın eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark bulmuştur. Benzer şekilde Bingöl (2017) çalışmasında baba eğitim düzeyi değişkeni ile duygusal zekâ arasında anlamlı farklılık tespit etmiştir.

Güçray (1998) ve Öztürk (1996) yaptıkları çalışmalarda baba eğitim düzeyi ile duygusal zekâ arasında anlamlı ilişki saptayamamışlardır. Buna benzer olarak Köksal (2003)'te yaptığı çalışmada baba eğitim düzeyi ile duygusal zekâ arasında anlamlı ilişki saptayamamıştır. Gümüştekin (2020) çalışmasında baba eğitim düzeyi ile duygusal zekâ arasında anlamlı bir fark tespit etmemiştir. Mencik (2017), Kaya Çolhan (2016) ve Sinha ve ark. (2017) çalışmalarında baba eğitim düzeyi değişkeni ile duygusal zekâ arasında bir fark bulamamışlardır. Bu çalışmalar araştırmamız ile paralellik göstermektedir.

Katılımcıların baba eğitim durumu değişkenine göre hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,505)} = 2.451$; $p > .05$). Baba eğitim durumu değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.20$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.29$), Lise ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.35$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.16$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Literatürde konuya ilişkin analiz bulunmamakla beraber olup çalışmamızın literatüre bu konuda ışık tutması hedeflenmektedir.

Katılımcıların baba eğitim durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F_{(3,505)} = 3.475$; $p < .05$). Gruplar ayrıntısında yapılan Tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde baba eğitim durumu üniversite olanlar ile ortaokul olanlar arasında üniversite lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,02 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %2'sinin bağımsız değişken baba eğitim durumu değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Babaeğitim durumu değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; İlkokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.86$), Ortaokul ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.65$), Lise ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.77$), Üniversite ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.99$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Günümüzde sosyal medyayı iş amaçlı kullanmak mümkündür. Baba eğitim düzeyi üniversite olanlar ile baba eğitim düzeyi ortaokul olan gruplar arasında eğitim düzeyi üniversite olan grup lehine anlamlı farklılık çıkması üniversite eğitim düzeyine sahip babaların iş ve buna benzer amaçlar ile sosyal medyayı daha çok kullanmasından dolayı olduğu düşünülebilir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Özdemir (2021) yapılan çalışmada baba eğitim durumu değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puanları arasında farklılık olmadığı saptamıştır. Ezen vd. (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da aynı sonuç elde etmiştir. Karasu ve arkadaşları (2017)

tarafından yapılan bir çalışmaya göre de katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin baba öğrenim durumuna göre farklılaşmadığı bulgulanmıştır. Bekar (2018) tarafından Facebook bağımlılık düzeyine yönelik yapılan araştırmada katılımcıların baba öğrenim durumları ile Facebook bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılık saptanamamıştır. Gürültü (2016) ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri baba öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık bulgulanamamıştır. Araştırma bulgularından farklı olarak Demir ve arkadaşları (2017) yılında yaptıkları ergenler üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, ergenlik döneminde baba eğitim düzeyi ile internet kullanım bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

Katılımcıların sporculuk yılı değişkenine göre duygusal zekâ düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamalarını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.733$; $p > .05$). ANOVA tablosu incelendiğinde duyguların kullanımı alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < .05$). Gruplar ayrıştırılmasında yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde ise duyguların kullanımı alt boyutunda 1-3 yıl ile 7-9 yıl grupları arasında 1-3 yıl lehine anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen etki büyüklüğü Eta kare (η^2) = 0,03 farkın küçük bir etki gücü olduğunu ve toplam varyansın yaklaşık %3' ünün bağımsız değişken sporculuk yılı değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir. Spor yılı değişkenine göre SDZÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.87$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.83$), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Adiloğulları (2011) yaptığı doktora tezinde profesyonel futbolcuların kulüplerinde oynama süresi ile duygusal zekâ düzeyleri arasında bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Soylu ve ark. (2017) yaptıkları çalışmada sporcuların takımda geçirdikleri süre ile duygusal zekâ toplam ve alt boyutlarında anlamlı ilişki tespit etmemişlerdir. Hergüner ve ark. (2018) sporcuların lisanslı oynama sürelerine göre duygusal zekâ düzeylerini incelediklerinde anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Çalışmamıza paralel olan bir diğer araştırmada Soylu ve ark. (2016) mücadele sporcularının antrenman yaşı ile duygusal zekâ arasında anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmişlerdir. Bu çalışmaların aksine Dorak ve ark (2012) beden eğitimi bölümü okumak amacıyla yetenek sınavına giren öğrenciler üstünde yaptıkları çalışmada lisanslı sporcu olma yılı ile duygusal zekâ arasında anlamlı ilişki bulduklarını belirtmişlerdir. Genel olarak literatüre bakıldığında sporculuk yılının duygusal zekâ düzeyi arasında anlamlı ilişki/farklılık tespit edilmediğini söyleyebiliriz.

Katılımcıların sporculuk yılı değişkenine göre hedef bağıllık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamaları incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.718$; $p > .05$). Sporculuk yılı değişkenine göre HBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.34$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.34$), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.21$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının yüksek olması, katılımcıların hedef bağıllık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Salim (2018) yaptığı araştırmada oryantiring sporcularının, hedef bağıllığı ile spor yaşı değişkeni arasında anlamlı farklılık bulamamıştır. Ancak, spor yaşı arttıkça hedef bağıllığı değerinde arttığı sonucuna ulaşmıştır. Süleymanoğulları (2021) curling sporcuları üzerine yazdığı yüksek lisans tezinde, sporcuların curling deneyim süreleri ile hedefe bağıllıkları arasında bir farklılaşma olmadığını tespit etmiştir. Fakat, 1-3 yıl arası curling yapan sporcuların puan ortalamalarının 4 yıl ve üzeri grubu puan ortalamalarından daha yüksek olduğu sonucuna erişmiştir. Ulukan ve Esenkaya (2020) yaptıkları çalışmada hedef bağıllığı ile sporculuk yılı arasında anlamlı bir farklılık tespit edememişlerdir. Yapılan çalışmaları incelediğimizde araştırmamız ile paralellik gösterdiğini görmekteyiz.

Katılımcıların sporculuk yılı değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin toplam puan ortalamasını incelediğimizde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($F_{(3,386)} = 0.277$; $p > .05$). Spor yılı değişkenine göre SMBÖ toplam puan ortalamaları incelendiğinde; 1-3 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), 4-6 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), 7-9 yıl ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.75$), 10 yıl ve üzeri ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.82$), düzeyinde olduğu görülmektedir. Puan ortalamalarının düşük olması, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Şimşek (2017) yaptığı çalışmada öğrencilerin lisanslı spor yapma yılı ile internet bağımlılığı arasında anlamlı farklılık elde edememiştir. Çalışmada anlamlı farklılık bulunmamasına rağmen öğrencilerin spor yapma süresi arttıkça bağımlılık seviyelerinin de arttığı görülmüştür. Literatürde bu alanda çalışmaların az olduğu dikkat çekmektedir. Çalışmamızın literatüre bu konuda katkı sağlaması beklenmektedir.

