

**T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**



**ORTAOKUL ÖĞRENCİSİ ÇOCUĞA SAHİP  
EBEVEYNLERİN YETKİNLİK, BİLİNÇLİ  
FARKINDALIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI  
AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hüsniye ALTINKAYA**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Melike CEYLAN**

**ŞUBAT, 2022**

**T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**



**ORTAOKUL ÖĞRENCİSİ ÇOCUĞA SAHİP  
EBEVEYNLERİN YETKİNLİK, BİLİNÇLİ  
FARKINDALIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI  
AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hüsniye ALTINKAYA**

**19220501081**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Melike CEYLAN**

**ŞUBAT, 2022**

## TEZ ONAY FORMU



T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

### YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Enstitümüz Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 19220501081 numaralı öğrencisi **Hüsniye ALTINKAYA**'nın " **ORTAOKUL ÖĞRENCİSİ ÇOCUĞA SAHİP EBEVEYNLERİN YETKİNLİK, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ**" konulu Yüksek Lisans tezi Enstitümüz Yönetim Kurulunun 20/01/2022 tarihli ve 2022/01 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla Enstitümüz jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile 11.02.2022 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
<b>ASIL ÜYELER</b>				
<b>Danışman</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Melike CEYLAN	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	
<b>1. Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Nesrin DUMAN	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	
<b>2. Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Eyyüb Ensari CİCERALI	Nişantaşı Üniversitesi	
<b>YEDEK ÜYE</b>				
<b>1. Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi	Burcu TÜRK	Haliç Üniversitesi	

**ONAY**  
(İMZALIDIR)

Prof. Dr. Alper ERTÜRK  
Enstitü Müdürü

## ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Ortaokul Öğrencisi Çocuğa Sahip Ebeveynlerin Yetkinlik, Bilinçli Farkındalık ve Sosyal Medya Kullanımı Açısından İncelenmesi” adlı çalışmada bilimsel ve etik kurallara uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları, kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

10.01.2022  
Hüsniye ALTINKAYA

## ÖNSÖZ

Tez konusunun seçiminden tamamlanmasına kadar olan bütün süreçte her türlü konuda yol gösterici olan, moral veren ve destekleyen danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Melike CEYLAN'a,

Lisansüstü eğitimimde kendisinden aldığım derslerle ufku açan, tez savunma sınavımda jüri üyesi ve zümre başkanı olan hocam sayın Dr. Öğr. Üyesi Nesrin DUMAN'a ve sayın Dr. Öğr. Üyesi Eyyüb Ensari CİCERALI'ye,

Hayattayken her türlü desteğiyle yolumu açan, ilerlemem için bana güç veren, vefatından sonra geride kalan anılarıyla ve yaşam öğretileriyle bana halen örnek olmaya devam eden, hayatım boyunca onun biricik kızı olacağım rahmetli canım babam Yılmaz ÖNER'E,

Akademik kariyerimde daha fazlasını yapabileceğim konusunda beni sürekli olarak yüreklendiren, her zaman bana olan güvenini ve inancını dile getirerek beni motive eden, tezimi hazırlama sürecinde akademik bilgisi, desteği ve sevgisi ile her zaman yanımda olan sevgili eşim Y. Mimar Taşkın ALTINKAYA'ya,

Merhamet kelimesinin en duru tecellisi olan ve bunu bu yaşımda bile bana sağanak sağanak veren canım annem Zahire ÖNER'e,

Kardeş kelimesine sığmayacak kadar özellikleri olan, maddi manevi desteğiyle her zaman bana güç veren canım abim Medet ÖNER'e, sevgili eşi Zeliha ÖNER'e,

Cennetin ayaklarımın altına serilmesine vesile olan, çalışmalarım esnasında biraz ihmal ettiğim canım oğlum Said Tuna'ya,

Maddi manevi desteklerini her zaman yanımda hissettiğim sevgili eşimin değerli ailesi Necdet ALTINKAYA, Güli ALTINKAYA, Mehmet ALTINKAYA, Uğur ALTINKAYA ve Pınar ALTINKAYA'ya,

Tezimle ilgili tüm acil durumlarda büyük yardımlarını gördüğüm sevgili komşum Arş. Gör. Ezgi Berte KUTLU'ya,

Dua ve iyi dilekleri ile her zaman yanımda olduklarını hissettiren tüm iyi kalpli arkadaşlarıma, araştırmamın en önemli kısmı olan anket formumu doldurarak bilimsel çalışmama destek veren tüm katılımcılarıma, güzel enerjilerinden dolayı beni seven herkese çok teşekkür ediyorum.

Hüsnüye ALTINKAYA

## İÇİNDEKİLER

<b>TEZ ONAY FORMU</b> .....	<b>ii</b>
<b>ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iv</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>v</b>
<b>TABLO LİSTESİ</b> .....	<b>x</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>15</b>
1.1. Araştırmanın Önemi .....	22
1.2. Araştırmanın Amacı .....	23
1.3. Problem Cümlesi .....	23
1.4. Alt Problemler .....	23
1.5. Araştırmanın Hipotezleri .....	23
1.6. Sayıtlılar .....	24
1.7. Sınırlılıklar.....	24
1.8. Tanımlar .....	24
<b>2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>27</b>
2.1. Yetkinlik ve Ebeveyn Yetkinliği .....	27
2.1.1. Yetkinlik kavramı .....	27
2.1.2. Yetkinlik inancını etkileyen faktörler .....	31
2.1.2.1. Başarmaya yönelik performans/tecrübeler.....	32
2.1.2.2. Dolaylı yaşantılar/model alma .....	35
2.1.2.3. Sözel ikna .....	38
2.1.2.4. Fiziksel ve duygusal durum .....	40
2.1.3. Yetkinlik inancı ve psikolojik etkileri .....	40
2.1.3.1. Bilişsel süreç .....	41
2.1.3.2. Duygusal süreç .....	41
2.1.3.3. Seçim süreci .....	42
2.1.3.4. Motivasyon.....	42
2.1.4. Ebeveyn yetkinliği .....	42
2.1.5. Ebeveyn yetkinliğinin gelişimi .....	45
2.1.6. Ebeveyn yetkinliğinin niteliği.....	46
2.1.7. Ebeveyn yetkinliği inancını etkileyen kaynaklar .....	48
2.1.7.1. Başarmaya yönelik performans/tecrübeler.....	49
2.1.7.2. Dolaylı tecrübeler/model alma .....	50
2.1.7.3. Sözel ikna .....	50
2.1.7.4. Fiziksel ve duygusal durum .....	51
2.1.8. Ebeveyn yetkinliği ile ilişkili ailesel kaynaklar .....	52
2.1.8.1. Ergenlerle açık iletişim kurma .....	52
2.1.8.2. Çatışmayı yönetebilme.....	53
2.1.8.3. Anne-babaların çocuklarını doğru izleyebilmesi .....	53
2.1.8.4. Aile doyumu .....	53
2.1.9. Ebeveynliği etkileyen ailesel diğer etmenler .....	53
2.1.9.1. Ebeveynlerin kişisel özellikleri .....	54