Katılımcıların spor kategorisi değişkenine göre duygusal zekâ alt boyut ve toplam puanlarının anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(325,513)} = -1.123$; $p > .05$). Spor kategorisi değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde Bireysel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.80$), Takım ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 3.85$), düzeyinde birbirine yakın ve katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Yetiş ve Servi (2020) yaptıkları çalışmada duygusal zekâ ölçeğinin iyimserlik ve duyguların değerlendirilmesi alt boyutlarında takım sporu yapan sporcular lehine anlamlı bir fark elde etmişlerdir. Aynı zamanda duyguların kullanımı alt boyutunda bireysel spor

yapan sporcular lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark elde etmişlerdir. Salman ve ark. (2018) takım sporcuları ile bireysel sporcular arasında ki duygusal zekâ düzeylerini inceledikleri çalışmalarında takım sporcuları lehine anlamlı farklılık bulmuşlardır. Orhan (2018) yaptığı çalışmada takım sporcuları ile bireysel sporcular arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Bu bağlamda; bireysel sporcular ve takım sporcuları arasındaki duygusal zekâda, duyguların değerlendirilmesi ve duyguların kullanımı alt boyutlarında bireysel sporcular, takım sporcularına göre daha yüksek ortalamaya sahiplerdir. Yaşar (2010) yaptığı araştırmada; duygusal zekâ ortalamalarının branşlara göre değiştiği de belirlenmiştir. Bu bağlamda; kayak ve hentbol branşlarındaki sporcuların duygusal zekâ ortalamalarının atletizm ve basketbol gibi branşlardaki sporcuların duygusal zekâ ortalamalarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Spor branşlarına göre yapılan çalışmada Tok (2008) anlamlı farklılıklar tespit etmiştir. Buna göre; voleybol, basketbol ve yüzme branşlarındaki sporcularda duygusal zekâ düzeyi ortalamaların en yüksek iken, atletizm ve sporcu olmayanların duygusal zekâ ortalamalarının ise en düşük olduğu saptanmıştır. Literatürü incelediğimizde araştırmamızın aksine takım ve bireysel spor kategorileri ile duygusal zekâ arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Katılımcıların spor kategorisi değişkenine göre hedef bağlılık toplam puanlarının arasında anlamlı ilişki tespit edilmemiştir ($t_{(388)} = -0.443$; $p > .05$). Spor kategorisi değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde bireysel ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.30$), takım ($\bar{x}_{\text{yüksek}} = 4.33$), düzeyinde birbirine yakın ve katılımcıların duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Özcan (2019) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada hedef bağlılığı ile spor kategorisi değişkeni arasında anlamlı farklılık elde etmiştir. Buna göre; takım sporu yapanların bireysel spor yapanlara göre hedef bağlılıklarının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Bu bağlamda; takım sporu yapanlar ile bireysel spor yapanlar arasında ki fark orta düzeyde bulunmuştur. Özcan ve Göral (2020) atletlerin duygusal zekâ ve hedef bağlılığı arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalarında; takım sporu yapan sporcuların hedef bağlılık düzeylerinin bireysel spor yapan sporculara oranla daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Yapılan çalışmalar ışığında elde edilen veriler araştırmamız ile örtüşmemektedir.

Katılımcıların spor yapma durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık toplam puanları incelendiğinde anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. ($t_{(388)} = 0.657$; $p > .05$). Spor kategorisi durumu değişkeni toplam puan ortalamaları incelendiğinde bireysel ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.79$), ile takım ($\bar{x}_{\text{düşük}} = 1.74$), düzeyinde düşük ve birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Bu bulgu spor kategorisi durumuna göresosyal media bağımlılık düzeylerinin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Taştan (2020) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada; üniversite öğrencilerinin internete bağımlılık ölçeği toplam puanlarının spor lisansına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Buna göre; üniversite öğrencilerinin bireysel ve takım spor lisansına sahip olanların internet bağımlılığı, spor lisansına sahip olmayanlara oranla daha yüksek olduğu bulmuştur. Özgen (2016) spor lisansına sahip olma ile internete bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varmıştır. Şimşek (2017) yaptığı araştırmada internet bağımlılığı ile spor kategorisi arasında anlamlı farklılık tespit edememiştir. Ancak ortalamalarda takım sporuc yapanların, bireysel spor yapanlara oranla daha yüksek puan elde ettikleri görülmektedir.

Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon analizi sonucunda; sosyal medya bağımlılığı üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. (($R = ,410$, $R^2 = ,168$, $F(1,388) = 78.241$ $p < 0,01$). Buna göre bağımsız değişken “sosyal medya bağımlılığı”, bağımlı değişken olan “duygusal zekâ”yı %17 oranında açıklamaktadır. ($R^2 = 0,168$). Bu bağlamda duygusal zekâ düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır.

Ergen ve Akacan (2021) üniversite öğrencilerinin üzerine yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Bu sonuca göre üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri arttıkça, sosyal medyaya olan bağımlılıkları azalmaktadır. Sarıçam ve Çelik (2018) üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırmada, duygusal zekâ düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığını ifade etmiştir. Ateş (2018) sosyal medya bağımlılığı ve duygusal zekâ arasındaki korelasyon analizi incelendiğinde ters yönde anlamlı ilişki bulguları görülmüştür. Buna göre duygusal zekânın artması sosyal medya bağımlılığını azaltmaktadır. Tunç (2020) tarafından lise öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada duygusal zekâ, benlik saygısı ve internet bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi sonucunda internet bağımlılığı ile duygusal zekâ arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu duruma göre internet bağımlılığı düzeyi arttıkça duygusal zekâ düzeyi azalmaktadır. Benzer sonuçlara Demir ve Önder (2021) tarafından yapılan lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi çalışmasında da rastlamaktayız. Çalışmada duygusal zekâ düzeyi ile akıllı telefon bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki tespit

edilmiştir. Literatürde ki bu sonuçlar çalışmamız ile benzerlik taşımaktadır. Bu sonuçlar ışığında duygusal zekâ düzeyi yüksek birey sosyal medyaya bağımlı olmak yerine sosyalleşmeyi tercih ettiğini öngörebiliriz.

Çalışmaların aksine olarak Boldaz (2022) lise öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada duygusal zekâ düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki anlamlı ilişki tespit edememiştir.

Spor Yapan Üniversite Öğrencilerinin Hedef Bağlılığının Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi sonucunda Tablo 4.36.'da görüldüğü üzere; sosyal medya bağımlılığı üniversite öğrencilerinin hedef bağlılığı düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. (($R = ,420$, $R^2 = ,176$, $F(1,388) = 82.988$ $p < 0,01$). Buna göre bağımsız değişken “sosyal medya bağımlılığı”, bağımlı değişken “hedef bağımlılığı”nı %18 oranında açıklamaktadır. ($R^2 = 0,176$). Buna göre; hedef bağlılık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır. Literatür incelendiğinde hedef bağlılığı ve sosyal medya bağımlılığı arasında ilişkiyi analiz eden bir çalışma mevcut değildir. Çalışmamızın bu konuda literatüre katkı sağlaması düşünülmektedir.