2.1.9.2. Çocuğun şahsi özellikleri .....	55
2.1.9.3. Çevresel özellikler.....	55
2.1.9.4. Ortak ebeveynlik .....	56
2.1.10. Ebeveynlik yetkinliğinin ebeveynler ve çocuklar üzerindeki etkileri ....	57
2.1.11. Ebeveyn yetkinliğinin ölçülmesi .....	58
2.1.12. Ebeveynlik yetkinliği ile ilgili araştırmalar .....	59
2.2. Bilinçlilik, Farkındalık ve Bilinçli Farkındalık .....	63
2.2.1. Bilinçlilik nedir? .....	63
2.2.2. Farkındalık ve farkında olmak nedir? .....	63
2.2.3. Bilinçli farkındalık nedir? .....	65
2.2.4. Farkındasızlık.....	71
2.2.4.1. Otomatik pilot .....	71
2.2.4.2. Yapma hali .....	72
2.2.4.3. Ruminatif düşünme biçimi .....	72
2.2.4.4. Kaçınma .....	73
2.2.5. Bilinçli farkındalığın tarihçesi .....	74
2.2.6. Bilinçli farkındalığın işleyişi .....	77
2.2.7. Farkındalık becerileri .....	79
2.2.7.1. Yargısızlık .....	79
2.2.7.2. şu ana odaklanmak .....	79
2.2.7.3. Mesafe koyma .....	80
2.2.7.4. Serbest bırakma .....	80
2.2.7.5. Kabullenme .....	80
2.2.8. Bilinçli farkındalık uygulamaları .....	81
2.2.9. Bilinçli farkındalığın işlevi .....	83
2.2.10. Bilinçli farkındalıktaki temel tutumlar .....	85
2.2.10.1. Yargılayıcı olmama .....	85
2.2.10.2. Sabır .....	85
2.2.10.3. Acemi zihni .....	86
2.2.10.4. Güven .....	86
2.2.10.5. Çabasızlık (Non-striving).....	86
2.2.10.6. Kabul .....	87
2.2.10.7. Oluruna bırakmak.....	87
2.2.11. Ebeveynlikte bilinçli farkındalık .....	87
2.2.11.1. Ebeveynlikte bilinçli farkındalığın izleri .....	89
2.2.11.2. Ebeveynlere öneriler .....	91
2.2.12. Bilinçli farkındalık ile ilgili çalışmalar .....	92
2.3. İnternet, Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya .....	95
2.3.1. WEB 2.0.....	96
2.3.2. Sosyal ağlar .....	97
2.3.3. Sosyal medya .....	98
2.3.4. Sosyal medyanın özellikleri.....	102
2.3.5. Sosyal medya platformları ve özellikleri .....	103
2.3.5.1. Facebook .....	104
2.3.5.2. WhatsApp.....	105
2.3.5.3. Instagram.....	105
2.3.5.4. Twitter .....	106
2.3.6. Sosyal medyanın tarihçesi .....	107
2.3.7. Türkiye’de sosyal medya .....	110

2.3.8. Teknolojik gelişmeler ve yeni medya.....	111
2.3.9. Sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması .....	114
2.3.10. Sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkileri .....	117
2.3.10.1. Sosyal medyanın aile bireyleri üzerindeki etkisi .....	120
2.3.10.2. Sosyal medyanın çocuklar üzerinde etkisi .....	121
2.3.10.3. Sosyal medya kullanımının ebeveynler üzerindeki etkisi.....	121
2.3.10.4. Sosyal medyanın aile iletişimindeki rolü .....	122
2.3.11. Sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalar .....	124
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>128</b>
3.1. Araştırmanın Modeli .....	128
3.2. Evren ve Örneklem.....	129
3.3. Veri Toplama Araçları.....	129
3.3.2. Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği (Perceived Parental Self Efficacy Scale) .....	130
3.3.3. Bilinçli Farkındalık Ölçeği (Mindful Attention Awareness Scale) .....	131
3.3.4. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (Social Media Use Integration Scale) .....	132
3.4. Verilerin Toplanması.....	132
3.5. Araştırma Verilerinin Analizi.....	133
<b>4. BULGULAR .....</b>	<b>136</b>
4.1. Verilerin Çözümlemesi.....	136
4.2. Betimleyici İstatistikler .....	136
4.2.1. Demografik değişkenlerin frekans analiz sonuçları.....	136
4.2.2. Ölçeklerin betimsel analiz sonuçları .....	138
4.3. Araştırmanın Hipotezleriyle İlişkili Bulgular.....	140
4.4. Demografik Değişkenlerle İlişkili Bulgular .....	141
4.4.1. Demografik değişkenlere göre ebeveyn yetkinlik düzeyi analiz sonuçları .....	141
4.4.1.1. Cinsiyete göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları.....	141
4.4.1.2. Yaşa göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	141
4.4.1.3. Mezuniyet durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları.....	142
4.4.1.4. Algılanan gelir durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	142
4.4.1.5. Medeni duruma göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları .....	143
4.4.1.6. Meslek durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları .....	144
4.4.1.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	144
4.4.1.8. Sosyal medya kullanım yılına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	145
4.4.1.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları .....	145
4.4.1.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	146
4.4.1.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları .....	146
4.4.2. Demografik değişkenlere göre bilinçli farkındalık düzeyi analiz sonuçları .....	147
4.4.2.1. Cinsiyete göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları ...	147



4.4.2.2. Yaşa göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	147
4.4.2.3. Mezuniyet durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	148
4.4.2.4. Algılanan gelir durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	148
4.4.2.5. Medeni duruma göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları .....	149
4.4.2.6. Meslek durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları .....	149
4.4.2.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	149
4.4.2.8. Sosyal medya kullanım yılına göre bilinçli farkındalık düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları .....	150
4.4.2.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları .....	150
4.4.2.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	151
4.4.2.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	151
4.4.3. Demografik değişkenlere göre sosyal medya kullanım düzeyi analiz sonuçları.....	152
4.4.3.1. Cinsiyete göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları .....	152
4.4.3.2. Yaşa göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	153
4.4.3.3. Mezuniyet durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları.....	153
4.4.3.4. Algılanan gelir durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	155
4.4.3.5. Medeni duruma göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları.....	156
4.4.3.6. Meslek durumuna göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları.....	156
4.4.3.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	157
4.4.3.8. Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	158
4.4.3.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	161
4.4.3.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	163
4.4.3.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları .....	166
4.4.4. Demografik değişkenlerin sosyal medya uygulamalarına göre dağılımı	170
4.4.5. Demografik değişkenlerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre dağılımı .....	172
4.4.6. Sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medya uygulamalarına göre dağılımı .....	174
<b>5. TARTIŞMA VE SONUÇ.....</b>	<b>175</b>