5.2. Sonuç

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve hedef bağlılık düzeylerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile arasındaki ilişki incelenmiştir. Cinsiyet, yaş, spor yapma, gelir düzeyi, okuduğu alan, sınıf düzeyi, anne ve baba eğitim düzeyi, sporculuk yılı ve spor kategorisi demografik değişkenleri; duygusal zekâ, hedef bağlılığı ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı ilişki/farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda; üniversite öğrencilerinin cinsiyet, gelir düzeyi ve sınıf düzeyi değişkenleri ile duygusal zekâ puanları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre; gelir durumu değişkeni ile ilgili yapılan scheffe çoklu karşılaştırma testine göre 1500 TL ve altı ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İyimserlik alt boyutunda ise 1500 TL ve altı ile 1501-3500 TL arasında 1501-3500 TL lehine olduğu görülmektedir. Okuduğu sınıf değişkenine yönelik yapılan scheffe çoklu karşılaştırma testi sonucuna göre SDZÖ toplam puan ortalamalarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Duyguların değerlendirmesi alt boyutunda ise 2.sınıfta okuyan grup ile 3.sınıfta okuyan grup arasında 2.sınıf lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Cinsiyet

değişkenine yönelik analiz sonucunda iyimserlik ve duyguların kullanımı alt boyutu kadınlar lehine anlamlı ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın; yaş, spor yapma durumu, okuduğu alan, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, sporculuk yılı, spor kategorisi değişkenleri ile duygusal zekâ puanları arasında anlamlı ilişki tespit edilmemiştir. Fakat; spor yapma durumu değişkeni ile duygusal zekâ iyimserlik alt boyutunda evet ile hayır diyen gruplar arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Duyguların kullanımı alt boyutunda ise evet diyen ile hayır diyen grup arasında hayır diyen grup lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Okuduğu alan değişkeni ile duygusal zekâ duyguların kullanımı alt boyutunda spor bilimleri okuyan grup ile sözel alanlarda okuyan grup arasında sözel grup lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Anne ve baba eğitim düzeyi ile duygusal zekâ iyimserlik alt boyutunda anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sporculuk yılı değişkenine yönelik ANOVA tablosu incelendiğinde duyguların kullanımı alt boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Scheffe çoklu karşılaştırma testlerine göre duyguların kullanımı alt boyutunda 1-3 yıl ile 7-9 yıl grupları arasında 1-3 yıl lehine anlamlı farklılık vardır.

Üniversite öğrencilerinin yaş, spor yapma durumu ve anne eğitim düzeyi ile hedef bağlılığı toplam puanları arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yaş değişkenine yönelik tamhane çoklu karşılaştırma testleri incelendiğinde 24-26 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasında 24-26 yaş grubu lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Spor yapma durumu değişkeni ile hedef bağlılığı toplam puanlarında evet diyen grup ile hayır diyen grup arasında evet diyen grubun hedef bağlılık düzeylerinin hayır diyen gruba göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Anne eğitim düzeyi değişkeninde gruplar arası yapılan scheffe çoklu karşılaştırma testlerinde anne eğitim düzeyi ilkökul ve ortaokul grubu ile üniversite grubu arasında ilkökul ve ortaokul grubu lehine farklılık tespit edilmiştir. Fakat; cinsiyet, gelir, okuduğu alan, sınıf düzeyi, baba eğitim düzeyi, sporculuk yılı ve spor kategorisi değişkenleri ile hedef bağlılığı toplam puanları arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir. Üniversite öğrencilerinin spor yapma durumu, gelir düzeyi ve baba eğitim düzeyi ile sosyal medya bağımlılık toplam puanları arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Spor yapma değişkeni ile toplam puan ortalamaları incelendiğinde evet diyen ile hayır diyen grup arasında evet diyen grup lehine anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Buna göre evet diyen grubun sosyal medya bağımlılık düzeyi hayır diyen gruptan daha düşük olduğu görülmektedir. Gelir düzeyi değişkenine yönelik yapılan tamhane çoklu karşılaştırma testine göre 1500 TL ve altı ile 1501-3500 TL arasında 1500 TL ve altı gelir düzeyi lehine olduğu görülmektedir. Baba eğitim durumu değişkenine yönelik tamhane çoklu karşılaştırma

testine göre; baba eğitim durumu üniversite olanlar ile ortaokul olanlar arasında üniversite olanlar lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Fakat; cinsiyet, yaş, okuduğu alan, sınıf düzeyi, anne eğitim düzeyi, sporculuk yılı ve spor kategorisi değişkenleri arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Duygusal zekânın sosyal medya bağımlılığı ile yordanmasına ilişkin regresyon analizi verilerine göre; sosyal medya bağımlılığı üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. Buna göre duygusal zekâ düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır.

Hedef bağlılığının sosyal medya bağımlılığı ile yordanmasına ilişkin regresyon analizi verilerine göre; sosyal medya bağımlılığı üniversite öğrencilerinin hedef bağlılığı düzeylerinin negatif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir yordayıcısıdır. Buna göre hedef bağlılık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır.

5.3. Öneriler

- Araştırmanın örneklemini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Farklı çalışmalarda ergen, çocuk, yaşlı gibi örneklemeler kullanılabilir.
- Sosyal medyanın hedef bağlılığı ile ilişkisine yönelik çalışmalar literatüre katkı sağlamak amacıyla yapılabilir.
- Sosyal medya kullanımının olumlu olumsuz taraflarına yönelik öğrencilere bilgiler verilmelidir
- Teknolojinin getirdiği olumsuzlukları düşünecek olursak elde edilen duygusal zekâ ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki negatif ilişkinin korunması adına duygusal zekâ geliştirici eğitim içerikleri eğitim kurumlarında verilebilir.
- Araştırmanın evrenini üniversiteler oluşturmaktadır. Bu kapsamda örneklem grubu arttırılabilir.

KAYNAKLAR

- Adiloğulları, İ. (2011). Profesyonel futbolcularda duygusal zekâ ile örgütsel bağlılık ilişkisi.(*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Akbaş, E. (2006). İstanbul ili Faith ilçesindeki ilköğretim okulu öğretmenlerinin duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Alexander, B. (2008). *The globalization of addiction: a study in poverty of the spirit*. New York: Oxford University Press.
- Altunbaş, F. ve Kul, M. (2015). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının ölçülmesi: van yüzüncü yıl üniversitesi örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 51, 414-423.
- Andreassen, C. S. Pallesen, S., Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism and self-esteem: findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 63: 287-293.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2): 501-517.
- Arefnasab, Z., Zare, H., Babamahmoodi, A. (2012). Emotional intelligence and problem solving strategy. *Iranian Journal of Psychiatry and Behavioral Sciences*, 6(2): 62.

- Arends, R. I., Kilcher, A. (2010). *Teaching for student learning: becoming an accomplished teacher*. London: Routledge.
- Arslan, S. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Arslan, S. Taşkın, D. Bilgin, A. (2015). Adidaktik öğrenme ortamlarında bireysel ve grup çalışması uygulamalarının öğrenci başarısına etkisi. *Dergipark*, 6(1): 47-67.
- Aslan, Ş. (2009). *Duygusal zekâ ve dönüşümcü, etkileşimci liderlik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aslan, Y. ve Özata, Y. (2008). Duygusal zekâ ve tükenmişlik arasındaki ilişkilerin araştırılması: sağlık çalışanları örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(30): 77-97.
- Ateş, P. (2018). Üniversite öğrencilerinde duygusal zekânın sosyal medya bağımlılığına etkisi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Atkinson, J. W. (1983). *Personality, motivation, and action: selected papers*. USA: Praeger Publishers.
- Avşar, G. ve Kaşıkçı, M. (2010). Hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinde duygusal zekâ düzeyi. *Journal of Anatolia Nursing and Health Sciences*, 13(1), 1-6.
- Aydın, A. (2019). Spor bilimleri alanında çalışan akademisyenlerin iş tatmin düzeyleri ve hedef bağlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Aydın, B. (2013). *Çocuk ve ergen psikolojisi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Bar-on, R. (2005). A measure of emotional and social intelligence. *The 105th Annual Convention Of The American Psychological Association*, 17, 1-13.
- Bar-On, R., Brown, J. M., Kirkcaldy B., Thome, E. P. (2000). Emotional expression and implications for occupational stres; an application of the emotional quotient inventory (EQ- i). *Personality and Individual Differences*, 28: 1107-1118.
- Bat, M., Akıncı Vural, Z. B. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5): 3348-3382.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16): 278-295.
- Becerikli, Y.S. (2013). Kuşaklararası iletişim açısından yeni iletişim yaş grubu üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(44): 19-31.
- Bekar, T. (2018). Üniversite öğrencilerinde teknolojik il ilgili bağımlılıklar ve ilişkili faktörler. (*Tıpta Uzmanlık Tezi*), Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Ana Bilim Dalı, Denizli.