5.1. Tartışma ve Sonuç .....	175
5.2. Öneriler.....	179
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>181</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>196</b>
EK-1: Anket Soruları.....	197
EK-2: Etik Kurul İzni .....	204
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>205</b>



## TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
<b>Tablo 3.1:</b> Ölçeklerin ve Alt Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri .....	134
<b>Tablo 3.2:</b> Ölçeğin Maddeleri ve Boyutlara Ait Cronbach's Alpha Güvenirlilik Değerleri .....	135
<b>Tablo 4.1:</b> Demografik Değişkenlerin Frekans Analiz Sonuçları .....	136
<b>Tablo 4.2:</b> Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği Betimsel Analiz Sonuçları .....	138
<b>Tablo 4.3:</b> Bilinçli Farkındalık Ölçeği Betimsel Analiz Sonuçları .....	139
<b>Tablo 4.4:</b> Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları Betimsel Analiz Sonuçları .....	139
<b>Tablo 4.5:</b> Ebeveyn Yetkinliği, Bilinçli Farkındalık, Sosyal Medya Kullanımı ve alt ölçekleri Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi .....	140
<b>Tablo 4.6:</b> Cinsiyete Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	141
<b>Tablo 4.7:</b> Yaşa Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	142
<b>Tablo 4.8:</b> Mezuniyet Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	142
<b>Tablo 4.9:</b> Algılanan Gelir Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	143
<b>Tablo 4.10:</b> Gelir Grupları Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları .....	143
<b>Tablo 4.11:</b> Medeni Duruma Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	144
<b>Tablo 4.12:</b> Meslek Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	144
<b>Tablo 4.13:</b> Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	144
<b>Tablo 4.14:</b> Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	145
<b>Tablo 4.15:</b> Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	145
<b>Tablo 4.16:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	146
<b>Tablo 4.17:</b> Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	146
<b>Tablo 4.18:</b> Cinsiyete Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	147
<b>Tablo 4.19:</b> Yaşa Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	147
<b>Tablo 4.20:</b> Mezuniyet Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	148
<b>Tablo 4.21:</b> Algılanan Gelir Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	148
<b>Tablo 4.22:</b> Medeni Duruma Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	149
<b>Tablo 4.23:</b> Meslek Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları .....	149
<b>Tablo 4.24:</b> Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	150
<b>Tablo 4.25:</b> Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	150
<b>Tablo 4.26:</b> Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	151
<b>Tablo 4.27:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	151
<b>Tablo 4.28:</b> Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	152
<b>Tablo 4.29:</b> Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları .....	152
<b>Tablo 4.30:</b> Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları .....	153
<b>Tablo 4.31:</b> Mezuniyet Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları .....	154

<b>Tablo 4.32:</b> Mezuniyet Durumu Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları .....	154
<b>Tablo 4.33:</b> Algılanan Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları.....	155
<b>Tablo 4.34:</b> Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları .....	156
<b>Tablo 4.35:</b> Meslek Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları .....	157
<b>Tablo 4.36:</b> Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Süreklilik ve Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları .....	158
<b>Tablo 4.37:</b> Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları.....	158
<b>Tablo 4.38:</b> Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları.....	159
<b>Tablo 4.39:</b> Sosyal Medya Kullanım Yılı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları.....	159
<b>Tablo 4.40:</b> Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları .....	161
<b>Tablo 4.41:</b> Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları.....	162
<b>Tablo 4.42:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı Alt Boyutu Süreklilik ANOVA Analiz Sonuçları .....	164
<b>Tablo 4.43:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları .....	164
<b>Tablo 4.44:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Yetkinlik ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları .....	165
<b>Tablo 4.45:</b> Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Post-hoc Tamhane Analiz Sonuçları.....	165
<b>Tablo 4.46:</b> Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları .....	167
<b>Tablo 4.47:</b> Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Sürenin Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları .....	167
<b>Tablo 4.48:</b> Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı.....	171
<b>Tablo 4.49:</b> Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı .....	172
<b>Tablo 4.50:</b> Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı ..	174

## ŞEKİL LİSTESİ

	<b>Sayfa No</b>
<b>Şekil 2.1:</b> Yetkinlik İnancını Etkileyen Faktörler .....	32
<b>Şekil 2.2:</b> Ebeveyn Yetkinlik İnancını Etkileyen Faktörler .....	49
<b>Şekil 3.1:</b> Araştırma Modeli.....	129



## ÖZET

### ORTAOKUL ÖĞRENCİSİ ÇOCUĞA SAHİP EBEVEYNLERİN YETKİNLİK, BİLİNÇLİ FARKINDALIK VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Bu araştırmanın amacı ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelemektir. Araştırmaya İstanbul'da yaşayan 391 ebeveyn katılmıştır. Katılımcılara Demografik Bilgi Formu, Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği, Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği uygulanmıştır. Veriler SPSS 22.00 programı ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların ebeveyn yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri demografik özellikler açısından incelenmiş, bağımsız grup T-testi ve tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Tüm analizlerde anlamlılık düzeyi  $p < 0,05$  olarak alınmıştır. Ölçeklerin arasında ilişki olup olmadığını ortaya koymak için basit doğrusal korelasyon işlemi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, ebeveyn yetkinlik düzeyi ile bilinçli farkındalık düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı pozitif yönde, düşük düzeyde bir ilişki olduğu; bilinçli farkındalık düzeyi ile sosyal medya kullanımı düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırmanın sonucunda, gelir durumu arttıkça ebeveyn yetkinliğinin de arttığı, erkeklerin sosyal medya kullanım düzeylerinin kadınlara göre daha yüksek olduğu, sosyal medya uygulamalarından en çok tercih edilen Whatsapp uygulamasının en çok arkadaşlarla iletişim, eğitim konuları için kullanıldığı görülmüştür. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular literatür ışığında tartışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** *Ebeveyn, Yetkinlik, Bilinçli Farkındalık, Sosyal Medya*

## ABSTRACT

### EXAMINING SELF-EFFICACY, MINDFULNESS AND SOCIAL MEDIA USE OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' PARENTS

The purpose of this research is to examine parents of secondary school students in terms of competence, mindfulness, and social media use. 391 parents living in Istanbul participated in the research. The Demographic Information Form, the Perceived Parental Self-Efficacy Scale, the Mindful Attention Awareness Scale, and the Social Media Use Integration Scale were applied to the participants. The SPSS 22.00 program was used to analyze the data. It was observed that the levels of parental competence, mindfulness, and social media use of the participants were moderate. Dependent and independent variables of the study were examined in terms of demographic characteristics. An independent group T-test and a one-way analysis of variance (Anova) were used. The level of significance was taken as  $p < 0.05$  in all analyses. A simple linear correlation process was performed to reveal whether there was a relationship between the scales. As a result of the research, it was found that there was a statistically significant positive, low-level relationship between the level of parental competence and the level of mindfulness. It was also found that there was a statistically significant, negative, low-level relationship between the level of mindfulness and the level of social media use. As a result of the research, it has been seen that as the income level increases, parental competence also increases, the social media usage level of men is higher than that of women, and the Whatsapp application, which is the most preferred social media application, is mostly used for communication with friends and education. The findings of the research were discussed in the light of the literature.