- Bender, M. T. (2006). Resim-iş eğitimi öğrencilerinde duygusal zekâ ve yaratıcılık ilişkileri. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Bilginer, A. (2020). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlilik düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. Mardin ili örneği. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Çığ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, Mardin.
- Bingöl, D. (2017). Duygu stilleri ve duygusal zekânın yordayıcısı olarak bağlanma stilleri. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Boldaz, D. E. (2022). Duygusal zekâ ile sosyal medya bağımlılığı ve eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Bovend'Eerd, T., Botell, R., ve Wade, D. (2009). Writing smart rehabilitation goals and achieving goal attainment scaling: a practical guide. *Clinical Rehabilitation*, 23(4): 352-361.
- Boyd, D. (2008). *American teen sociality in networked publics*. California: University of Berkeley.
- Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Büyükgebiz Koca, E. ve Tunca, M. Z. (2020). İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenciler Üzerindeki Etkilerine Dair Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(1): 77-103.
- Carney, M.P. (1999). The human side of organizational change: evolution, adaptation and emotional intelligence, a formula for success. (*Unpublished Doctoral Dissertation*), Widener University.
- Cavga, Z. (2019). Lise öğrencilerinde aile yaşam doyumu ile psikolojik dayanıklılık ve sosyal medya kullanım bozukluğu arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Cerit, E. (2012). Hemşirelik öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Ana Bilim Dalı, Kayseri.
- Certel, Z., Çatıkkaş, F., Yalçınkaya, M. (2011). Beden eğitimi öğretmen adaylarının duygusal zekâ ile eleştirel düşünme eğilimlerinin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(1): 74-81.
- Ceyhan, E., Ceyhan, A.A. ve Gürçan, A. (2007). Problemlerle internet kullanımı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (1): 387-416.
- Ceylan, D. (2021). 18-45 yaş arası bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

- Chakraborty, A. ve Konar, A. (2009). *Emotional intelligence*. Berlin: Springer.
- Chen, G., Kanfer, R., DeShon, R. P., Mathieu, J. E., Kozlowski, S. W. (2009). The motivating potential of teams: test and extension of cross-level model of motivation in teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(1): 45-55.
- Cooper, R.K. ve Sawaf, A. (2000). *Liderlikte duygusal zekâ*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Coşkun, I. (2017). İlkokul birinci kademe öğrencilerinin anne tutumu, benlik saygısı ve duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Çakar, U. ve Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3): 23-48.
- Çakır, E. (2020). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıyla yetersizlik duygusu arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Samsun.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A New Addiction For Teacher Candidates: Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3): 14-19.
- Çekceoğlu, H. (2019). Spor yapan ve spor yapmayan lise öğrencilerinin psikolojik sağlamlık ve hedef bağlılık düzeylerinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Karaman.
- Çelik, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi: kültür üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *I. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, 1-10, İstanbul.
- Çiçen, Y. İ. (2021). Öğretmenlerin duygusal zekâ ve psikolojik sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*). Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Osmaniye.
- Davran, H. (2020). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının akademik güdülenmeye etkisi*. İstanbul: Hiperyayın.
- De Clercq, D., Menzies, T. V., Diochon, M., Gasse, Y. (2009). Explaining nascent entrepreneurs goal commitment: an exploratory study. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(2): 123 – 140.
- Delikoyun, D. (2017). Üniversite öğrencilerinde duygusal zekâ ve benlik saygısı arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Demir, İ., Yıldız, C., Özzorulu, E., Yelkenci, Y. (2017). Ergenlerin problemli internet kullanımında anne baba izlemesinin rolü. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 1(2): 103-114.
- Demir, S., Önder, F. C. (2021). Lise öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı: duygusal zekâ açısından incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 14(76): 583-593.

- Dilbaz, N. (2020). NP Amatemi Bağımlılık Merkezi, Npistanbul: <https://npistanbul.com/amatem/bagimlilik-nedir> [29 Kasım 2020].
- Dilsiz, N. B. (2019). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının bağlanma stilleri ve yaşam doyumu ile ilişkisinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Kırıkkale.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: Tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1): 231-252.
- Doğan, S., Oğuzhan, Y.S. (2015). Çalışanların duygusal zekâ düzeylerinin işten ayrılma niyetlerine etkisi üzerine bir çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2): 1-12.
- Doğan, V. M. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Dorak, F., Vurgun, N., Uludağ, S., Yıldız, L. (2012). Evaluation of trait anxiety and emotional intelligence levels of physical education and sport school special ability test participants according to different variables. *International Refereed Academic Social Science*, 8(3): 60-70.
- Dökmen, Ü. (2004). *Evrenle uyumlaşma sürecinde var olmak, gelişmek, uzlaşmak*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Efil, İ. (2006). *İşletmelerde yönetim ve organizasyon*. İstanbul: Alfa Akademi Basım Yayın Dağıtım.
- Emarsys. (2019). Top 5 Social Media Predictions for 2019. Available online: <https://www.emarsys.com/resources/blog/top-5-social-media-predictions-2019/> (accessed on 20 January 2020).
- Erdem, G. (2019). Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, akran ilişkileri ve duygu düzenleme arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Yakınodğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı, Lefkoşa.
- Ergen, M. R. ve Akacan, B. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 52: 582-599.
- Ergin, A., Uzun, S. U., Bozkurt, A. İ. (2013). Tıp fakültesi öğrencilerinde internet sıklığı ve etkileyen etmenler. *Pam Tıp Dergisi*, 6(3): 134-142.
- Eser, S., Saatli, G., Eser, E., Baydur, H., Fidaner, C. (2010). Yaşlılar için dünya sağlık örgütü yaşam kalitesi modülü WHOQOL-OLD: Türkiye alan çalışması Türkçe sürüm geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(1).
- Eymen, E. (2007). *Duygusal zekâ*. Samsun: Kalite Ofisi Yayınları.
- Ezen, M., Açıkgöz, A., Emir, B., Özkaraman, A. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının iletişim becerilerine etkisi. *Kocaeli Medical Journal*, 8(1): 130-140.
- Fishbach, A., Dhar, R. (2005). Goals as excuses or guides: the liberating effect