**Keywords:** *Parent, Self-efficacy, Mindfulness, Social Media*

## 1. GİRİŞ

Bir toplumun temel yapı taşı hiç şüphesiz aile oluşturmaktadır. Aynı zamanda aile, o toplumun küçük bir modelidir de. Bünyesinde bulundurduğu olumlu ya da olumsuz özellikleri bütün toplumda görebilmek mümkündür. Bu noktada hangi medeniyet aileyi daha kaliteli hale getirmeyi temel kalkınma unsuru olarak görürse kendi aydın toplumunu oluşturacak olan medeniyet de o olacaktır. Ailenin bu kadar önemli olmasını sağlayan özelliklerinden biri de ebeveyn-çocuk varlığı ve ebeveyn-çocuk ilişkisidir. Çünkü nesillerin devamı ve toplumsal aktarım daha çok ebeveyn-çocuk ilişkisi ile sağlanmaktadır.

Kâinata insan dışında tüm varlıklar kendilerine has donanımları ile dünyaya gelirken sadece insanoğlu zayıf ve donanımsız olarak dünyaya gelmektedir. Özetle maddi manevi başkasına ihtiyaç duymadan kendi ayaklarının üstünde durmayı en zor ve en son öğrenen yavru insan yavrusudur. Bu durumla birlikte ebeveynlik nesillerin maddi ve manevi yönden sağlıklı çoğalmasında en önemli faktör olmaktadır.

Çoğu anne baba tecrübesiz, yetkin olmadan ebeveyn olmaktadır. Anne babaların ebeveyn olma hazırbulunuşluk düzeyleri; ebeveynlik davranışlarının temelini oluşturduğu gibi çocuğun fiziksel ve ruhsal sağlığını da etkilemektedir. Bu anlamda yetkinlik kavramı ve ebeveynlik beraberce ayrıntılı bir şekilde incelenmeli, ailenin, dolayısıyla toplumun kaliteli bir şekilde var olmasını sağlamak için ebeveynlerin yetkinlik düzeyleri artırılmalıdır.

Ebeveyn yetkinliği, çocuklarının bakımı ile ilgili anne ve babanın kendilerine duydukları inanç olarak açıklanmaktadır. Ebeveynlerin ilk olarak bu konuda bilgi sahibi olması bu bilgileri çocuğun bakımı yapılırken günlük hayatta uygulamaya koyabilmeleri önemlidir (Güldalı-Dereli, 2019).



Anne babaların çocuklarının davranışlarındaki değişimde etkin ve iz bırakıcı rol oynayabileceklerinin farkında olmaları gerekmektedir. Bu durum ebeveynlik görevinde yetkinlik ifadesi ile direk bağlantılıdır (de Montigny ve Lacharite, 2005).

Ebeveynlerin çocuklarına karşı kendilerinde geliştirdiği anne babalık ile ilgili inanç, düşünce ve yargılarını düzenleme ve bunları hayata geçirme düzeyine ebeveynlik yetkinliği denilmektedir (Bandura, 1997). Teti ve Gelfand'a (1991) göre ise ebeveynlerin, anne -baba rollerini kazandıkları bilgileri ve bu bilgileri eksiksiz olarak hayata geçirmelerine dair kendilerinden beklenti düzeyidir. Ebeveyn yetkinliği, anne ve babaların kendilerini ebeveynlik görevlerinde yeterli düzeyde görmeleridir.

Gelecek nesillerin yetiştirilmesinde de anne-babaların kendilerini çağa uygun olarak güncellemeleri önemlidir. Amaçlanan ebeveyn yetkinlik seviyesine ulaşabilmek için anne-babalara önemli görevler düşmektedir. Çünkü çocuklar, anne babalarından gördükleri model ile kişiliğini ve benliğini oluşturarak bunları topluma aktaracakları için sağlıklı çocuklar ve sağlıklı nesiller oluşturmada anne ve babalara çok büyük sorumluluklar düşmektedir (Bayar, 2021).

Bu sorumluluklara paralel ebeveynlerin çocuklar üzerinde dolayısıyla da toplum üzerinde önemli izleri bulunmaktadır. Bu izlerden en önemlilerini; çocuğun bilişsel entelektüellik seviyesini etkileme, aldığı eğitimi etkileme, erdemli-ahlaklı olmayı etkileme, şiddeti, suç u hatta savaşları etkileme, zihinsel, psikolojik ve fiziksel sağlığı etkileme, çevreyle olan ilişkileri etkileme olarak sayabiliriz (Çeviker, 2016).

Anne-babaların yetkinliği, çocuğuyla iyi bir iletişim dışında hem ebeveynlik görevlerini ikame etmelerini sağlayan hem de ana-babaların kendi hayat süreçlerini etkileyen bir kavramdır (Demir, 2014). Çünkü ebeveynlik, çocukla birlikte sorumluluk demektir ve sorumluluğunu yeterli düzeyde yerine getirdiğini düşünmek anne babaları vicdanen, ruhen ve zihnen daha dingin bir duruma getirecektir. Bu yüzden anne babaların ve çocukların daha pozitif bir yaşam sürebilmeleri için yetkinlik inancı önemli bir etkidir.

Ebeveyn yetkinliğinin yüksek olması, çocuklarıyla anne babaların ilişkisine olumlu katkı sağlarken; ebeveyn yetkinliğinin düşük olması ise anne babalık görevlerini aksatmakta ve ebeveynlerin çocuklarıyla olan ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Demir, 2014). Ebeveyn yetkinliği inancı yüksek olan anne babalarda çocukla olumlu etkileşim kurma, çocuğa uyarıcı bol olan bir ortam sağlama, onu olduğu gibi kabul etme ve başarılı iletişim kurma gibi yetenekleri de sağlamaktadır. Ebeveyn yetkinliği inancının düşük olması ise ebeveynlerin çocuğuna karşı olumsuz bakış açısına ve çocukta çeşitli davranış bozukluklarının ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir (de Montigny ve Lacharite, 2005).

Kişinin daha mutlu ve huzurlu bir hayat sürmesini kendi farkındalığının artması önemli derecede etkilemektedir (Demir, 2015). Farkındalık, hissedilen duygularda, algılanan tecrübelerde artış yapmasıyla bilinir (Özyeşil ve ark., 2011). Yaşanılan anda, yapılan eylemin farkına vararak, zihinsel ve duygusal olarak yaşadıklarını gözlemleyerek yaşanan deneyimlerdir. Kişinin genel anlamda yetkinliğinin haricinde başka alanlarda da bu kavramı taşıması beklenmektedir (Demir, 2015). Bu alanlardan belki de en önemlilerinden biri de ebeveynlerin bilinçli farkındalığıdır.

Günlük koşturma ve telaş içinde, yemek yerken, bir arkadaşla sohbet ederken, işe giderken, kolay ya da zor işlerle uğraşırken çevreden birçok uyarıcıya maruz kalınır ve bazen olan biten o kadar hızlı yaşanır ki, yemeğin tadından, yapılan konuşmadan nefes alınan havaya kadar birçok şeyin farkına dahi varılamayabilir. İşte bu noktada farkındalık ve bilinçli farkındalık kavramları karşımıza çıkmaktadır (Aktepe ve Tolan, 2020). Teknolojik gelişmelerle birlikte her şeyi hızla tüketen aynı zamanda çoğu zaman kaygı, stres ya da boşluk hissi yaşayan modern çağ insanına bakıldığında bu kavramların önemi daha da iyi anlaşılmaktadır.

Eski bir inanış olan bilinçli farkındalık, milenyumla birlikte fazlaca ilgi görmeye başlayarak nörobilimcilerin, psikologların ve klinik çalışanlarının araştırmalarında başlıca konu olmaya ve yaptıkları çalışmalarda bilinçli farkındalık uygulamaları başlamıştır. Bilinçli farkındalık, ruhsal ve bedensel olarak hissedilen

tüm acıların hafiflemesini sağlamakta ve bireyde pozitif yönde kişisel dönüşüm yaratmaktadır (Kınay, 2013).

Etimolojik olarak bilinçli farkındalık kavramını incelediğimizde Pali dilindeki “sati” kelimesinden türetilmiş olup “hatırlamak” manasında olduğu görülmektedir (Tuncer, 2017). Farkındalık, olumlu duygu ve düşüncelerle aşırı özdeşim kurma ile olumsuz duygu ve düşünceler teslim olmama arasında sergilenen bireysel dengeleme çabasıdır. Daha yüksek seviyelere sahip insanlar deneyimlerini iyi-kötü veya sağlıklı-sağlıksız olarak sınıflandırmazlar (Gördesli ve ark., 2018). Onlara göre önemli olan yaşanan anı bilinçli olarak zihinsel ve ruhsal işlemektir.

Bilinçli farkındalık ise bir tanıma göre, bireyin anlık kendi içindeki ve dış çevredeki deneyimlerine yoğunlaşmasını hiçbir şekilde yargılamadan yönlendirmesidir (Kabat-Zinn, 2005). Başka bir tanıma göre ise bilinçli farkındalık (mindfulness-consciousness) farkındalığın ve odağın şu anda tecrübe edilmesi, deneyimlenmesidir (Deniz ve ark., 2017).

Bilinçli farkındalık açık, net, belirgin bir de canlı olan o anlık tecrübeleri ve fonksiyonları yakalar. Bunun tam tersi olarak dikkatsizlik ise, alışkanlıkların, davranışların ve otomatik işlevlerin eksik bir şekilde farkında olmadır ki bu yaşanan durum günümüzde birçok kişi için süregelen olabilir. Bilinçli farkındalık bazı otomatik düşüncelerden, farkında olmadan yapılan alışkanlıklardan, sağlıksız ve dengesiz davranış şekillerinden kişinin ayrışması için çok önemlidir (Deniz ve ark., 2017).

Bilinçli bir yaşam devam ettirmenin en önemli yapı taşı kişinin kendisini olduğu haliyle kabul etmesi ve kendisini de çevresine kabul haliyle yansıtmasıdır. Bu süreç, kişinin kendisini izleyerek davranışlarına ve alışkanlıklarına dikkatini verdiği üst bilişsel bir süreçtir.

Bilinçli farkındalık, psikoterapi uygulaması adında ilk olarak Dr. John Kabat-Zinn tarafından 1979 yılında Batı’da geliştirilmiştir. Batı Psikoterapisinde yaklaşık otuz yıllık bir geçmişe sahip olan bilinçli farkındalık kavramı son on yılda çok hızlı bir şekilde ivme elde etmiştir. Ancak bilinçli farkındalık henüz ülkemizdeki

psikoterapistler ve araştırmacılar tarafından günümüzde çok da bilinmemektedir (Kınay, 2013).

Bilinçli farkındalık, her durumda ruhen ve bedenen uyanık olmaktır ancak birçok insan karşılaştıkları durumların bilişsel süreçlerini farkındalıkla yönetemez. Böyle durumlarda kişi yaşadığı durumlara karşı kısa süreli olarak ilgisini kaybetmektedir. Bilinçli farkındalık durumunda ise kişinin zihinsel ve duygusal anlamda dengede olmasıdır.

Bilinçli farkındalık dikkat ve farkındalığı her şeyi ile kabul tavrı ve bulunan andaki deneyimlere yönlendirmek, bu da içinde bulunulan anı tam olarak hissederek yaşamaya niyet etmek demektir (Özyeşil, 2011). Bu sürecin anne babalar üzerinde de nasıl ilerlediği günümüzde merak konusu olmaktadır. Ebeveynlerin çocukları ile olan ilişkilerindeki rolünü inceleyen ilk çalışmalar, ebeveynlerin farkındalık düzeyleri ile ilgili olmuştur (Gördesli ve ark., 2018).

Ebeveynlik becerileri için anne-babaların gerekli donanım ve bilgiye sahip olmanın yanında evlatlarıyla olan iletişimlerinde bilinçli farkındalık geliştirmiş olmaları gerekmektedir (Işık, 2020). Aile çocukları gelecek nesillere hazırlama kurumu olduğu için anne babalar için bu kavram çok önemlidir. Çocuğun kişilik ve kimlik gelişimi, kültürün nesiller arası aktarımı ebeveyn aracılığıyla aile kurumunda yapılmaktadır. Özetle anne-babaların bilinçli farkındalıklarını geliştirmeleri, arkasından geliştirilen bu yeteneğin anne-baba ve çocuk ilişkisine uyumlanması olarak söylenebilir (Işık, 2020).

Bilinçli farkındalık uygulamalarının ebeveynin çocuğu ile kurduğu ilişkide verdiği tepki ve kendi ebeveynliğiyle özdeşleştirdiği davranışların da ötesinde etkileşme geçmesinde yardımcı olduğu bilinmektedir. Çünkü bilinçli farkındalık otomatik tepkiler yerine seçeneklerinin olduğunu, seçim şansı olduğunu göstermektedir. Her anne baba ebeveynlik sürecinde yoğun olumlu ya da olumsuz çeşitli duygular yaşamaktadır. Bu tepkilerin özellikle otomatik olumsuz olanları bilinçli farkındalık süreçleri ile azaltılabilmektedir. Kişinin zengin ve doyumlu bir hayat yaşaması, ebeveyn olarak da çocuğuyla olumlu ilişkiler kurabilmesi ve nesiller

arası olumlu aktarım için bu noktada bilinçli farkındalık çok büyük önem taşımaktadır.