- Fuimano, J. (2004). Raise your emotional intelligence. *Nursing Management*, 35 (7): 10-12.
- Gardner, H. (2010). *Çoklu zekâ kuramı zihin çerçeveleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Girgin, G. (2009). Öğretmen adaylarında duygusal zekanın bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(22): 131-140.
- Goldberg, I. (1996). Internet addictive disorder (IAD) diagnostic criteria. Erişim adresi: www.psycom.net/iadcriteria.html.
- Goleman, D. (2006). *İşbaşında duygusal zekâ*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Göçet, E. (2006). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile stresle başa çıkma tutumları arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Sakarya.
- Gulmammadzada, U. (2020). *Sosyal medya ile değişen hayatlar*. İstanbul: Abaküs Kitap Yayınevi.
- Güçray, S. (1998). Bazı kişisel değişkenler algılanan sosyal destek ve atılmanın karar verme stilleri ile ilişkisi. *Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Dergisi*, 2(9): 7-16.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(1): 105-120.
- Gülmez, P.A. (2021). Çocukların ahlaki ve sosyal kural algısı ile annelerinin duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı, Ankara.
- Gümüştekin, Ö. (2020). Hemşirelik öğrencilerinde duygusal zekâ ile öz duyarlılık arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Kafkas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Ana Bilim Dalı, Kars.
- Günüç, S. (2009). İnternet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı demografik değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Van.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gürol, Ö. (2008). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin duygusal zekâ düzeyleri ile stresle başa çıkma becerileri arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Gürültü, E. (2016). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Harrod, N. R. ve Scheer, S. D. (2005). An exploration of adolescent emotional intelligence in relation to demographic characteristics. *Adolescence*, 40(159): 503.
- Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal medya ve ticaret hayatına etkileri (1). *CİO Club*, 1(2): 71-74.

- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32): 151-175.
- Hergüner, G., Sarıkabak, M., Yaman, N., Soylu, Y., Öcal, T. (2018) türkiye spor toto 3.liginde oynayan profesyonel futbolcuların duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(11): 46-56.
- Holden, C. (2001). Behavioral Addictions: Do They Exist. *Science*, 294(5544): 980-982.
- Hollenbeck, J., Klein, H. K. (1987). Goal commitment and the goal setting process: problems, prospects, and proposals for future research. *Journal of Applied Psychology*, 7(2): 212-220.
- Horn, T. S. (2008). *Advances in sport psychology*. Canada: Human Kinetics.
- İliş, A. (2018). Eğitim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Erzurum.
- İşleyen, M. H. (2021). Üniversite öğrencilerinde duygusal zekâ belirsizliğe tahammülsüzlük ve yaşam doyumu arasındaki ilişkilerin incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- İşmen, A. E. (2001). Duygusal zekâ ve problem çözme. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13: 111-124.
- Kahraman, N. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının beğenilme arzusu ile ilişkisinin incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Kalınkara, V. ve Sarı, İ. (2019). Yaşlılarda sosyal ağ kullanımı ve yalnızlık ilişkisinin belirlenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 12(1): 8-19.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1): 59-68.
- Karademir, T., Döşyılmaz, E., Çoban, B., Kafkas, E. M. (2010). Beden eğitimi ve spor bölümü özel yetenek sınavına katılan öğrencilerde benlik saygısı ve duygusal zekâ. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(2): 653-674.
- Karakaş, A. S. ve Küçükoglu, S. (2011). Bir eğitim hastanesinde çalışan hemşirelerin duygusal zekâ düzeyleri. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14: 8-13.
- Karasu, F., Bayır, B., Çam, H. H. (2017). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile sosyal destek arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14): 374-388.
- Kaya Çolhan, M. (2016). Yönetici hemşirelerin duygusal zekâ düzeyleri ve karar verme stratejileri. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü Hemşirelik Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Kaya, N., Selçuk, S. (2007). Bireysel başarı güdüsü organizasyonel bağlılığı nasıl etkiler. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2): 175-190.

- Kaya, Ş. H. (2019). Doğu karadeniz bölgesinde sosyal medya bağımlılığı bulunan bireylerin psikolojik semptomlarının incelenmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Keles, B., McCrae, N., Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1): 79-93.
- Keskin, D. D. (2010). Hemşirelik yüksekokulu birinci sınıf öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim becerileri arasındaki ilişki. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Esasları Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3): 51-69.
- Kılıç, K. (2013). Duygusal zekanın gemi adamlarının iş performansına etkisi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kır, İ., Sulak, Ş. (2014). Eğitim fakültesi öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilgiler Dergisi*, 13(51): 150-167.
- Kızıl, Z. (2012). Eğitim bilimleri fakültesi öğrencilerinin duygusal zekalarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitimde Psikolojik Hizmetler Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Kingston, K. M., Wilson, K. M. (2010). *The application of goal setting in sport. in advances in applied sport psychology: a review*. London: Routledge.
- Kiye, S., Demir, E. (2018). 7. Sınıf öğrencileri düzeyinde duygusal zekâ ile çatışma çözme davranışı arasındaki ilişkinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(5): 639-645.
- Klein, H. J. ve Kim, J. S. (1998). A field study of the influence of situational constraints leader-member exchange, and goal commitment on performance. *Academy of Management Journal*, 41(1): 88-95.
- Klein, H. J., Wesson, M. J., Hollenbeck, J. R. ve Alge, B.J. (1999). Goal commitment and the goalsetting process: conceptual clarification and empirical synthesis. *Journal of Applied Psychology*, 84(6): 885–896.
- Klein, H. J., Wright, P. (1994). Antecedents of goal commitment: an empirical examination of personal and situational factors. *Journal of Applied Social Psychology*, 24(2): 95-114.
- Koç, T. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve öznel iyi oluşun bazı değişkenler açısından incelenmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Koçel, T. (2001). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Köksal, A. (2003). Ergenlerde duygusal zekâ ile karar verme stratejileri arasındaki ilişki. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Köse, D., Çınar, N., Akduran, F. (2012). Hemşirelik öğrencilerinde internet bağımlılığının kişilik özellikleri ve zaman yönetimi ile ilişkisi. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 16(3): 227-233.
- Kulaksızoğlu, A. (2004). *Ergenlik psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addictions. A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research Public Health*, 8(9): 3528-3552.
- Kuzu, A. (2008). Hemşirelik öğrencilerinin duygusal zekâ ve iletişim becerilerinin eşdeğer öğrenim gören öğrencilerle karşılaştırılması olarak değerlendirilmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Psikiyatri Ana Bilim Dalı, Düzce.
- Kuzu, A. (2011). İnternet ve aile. *Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi*, 12(7): 9-32.
- Larsen, D.W. (1983). *Coach inspires more than winning*. USA: Seattle Times.
- Latham, G. P. (2003). Goal Setting: A Five-Step Approach to Behavior Change. *Organizational Dynamics*, 32(3): 309-318.
- Laudon, K. C. ve Laudon, J. P. (2011). *Yönetim bilişim sistemleri dijital işletmeyi yönetme*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction? organizational behavior & human performance. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4): 309-336.
- Locke, E. A. ve Latham, G. P. (1991). *A theory of goal setting and task performance*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Locke, E. A., Shaw, K. R., Saari, L. M., Latham, G. P. (1981). Goal setting and task performance. *Psychological Bulletin*, 90: 125-152.
- Locke, E.A. ve Latham, G.P. (2009). Has goal setting gone wild, or have its attackers abandoned good scholarship? *Academy of Management Perspectives*, 23(1): 17-23.
- Malak, Z.M. (2012). *Internet addiction and its cognitive behavioral therapy*. London: Intech Open.
- Mammadov, E. (2015). Duygusal zekâ ile akademik başarı ilişkisi: Turizm lisans öğrencileri üzerine araştırma. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence. *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications*, 3: 31.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., Cherkasskiy, L. (2011). *Emotional intelligence*. USA: Cambridge University Press.
- McGlashan, K. E., Wright, P. M., McCormick, B. (1995). Preferential selection and stereotypes: effects on evaluation of female leader performance, subordinate goal commitment, and task performance. *Sex Roles*, 33(9-10): 669-686.