Bilinçli farkındalık, bilişsel öğrenmeyi, zekayı özellikle duygusal zekayı, psikolojik dayanıklılığı, en geniş anlamda bedensel ve ruhsal olarak sağlığı ve mutlu birer ebeveyn olmayı desteklemektedir (Ateş, 2020). Çünkü bilinçli farkındalık o anda olanı yargılamadan yaşanana şahit olma pratiğidir. Bilinçli farkındalık kavramsallıktan çok deneyimsel bir süreçtir. Germer ve arkadaşlarına (2005) göre bilinçli farkındalık anlari; kavramsal değildir, şimdije odaklanmaktır, yargılayıcı değildir, amaçlıdır, katılımcı gözlemi gerekir, sözel değildir, keşfe dayalıdır, bağımsızlaştırır.

Bilinçli farkındalık, ebeveynlikte çocuğa ve anne babanın kendisine odağını vererek şimdiki zamana ön yargısız bir şekilde dikkatini vermek olarak tanımlanmıştır. Bu durum; (a) çocuğu tüm dikkati ile dinlemek; (b) çocuğu ve kendisini yargısız kabul; (c) çocuk ve ebeveyn için duygusal farkındalık; (d) anne, baba ve çocuk ilişkisinde içsel düzenleme ve (e) çocuk ve kendisi için şefkat gösterme diye beş bölümden oluşmaktadır (Ulus, 2018).

Anne-baba olarak yetkinlik düzeyi, bilinçli farkındalık düzeyinin yanı sıra gerek bilişim yönündeki hızlı, renkli, eğlenceli gelişmelerle gerekse son bir yıldır yaşanan Covid-19 salgını ile sanal dünyaya kayan sosyal hayatların en temel buluşma noktası sosyal medya olmuştur. Ayrıca anne babalık kavramına hem çok şey katan, bazen de çocuklarla geçirilebilecek zamanı alan sosyal medya kullanımı aileyi, bireyleri, toplumun yapısını şekillendirmektedir.

Sosyal medya, günümüzün en çok kullanılan, en önemli sosyallik, bilgi edinme ve iletişim araçları arasında İnternet'in en popüler uygulamaları içinde en önde yer almaktadır ve aile bireylerinin kullanım süresine paralel olarak ev içi iletişimi farklı yönlerde etkilendiğine dair çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Demir, 2016). Aile üyelerinin iletişime geçme yöntemleri olumlu, olumsuz yönde değişmiştir. Çünkü toplumda yaşanan başkalaşma, toplumun en küçük yapı taşı olan ailenin iletişim yönteminde de farklılaşmaya neden olmuştur.

Günümüzde bireylerin büyük bir kısmı tarafından fazlaca meşgul olma oranına sahip sosyal medya ve İnternet insanlarla etkileşim alışkanlıklarımızı ve hatta yaşam şekillerimizi yönlendirir hale gelmiştir (Yıldız ve Demir, 2016). Günlük hayat akışında fazlaca vakit alan sosyal medya uygulamaları, geleneksel iletişim araçlarından çok daha etkili bir hale gelmiş ve bireylerin birbirleriyle sosyal medya uygulamaları aracılığıyla iletişime geçmelerine neden olmuştur. İnternet teknolojisinin topluma getirdiği en önemli yaygın olarak öne çıkan yenilik zaman ve mekân sınırlarını iletişim teknolojilerinin ortadan kaldırmasıdır. Mekânsal ve zamansal sınırlılıkların ortadan kalkmasıyla bireyler geleneksel bir iletişim kurma şekli olan yüz yüze iletişim kurma yönteminden daha farklı bir sahada yapılan sanal iletişime geçmişlerdir. Bu iletişim platformunda kullanıcı, kendi profil sayfası üzerinden düşüncelerini ortaya koyabilmekte, direk mesaj bölümü gibi kolaylıklar sayesinde karşılıklı etkileşimde bulunabilmekte, her türlü bilgiyi elde edebilmekte, arkadaşlıklar ya da paylaşım grupları kurabilmekte, diğer kullanıcıların iletişim bilgilerine ulaşabilmekte, resim ve videolarını başka üyelerle paylaşabilmekte veya kendisi hakkında diğer insanlara veri sunabilmektedir (Balcı ve ark., 2019). Gerçekleşen bu yeni iletişim şekli kişilerin bir taraftan kolay bir yolla sosyalleşmesine imkân tanırken diğer yandan da bazı bağımlılıklar ortaya çıkararak onları yalnızlığa itmekte ve bireyselleştirmektedir (Güleç, 2018).

Hızla genişleyen ve çoğalan iletişim şekilleri alanında kullanım oranı iyice artan sosyal medya birçok kolaylık sağlamaktadır. Öyle ki sosyal medya kullanıcıları hiç evden çıkmadan kolaylıkla her türlü alışveriş yapabilmekte, bilgi, belge paylaşabilmekte, duygu, durum, etkinlik duyurabilmekte, banka hesaplarını kontrol, fatura ödeme gibi vakit alan işleri zahmetsizce yapabilmekte, sosyal doyumunu sanal ortamlarla da sağlayabilmektedir. Dolayısıyla yaşanmakta olan bu değişim ve dönüşümler sosyal medyanın kullanım amacını ve doğal olarak bu iletişim araçlarını kullanan bireylerin rollerini, yaşamlarını etkilemektedir.

Sosyal medyanın bu kadar güçlü olmasının her yönden en büyük nedeni iletişim araçlarına karşı ilginin her geçen gün çoğalmasıdır. Bireylerde İletişim araçlarının varlığı artık maddi varlıkla ya da maddi yoksunlukla bile ölçülememektedir.

İnsanlar gündelik hayatta iç içe iletişim hâlinde yaşamaktadır. Bu iletişim esnasında her türlü bilgi alışverişi, his paylaşımı yapılmaktadır. Sosyal medyanın varlığı ve yaygınlığı ile bu iletişim ve bilgi alışverişi sanal bir dünyaya kaymıştır. Her bireyin farklı sosyal medya kullanımı amaçları olabilmektedir. En yaygın kullanım amaçları fotoğraf paylaşmak, bilgi edinmek, eğitim almak, arkadaşlarla iletişim kurmak, müzik, film gibi hobileri yapmak, alışveriş yapmak, düşünce paylaşmak ya da çocuk gelişimi ile ilgili bilgi edinmek sayabiliriz. Bu noktada sosyal medya kullanımı ile ebeveynin yetkinliğinin ya da ebeveyn yetkinliğinin bilinçli farkındalığı ile ilişkisinin olup olmadığını incelemekte fayda olacaktır. Ayrıca sosyal medyanın dengeli, yeterli ve süreli kullanılmaması durumlarında aile içi iletişimi de olumlu olumsuz yönlerde etkilediği de bilinmektedir.