- Mencik, Y. (2017). Lise öğrencilerinin duygusal zekâ ile akademik başarılarının bazı demografik değişkenlere göre incelenmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Naylor, J.C. ve D.R. Ilgen, (1984). Goal-setting: a theoretical analysis of a motivational technology. *Research in Organizational Behaviour*, 6: 95-140.
- Oettingen, G., Mayer, D., Timur Sevincer, A., Stephens, E. J., Pak, H. J., Hagenah, M. (2009). Mental contrasting and goal commitment: the mediating role of energization. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(5): 608-622.
- of perceived goal progress on choice. *Journal of Consumer Research*, 32(3): 370-377.
- Okumuş, Ç. D. ve Uğur, E. (2017). Hemşirelerin duygusal zekâ düzeylerinin bakım davranışlarına etkisi. *ACU Sağlık Bilimleri Dergisi*, (2): 104-109.
- Orhan, S. (2018). Bireysel sporcular ve takım sporcularında duygusal zekâ ve zihinsel dayanıklılık ilişkisi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Orlich, D. C., Harder, R. J., Callahan, R. C., Trevisan, M. S., Brown, A. H. (2010). *Teaching strategies: a guide to effective instruction*. USA: Wadsworth.
- Otu, A. A. (2015). Social Media addiction among students of the University of Ghana (Unpublished Master's Thesis). University of Ghana, Ghana.
- Ouiridi, M.E., El Ouiridi, A., Segers, J., ve Henderickx, E. (2014). Social media conceptualization and taxonomy: A Lasswellian framework. *Journal of Creative Communications*, 9(2): 107-126.
- Ögel, K. (2012), *Sosyal medya ortamında çekicilik ve bağımlılık*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Öner, N. (1997). *Türkiye’de kullanılan psikolojik testler*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Öntürk, Y., Bingöl, E., Göksel, G. A., Çağlayan, A. (2018). Üniversitede görev yapan idari personelin hedef bağılıklarının incelenmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(30): 4016-4021.
- Özbek, A. ve Boztepe, Z. (2017). Duygusal zekanın iş yaşamında örgütsel bağlılık ve kariyer ilişkisi: İlkokul öğretmenleri sağlık ve sosyal yardım sandığı. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1): 183-196.
- Özbiçer, S. (2013). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile romantik ilişki doyumları ve eşlerinin ilişki doyumlarına yönelik algıları. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Adana.
- Özcan, E. (2019). Bireysel ve takım sporu yapan üniversite öğrencilerinde duygusal zekâ ve hedef bağılılığı düzeylerinin araştırılması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Özcan, E. ve Göral, K. (2020). Study of the relationship between emotional intelligence and goal commitment levels in athletes. *Spor Bilimleri Araştırma Dergisi*, 5(2): 303-310.

- Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitapevi.
- Özdemir, A. (2019). Development of the perception scale for the concept of the integral croatian. *Journal of Education*, 21(4): 1181-1211.
- Özdemir, A. (2021). Genç yetişkinlerin benlik saygısı ve psikolojik iyi oluş düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Özdemir, M. (2015). Eğitim fakültesi öğrencilerinin duygusal zekâları ile yaşam doyumlarının incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı, Erzurum.
- Özdenk, S. (2018). *Sporda duygusal zekâ ve liderlik*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Özgen, F. (2016). Spor yapan ve yapmayan üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ile kişilik ilişkisinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Çanakkale.
- Özgür Güler, E., Veysikarani, D., Keskin, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1): 1-13.
- Öztürk, G. (1996). Karar verme programının etkililiği lise bir öğrencilerine ilişkin bir deneme. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Eğitimde Psikolojik Hizmetler Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Pektaş, S. (2013). Güzel sanatlar ve spor lisesi müzik bölümü öğrencileri ile diğer lise öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin karşılaştırılması. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Malatya.
- Rader, L. A. (2005). Goal setting for students and teachers six steps to success. *Journal of Educational Strategies*, 78(3): 123-126.
- Rand, A. (1967). *Introduction to objectivist epistemology*. New York: Objectivist.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior*. Pearson education limited. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Sabzi, Z., Mancheri, H., Royani, Z., Jafari, S., Modanloo, M. (2015). Nursing and midwifery students emotional intelligence and its relationship with some demographic characteristics. *Journal of Research Development in Nursing and Midwifery*, 12(2): 68-73.
- Safko, L. (2012). *The social media bible. Tactics, tools and strategies for business success*. USA: Brilliance Publishing.
- Saka, E. (2017). Türkiye’de internet. *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*, 957-982.
- Salim, E. (2018). Oryantiring sporcularında problem çözme becerisi ve hedef bağlılığının incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilim Dalı, Muğla.
- Salman, N. M., Toros, T., Soylu, Y. (2018). Elit sporcuların duygusal zekâ yönünden karşılaştırılması: takım ve bireysel sporlar. *Turkish Studies*, 13(26): 1021-1036.

- Salovey, P.ve Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3): 185-211.
- Sarıçam, H., Çelik, İ. (2018). Duygusal zekâ ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *6th International Congress on Curriculum and Instruction, October 11-13, Kars*.
- Sarıkabak, M., Eyuboğlu, E., Ayrancı, M. (2018). Bocce (Petank) sporcularının duygusal zekâ düzeylerinin akademik erteleme davranışları üzerine etkisinin incelenmesi. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 4(1): 163- 177.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Shapira, R.A. (2002). *The dynamics of judicial proof. Studies in fuzziness and soft computing*. Almanya: A Springer-Verlag Company.
- Shaw, M. ve Black, D. W. (2008). Internet addiction. *CNS Drugs*, 22 (5), 353-365.
- Sinha, B., Bachracharya, R., Pandey, S., K.C. S, Koirala, S., Kushwaha, M. P. (2017). Emotional intelligence among undergraduate nursing students. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(12): 622-629.
- Somuncuoğlu, D. (2005). Duygusal zekâ yeterliliklerinin kuramsal çerçevesi ve eğitimdeki rolü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (11): 270-293.
- Soykan, H. (2015). Psikoloji bölümü ve mühendislik-mimarlık bölümlerinde okuyan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin karşılaştırılması. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Soylu, Y., Ayan, S., Salman, N. M. (2017) 16-21 yaş arası elit düzeydeki takımların genç futbolcularının duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Turkish Studies*, 12(17): 397-410.
- Sulukaya, H. (2012). Yöneticilerinduygusal zekâları ile astlarının tükenmişliği ilişkisi: mersin bölgesi sağlık sektöründe bir araştırma. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Mersin.
- Süleymanoğulları, M. (2021). Curling sporcularının mental dayanıklılık ve hedef bağlılığı düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Atatürk Üniversitesi Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Erzurum.
- Sümer, O.S. (2021). Öğretmenlerin duygusal zekâları, pozitif psikolojik sermayeleri ve iş tatminleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Siirt.
- Şeker, G. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile kırılğan narsisizm ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Şeker, V. T. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ie depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki. (*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Şenel, E. ve Yıldız, M. (2016). Hedef bağlılığı ölçeği: türkçe uyarlaması, beden eğitimi ve spor alanında öğrenim gören öğrencilerde geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2): 58-65.