### **1.1. Araştırmanın Önemi**

Anne-baba olmak tüm medeniyetlerde toplumun geleceğinin inşa edildiği, yine toplumların gelişmişlik seviyesine yön veren temel yapı olmuştur. İnsanlık için bu denli önemli olan bu alanda, yıllar içerisinde pek çok araştırma yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir. Araştırmaların genelde anne-baba olmanın, yetkinlik, farkındalıkla beraber çağın gereklerine uygun hale getirilmesi ve alandaki problemlere çözüm bulma odaklı olduğu görülmektedir.

Ayrıca yakın tarihte hayatımıza giren ve Covid-19 salgını ile yakın uzak çevresel ilişkilerimizde baş rol oynayan sosyal medya kullanımı ebeveynliklerin hayatında da değişiklikler yaratmıştır. Bu çalışmada ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyi, bilinçli farkındalık düzeyleri ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi konu olarak ele alınmıştır.

Ayrıca yapılan alan yazın taramasında özellikle ebeveyn yetkinlik düzeyi ile sosyal medya kullanımı düzeyinin ilişkisinin araştırılmasına yönelik az sayıda araştırma olduğu görülmüş ve bu bağlamda da bu araştırmanın alan yazına katkı sağlaması açısından da önem taşıyacağı düşünülmüştür.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelenmesidir. Çalışma kapsamında İstanbul ilinde yaşayan ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı düzeylerindeki ilişkinin yönü incelenecektir.

## 1.3. Problem Cümlesi

Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımları arasında ilişki var mıdır?

## 1.4. Alt Problemler

- Katılımcıların ebeveyn yetkinlikleri ne düzeydedir?
- Katılımcıların bilinçli farkındalıkları ne düzeydedir?
- Katılımcıların sosyal medya kullanımları ne düzeydedir?
- Katılımcıların sosyal medya uygulama tercihleri demografik özelliklere göre nasıl dağılmaktadır?
- Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları demografik özelliklere göre nasıl dağılmaktadır?
- Katılımcılar sosyal medya uygulamalarını hangi amaçlar için kullanmaktadır?

## 1.5. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyleri ile bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyleri ile sosyal medya kullanımı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeyleri ile sosyal medya kullanımı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.



H4: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık gösterir.

H5: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık gösterir.

H6: Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin sosyal medya kullanım düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık gösterir.

## **1.6. Sayıtlar**

Araştırmaya katılan ebeveynlerin Kişisel Bilgi Formuna ve araştırmada kullanılan ölçme araçlarında yer alan sorulara doğru, samimi ve içten cevap verdikleri varsayılacaktır.

## **1.7. Sınırlılıklar**

- Bu araştırma 2020-2021 eğitim-öğretim yılında, İstanbul ilinde ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin ölçek maddelerine verdikleri cevaplarla sınırlıdır.

- Araştırma ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeylerini ölçmek için kullanılan 11 maddeden oluşan Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği, ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeylerini ölçmek için kullanılan 15 maddeden oluşan Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve ebeveynlerin sosyal medya kullanım düzeylerini ölçmek için kullanılan 8 maddeden oluşan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ile sınırlıdır.

## **1.8. Tanımlar**

Ebeveyn: Anne-baba (TDK, 2020).

Yetkinlik: Yetkin, olgun olma durumu, kemale erme, mükemmel olma (TDK, 2020).

**Ebeveyn Yetkinliği:** Ebeveynlerin, çocuklarının davranışları ve ruhsal-fiziksel gelişimleri üzerinde pozitif yönde etki edebilmelerine dair kendilik algılarıdır (Coleman ve Karraker, 2000).

Ek olarak ebeveyn yetkinliği, anne babaların çocuğun maddi manevi olarak büyütülmesiyle ilgili bazı sorumlulukları hakkında sahip olduğu ebeveynlik kapasitesine dair kanaatleri ve inançlarıdır (de Montigny ve Lacharite, 2005).

**Bilinçlilik:** Kendi etkinliğini fark etmiş, şuurlu demek olan bilinçlilik, aynı zamanda kişinin biri aktiviteyi yaparken fiziksel olarak orada bulunduğu gibi bilişsel olarak da orada bulunması demektir (TDK, 2021).

**Farkındalık:** Bir canlının çevresinde gelişmekte olan hadiseleri hissetme, bilme ve algılama kabiliyetidir. Ayrıca bir şeyin bilincinde olma manasını da taşımaktadır. İzafi bir ifade olan farkındalık, iç organların bir hissi olabilirken beş duyu organları aracılığıyla edinilen dış temelli bir durumu da tarif edebilmektedir (Vikipedi, 2021).

**Bilinçli Farkındalık:** Kasıtlı olarak, şu anda ve an be an deneyimin gelişmesine yargılamadan dikkat ederek ortaya çıkan farkındalık (Kabat-Zinn, 2005).

**Sosyal:** Bir topluma farklı ve bağımsız bir yaşama sahip olduğuna düşünölen insan topluluğuyla ilişkili olan; 2- Toplumu oluşturan, o toplum içinde yaşayanlar; 3- Toplum içinde var olan kişilerden meydana gelen grup, katman, sınıf, vb; 4- Toplumdaki kişilerin birbirleriyle olan etkileşimleri; 5- Toplumdaki katmanların birbirleriyle olan ilişkileri; 6- Toplum içinde var olan kişilerin maddi-manevi hayat şartlarını iyileştirmeyi, tinsel gerekliliklerini karşılamayı amaçlayan fiil ve hareketler için kullanılan önad ( Türkçe Bilgisi, 2021).

**Medya:** Latince araç, ortam manasına gelen medium sözcüğünün çoğulundan türetilmiştir. Başta iletişim olmak üzere, sosyoloji, biyoloji gibi farklı alanlarda da kullanılmaktadır (Vikipedi, 2021).

Sosyal Medya: Web 2.0 teknolojilerine kurulan, daha fazlaca sosyal etkileşime, sanal topluluk oluşumuna ve ortak projelerini başarmaya olanak sağlayan web siteleridir (Dikme, 2013). Sosyal medya, kişilerin İnternet ortamında karşılıklı interaktif olarak etkileşim kurduğu, duygu, düşünce ve görüşlerini paylaştığı bir yapıdır (Borges, 2009).



## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmaya temel oluşturan kavramlar, kuramsal çerçeveleri ile açıklanmıştır.

### 2.1. Yetkinlik ve Ebeveyn Yetkinliği

Kişinin, sosyal ve akademik hayatta hedeflediği sonuçlara ulaşması için başarılı davranışlar sergilemesi yetkinlik inancıyla mümkün olmaktadır. Yetkinlik algısının eğitim, kariyer, aile içi ilişkiler, politika, üretim gibi günlük hayatın içindeki kavramları kapsayan birçok alanı vardır. Yetkinlik ve ebeveyn yetkinliği bu araştırmada ele alınan ilk konular olacaktır.