- Şimşek, S. (2017). Spor yapan ve spor yapmayan ortaöğretim öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Ana Bilim Dalı, Kayseri.
- Tambag, H., Kaykunoğlu, M., Gündüz, Z., Demir, Y. (2014). Emotional intelligence levels of nursing student and influencing factors. *Journal of Education and Research in Nursing*, 11(1): 41-47.
- Taşdelen, B. ve Çataldaş, İ. (2017) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyete yönelik görüşleri: lefke avrupa üniversitesi örneği, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2): 826-844.
- Taşdan, S. (2020). Spor yapan ve yapmayan üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ve nomofobi düzeylerinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demiral Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Bilimleri Ana Bilim Dalı, Isparta.
- Tatar, A., Tok, S., Tekin Bender, M. ve Saltukoğlu, G. (2017). Asıl form schutte duygusal zekâ testinin türkçeye çevirisi ve psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 18(2):139-146.
- Tetik, S. ve Akkaya, B. (2018). Üniversite gençlerinin duygu yönetimi becerileri üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(4): 99-121.
- Teyfur, M., Akpınar, B., Şafalı, S., Ercengiz, M. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerinin akademik erteleme davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Elektronik Türkçe Çalışmaları*, 12(33): 625-640.
- Tiryaki, S. (2015). Toplumsal yaşamda facebook bağımlılığı: Konya örneğinde bir saha araştırması. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Konya.
- Tok, S. (2008). Üst düzey performans sporcusu ve sedanterlerde duygusal zekâ kişilik özelliklerinin araştırılması. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sporda Psiko-Sosyal Alanlar Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Toktamışoğlu, M. (2003). *Aklın öteki sesi-duygusal zekâyla başarı*. İstanbul: Kapital.
- Topçu, E. (2020). 14-16 yaş arası ergenlerde internet bağımlılığı ile yalnızlık arasındaki ilişkinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görüliyorum öyleyse varım"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Toraman, M. (2013). İnternet bağımlılığı ve sosyal ağ kullanım düzeylerinin ortaöğretim öğrencilerinin akademik başarıları ile ilişkisinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı, Diyarbakır.
- Trinidad, D. R., Unger, J. B., Chou, C. P. Johnson, C. A. (2004). The protective association of emotional intelligence with psychosocial smoking risk factors for adolescents. *Personality and Individual Differences*, 36(4): 945-954.

- Tubbs, M. E. ve Dahl, J. G. (1991). An empirical comparison of self-report and discrepancy measures of goal commitment. *Journal of Applied Psychology*, 76(5): 708-716.
- Tubbs, M.E. (1993). Commitment as a moderator of the goal-performansce relation: A case for clearer construct definition. *Journal of Applied Psychology*, 78(1): 86-97.
- Tufan, Ş. (2011), Geliştirilen duygusal zekâ eğitimi programının ortaöğretim dokuzuncu sınıf öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerine etkisi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı, Ankara.
- Tunç, A. (2020). Ergenlik döneminde duygusal zekâ özelliklerinin ve benlik saygısının internet bağımlılığı ile ilişkisinin incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Turhan, M. ve Çetinsöz, B. (2019). Duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişki: turizm programı öğrencileri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(69): 268-287.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Türkmen, Y., Özer, M., Karabulut, N., Zekioğlu, A. (2020). Bireysel spor yapanlarda duygusal zekâ düzeylerinin akademik not ortalamaları açısından araştırılması. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1): 81-92.
- Uğurlu, F. M. ve Şakar, M. (2015). Spor yapan ve yapmayan öğrencilerin duygusal zekâ ve mutluluk düzeylerinin karşılaştırılması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17).
- Uğurlu, T. T., Şengül, C. B. ve Şengül, C. (2012). Bağımlılık psikofarmakolojisi. *Psikiyatri Güncel Yaklaşımlar*, 4 (1): 37-50.
- Ulukan, H., Esenkaya, A. (2020). Üniversite süper lig güreş takımı öğrencilerinin olumlu duygu düzenleme güçlüğü ve hedef bağlılığının incelenmesi. *Recent Advances in Education and Sport Researches*, 71-88.
- Utma, S. (2019). Sosyal medya bağımlılığı üzerine kuramsal bir değerlendirme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2): 118-130.
- Uzbay, T. (2009). Madde bağımlılığının tarihçesi, tanımı, genel bilgiler ve bağımlılık yapan maddeler. *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 5-15.
- Uzuner, A. (2012). Yönetici hemşirelerde duygusal zekâ ve boyun eğici davranışların incelenmesi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Ünal, T.A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Ünal, T.A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2): 155-181.

- Ünlü, B., Çevik, E. E., Kurnaz, A. M. (2016). Okul öncesi öğretmen adaylarının duygusal zekâlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5): 2425-2438.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1).
- Ünlü, Ş. (2018). Eleştirel düşünmeyi destekleyen öğretmen eğitimi programı ihtiyaç analizi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 51(3): 169-192.
- Wade, D. (2009). Goal setting in rehabilitation: an overview of what, why and how. *Clinical Rehabilitation*, 23(4): 291-295.
- Walker, L. (2019). What is social networking addiction? How to tell if you're hooked. (Akt. Aşçı, N.H., 2021). Erişim adresi: <https://www.lifewire.com/what-is-social-networking-addiction-2655246>. (Erişim Tarihi: 28 Kasım 2020).
- We Are Social (2020). Digital 2020: October Global Statshot. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020> 25.10.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Wechsler, D. (1940). The measurement of adult intelligence. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 91(4): 548.
- Weinberg, R. S., Gould, D. (1995). *Foundations of sport and exercise psychology*. Canada: Human Kinetics.
- Wood, R. E., Locke, E. A. (1990). Goal setting and strategy effects on complex tasks. *Research in Organizational Behavior*, 12: 73-110.
- Yalom, I. (2001). *Varoluşçu psikoterapi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Yamangil, R. (2019). İç Anadolu Bölgesinde Sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma ilişkisinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikolojisi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Yan, İ. (2008). Duygu zekâ ilişkisi ve duygusal zekânın yöneticiler üzerindeki etkilerine yönelik bir araştırma. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Afyon.
- Yaşar, M. (2010). Duygusal zekâ ve sporcu performans ilişkisi: kayseri’de bir araştırma. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı, Kayseri.
- Yaygır, C. (2018). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı depresyon ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Yaykiran, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ile kişisel ve sosyal sorumlulukları arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Denizli.
- Yaylacı, G.Ö. (2006). *Kariyer yaşamında duygusal zekâ ve iletişim yeteneği*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Yazıcı, A. ve Güçlü, M. (2019). *Profesyonel basketbol oyuncularında zihinsel dayanıklılık ve duygusal zekanın çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. Moldova: Lap Lambert Academic Publishing.

- Yengin, D. (2014). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yetiş, Ü., Servi, T. (2020). Adıyaman üniversitesi beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin iletişim becerileri ve duygusal zekâ düzeylerinin incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35): 702-718.
- Yıldız, M. (2019). Sporcularda sportmenlik yönelimi: hedef bağlılığı ve sporda ahlaktan uzaklaşmanın rolü. (*Yayımlanmış Doktora Tezi*), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Yılmaz, E. ve Özkan, S. (2011). Hemşirelik öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi*, 4(1), 14.
- Yurdakavuştu, Y. (2012). İlköğretim öğrencilerinde duygusal zekâ ve sosyal beceri düzeyi. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Yüksel, M. (2006). *Duygusal zekâ ve performans ilişkisi bir uygulama*. (*Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Erzurum.

EKLER

EK 1: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

**FARKLI İLLERDE ÖĞRENİM GÖREN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
DUYGUSAL ZEKÂ VE HEDEF BAĞLILIĞI DÜZEYLERİNİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ?**

Sayın Katılımcı;

Aşağıda sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerin belirleneceği sorular yer almaktadır. Bu soruları dikkatle okuyarak, yanıtınızı işareti ile belirtiniz. Sorulara vereceğiniz cevaplar, yalnızca araştırma amacıyla kullanılacaktır. Araştırmanın amaçlarına ulaşması, soruları içtenlikle ve eksiksiz cevaplamanıza bağlıdır.

Kader ÖZKUL

Kişisel Bilgi Formu**1. Cinsiyetiniz**

Kadın () Erkek ()

2. Yaşınız**3. Aylık Harcamanız Ne Kadar?****4. Sosyal Medyada Ortalama Kaç Saat Geçiriyorsunuz?****5. En Sık Kullandığınız Sosyal Medya Hesabını Belirtiniz (Yalnızca bir seçenek işaretleyiniz).**

Instagram () Twitter () Facebook () Tumblr () Diğer.....

6. Haberleri En Çok Hangi Sosyal Medya Mecsından Aldığınızı Belirtiniz (Yalnızca bir seçenek işaretleyiniz).

Instagram () Twitter () Facebook () Youtube () Bundle () Diğer.....

EK 2: SCHUTTE DUYGUSAL ZEKÂ ÖLÇEĞİ

Aşağıda çeşitli durumlara ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Lütfen ifadeyi okuduktan sonra size uymaderecesini sağ taraftaki kutucuklardan birini işaretleyerek belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum
1.	Kişisel sorunlarımı başkaları ile ne zaman paylaşacağımı bilirim.					
2.	Bir sorunu karşılaştığım zaman benzer durumları hatırlar ve üstesinden gelebilirim.					
3.	Genellikle yeni bir şey denerken başarısız olacağımı düşünürüm.					
4.	Bir sorunu çözmeye çalışırken ruhalimden etkilenmem.					
5.	Diğer insanlar bana kolaylık sağlarlar.					
6.	Diğer insanların beden dili, yüz ifadesi gibi özel olmayan mesajlarını anlamaktan zorlanırım.					
7.	Yaşamımdaki bazı önemli olayların önemline, önemsiz olduğunun idinde değeri olmadığını değerlendirememeyolaçtı.					
8.	Bazen konuştuğum kimsenin ciddimi olduğunu yoksa şakamı yaptığımı anlayamam.					
9.	Ruh halim değiştiğinde yeni olasılıkları görürüm.					
10.	Duygularımın yaşam kalitem üzerinde etkisi yoktur.					
11.	Hissettiğim duyguların farkında olurum.					
12.	Genellikle iyi şeyler olmasını beklemem.					
13.	Bir sorunu çözmeye çalışırken mümkün olduğunca duygusalıktan kaçınırım.					
14.	Duygularımı gizli tutmayı tercih ederim.					
15.	Güzel duygular hissettiğimde bunları sonlandıracığımı bilirim.					
16.	Başkalarının hoşlanabileceği etkinlikler düzenleyebilirim.					
17.	Sosyal yaşamdan en çok bittiğini hissettiren şeylerdir.					
18.	Beni mutlu edecek uğraşlar bulmaya çalışırım.					
19.	Başkaların gönderdiği imdendili, yüz ifadesi gibi söz-süz mesajların farkındayım.					
20.	Başkaları üzerinde bıraktığım etkiyle pek ilgilenmem.					
21.	Ruhhalimi iyik sorunların üstesinden gelmek benim için daha kolaydır.					
22.	İnsanların yüz ifadelerini bazen doğru anlayamam.					
23.	Yeni fikirler üretmem gerektiğinde duygularımı simgeleriyle kolaylaştırılmaz.					
24.	Genellikle duygularımın içinde yaşadığının bilmem.					
25.	Ruhhalimi iyi yol masiyen fikirler üretmem yardımcı olmaz.					
26.	Genellikle duygularımı kontrol etmekte zorlanırım.					
27.	Hissettiğim duyguların farkındayım.					
28.	İnsanlar bana, benimle konuşmanın zor olduğunu söylerler.					
29.	Üstlendiğim görevlerden iyisi sonuçlara ulaşacağımı hayal ederek kendimi güdülerim.					
30.	İyi bir şeyler yaptıklarında insanlar iltifet ederim.					
31.	Diğer insanların gönderdiği özel olmayan mesajların farkına varırım.					
32.	Bir kişi bana hayatındaki önemli bir olaydan bahsettiğinde ben de aynısını yaşamış gibi olurum.					
33.	Duygularım dene zaman bir değişimlik olsa da kolayca değişir.					
34.	Sorunları çözüme kavuşturduğumda duygularımın etkisi yoktur.					
35.	Bir zorlukla karşılaştığım zaman umutsuzluğa kapılırım çünkü başarısız olacağımı inanırım.					
36.	Diğer insanların kendilerinin nasıl hissettiklerini sadece onlara bakarak anlayabilirim.					
37.	İnsanlar üzgünken onlara yardım ederek daha iyi hissetmelerini sağlarım.					
38.	İyimser olmak sorunları leheye çevirmeye yardımcı olur.					
39.	Kişinin sevgisiz olduğunu hissettiğini anlamaktan zorlanırım.					
40.	İnsanların kendilerinin deniyi ya da kötü hissettiklerini anlamak benim için zordur.					
41.	Yakın arkadaşlarımla konuşmaktan zorlanırım.					

Ek 3: HEDEF BAĞLILIK ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki açıklamaları okuyarak size en yakın olan seçenği işaretleyiniz. Lütfen boş seçenek bırakmayınız.

	Kesinlikle Hayır				Kesinlikle Evet
1. Bir görevi ciddiye almak benim için zor.	1	2	3	4	5
2. Doğrusunu söylemek gerekirse, bir hedefe ulaşip ulaşmamak umurumda değil.	1	2	3	4	5
3. Bir hedefin peşinden gitmeye güçlü bir şekilde bağlıyım.	1	2	3	4	5
4. Bir hedeften vazgeçmem çok uzun sürmezdi.	1	2	3	4	5
5. Bence bir hedef için çabalamak iyi bir şeydir.	1	2	3	4	5

EK 4: SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ

Günüç (2009) tarafından geliştirilen, Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından geçerlik-güvenirlilik çalışması yapılan ve 7 maddeden oluşan sosyal medya bağımlılığı ölçeği kullanılmıştır. Bu bölümdeki maddeler 5’li Likert tipi değerlendirme ile ölçülmüştür (1= Hiçbir zaman; 5= Her zaman). Ölçeğin değerlendirilmesi için maddelerin ortalaması alınmaktadır ve elde edilen sonuç puanının yükselmesi sosyal medya bağımlılık seviyesinin yükselmesini temsil etmektedir.

		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman
1	Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ailem ile sorunlar yaşarım.	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı başka etkinliklere (spor, kitap okuma vb.) ilgim azalır.	1	2	3	4	5
3	Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ev/iş/okul sorumluluklarımı ihmal ederim.	1	2	3	4	5
4	Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ailem ile daha az zaman geçiririm.	1	2	3	4	5
5	Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı arkadaşlarım ile daha az zaman geçiririm.	1	2	3	4	5
6	Çevremdekiler sosyal medyada harcadığım zamandan dolayı şikâyet eder.	1	2	3	4	5
7	Arkadaşlarım beni çağırırsa dahi sosyal medyanın başından kalkamam.	1	2	3	4	5