#### 2.1.1. Yetkinlik kavramı

Sosyal Bilişsel Kuramının ana değişkenlerinden biri olan yetkinlik kavramı yabancı alan yazında Self-efficacy olarak ifade edilmektedir. Bu kavramı ilk olarak Albert Bandura 1977’de Psikolojik Tekrar-Öz-Yeterlik: Davranış Değişikliği Teorisini Birleştirmeye Doğru adlı makalesinde kullanmıştır. Türkçe karşılık olarak ise öz-yeterlik, öz-yetkinlik, öz-yeterlik inancı, yetkinlik inancı şeklinde ifade edilmektedir (Güldalı-Dereli, 2019). Bu çalışmada Self-efficacy kavramı yetkinlik inancı olarak ele alınacaktır.

Yetkinlik kavramını alan yazına kazandıran Bandura’ya (1997) göre kişinin, yapacağı bir fiilde ihtiyacı olan performansı ortaya koyabilmesi için gerekli olan faaliyetleri düzenleyerek başarılı olabilme ihtimali hakkında benliğine yönelik inancı, yetkinlik demektir. Bu tanıma göre bireyin yetkinlik algısı, yapacağı fiildeki performansını ve faaliyetin sonucunu etkilediği için çok önemlidir.

İnsanlar, arzuladıkları sonuçlara ulaşabileceklerine inanmadan ne bir amaca sahip olurlar ne de zorluklarla başa çıkma konusunda kapasitelerinin üstünde performans gösterirler (Demir, 2015). Bireysel yaşantı ya da sosyal hayatta yapılan iş ve eylemlerde kişi, kendilik inancına göre bir performans sergilemektedir. Kendisini yeterli gördüğü kadar başarı ortaya koymakta, becerilerini kendine inandığı ölçüde gösterebilmektedir. Kişiler, düşünce, davranış ve duygularının kendileri tarafından kontrol edilebildiği fikrine sahip oldukları sürece hayatlarında karşılarına çıkan zorluklarla rahatlıkla baş edebilir, azim ve sabırla bu sorunları aşabilir, çevreleri ile başarılı bir şekilde iletişim kurabilir ve mutluluk ve doyumunu elde edebilirler (Synder ve Lopez, 2005). Kişinin kendi yetkinliği konusunda daha inançlı ve farkındalık sahibi olması, yaşamda çevreden gelen olumlu, olumsuz etkilerle mücadele etmesini, karşısına çıkan fırsatlardan yararlanmasını, mevcut yeteneklerini geliştirmesini ve hedeflerini başarabilmesini sağlayacaktır (Demir, 2015).

Yetkinlik; kişilerin arzuladıkları sonuçları elde edebilmesi için gerekli olan fiilleri organize etme ve bunları hayata geçirebilme potansiyellerine olan inancı, bireyin bir amaca ulaşabilmek için gerekli davranışları ortaya çıkarması ve bunları yönetebilmesidir (Schunk ve Gunn, 1986). Bu noktada bilişsel süreç çok önemlidir ve kendisini tanıması ve kendi potansiyeli ile ilgili olumlu bakış geliştirmiş olması daha başarılı sonuçlar elde etmesini sağlayacaktır. Yetkinlik inancı bireylerin yaşamlarında daha üretken olmalarında önemli bir faktördür (Demir, 2015). Yetkinlik, kişinin kolay bir şekilde sonuç ortaya koyan davranışlar geliştirebileceğine dair inançlarıdır (Synder ve Lopez, 2005). Bu inançlar, kişinin gösterecekleri davranışlar hakkındaki basit tahminleri değil, kişinin potansiyeli ve ne yapmaya yetenekli olduğu konusunda taşıdığı inançlarıdır (Bağatarhan, 2012).

İnsanların doğuştan getirdiği bazı yetenekler olabilir. Başarı getiren bazı yetenekleri ise sonradan da kazanabilir. Bu durum insanın sonsuz değişim ve gelişime açık yaratılmasının bir sonucudur. Yetkinlik de kişinin doğuştan getirdiği bir donanım değil, bireyin iş potansiyeli hakkındaki kendine ait inancıdır. Bu donanımı birey yıllar içerisinde ve yaşantıları sonucu elde etmektedir. Yetkinlik, kişilerin yaşanabilecek her türlü durumların yönetimi için sağlanması gereken etkinlikleri düzenleyip etkili bir şekilde hayata geçirme yeteneğine dair kendilerine

ait yargılarını ifade etmektedir (Bağatarhan, 2012). Bireyin yetkinlik düşüncesi, yaşamdaki amaçlarını belirleyerek, hedefine ulaşma konusunda kararlılık göstererek kendi yeteneğine ve potansiyeline olan inancıdır (Ajzen, 2002).

Senemoğlu (2012), yetkinliği, kişinin ileride karşılaşması muhtemel olan zorlu durumların başarılı bir şekilde üstesinden gelme konusunda ne kadar olumlu sonuç alabileceğine yönelik kendi hakkındaki düşünce ve inancı olarak tanımlamıştır. Ayrıca yine Senemoğlu'na (2012) göre yetkinlik, bireyin yeteneklerinin bir sonucu değil, kabiliyetlerini kullanarak yapabileceklerine ilişkin düşüncelerinin sonucudur. Bu sonuca, karşılaştığı zorluklar, sorunlar ve çözmesi gereken durumlarda göstereceğini düşündüğü performansla varmıştır. Sorunları çözüp çözemeyeceği ile ilgili yetkinlik düzeyinin yüksek ya da düşük olması gösterecekleri performansı olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Yetkinlik, kişinin kabiliyetlerinin bir fonksiyonu değil, kişinin kabiliyetlerini kullanarak yapabileceklerine dair oluşturduğu yargılarının bir sonucudur (Bağatarhan, 2012).

Yetkinlik kavramı, kendine değer verme, kendini tanıma ve özgüven gibi bireyle ilgili kavramlardan farklıdır. Öz-güven, bireyin kendi karakterinin olumlu bir şekilde değerlendirmesini ortaya koyan bir nitelik olup kişinin çoğunlukla kendisiyle ilgili duygusal değerlendirmesinin bir sonucu olarak kabul edilir (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Yetkinlik inancında ise daha çok bilişsel bir süreç işlemektedir. Yetkinlik kavramı bireyin kendine olan inancını yansıtmaktadır. Yetkinlik, kişinin farklı durumlarla başa çıkma, belli bir faaliyeti başarma yeteneğine ve potansiyeline dair oluşturduğu kendi yargısı ve inancıdır (Bağatarhan, 2012).

Kişiler bilinçli davranışlarının tahmin edilebilen sonuçlar ortaya çıkaracağına inanmaktadır ve bu sonuç beklentileri ile yetkinlik inançları birbirinden ayrı kavramlardır (Bandura, 1997). Bunun yanı sıra, kişiler bir neticeye ulaşmak için yapmaları gereken davranışları hayata geçirme konusunda kendilerinden şüphe duyuyorsa ya da öz-güven düşüklüğüne sahiplerse, bu kişiler inançlarını fiiliyata geçirmekte zorlanırlar. Öz-güven ve yetkinlik farklı kavramlar olsa da bu iki kavramda da kendisi ile ilgili pozitif bakış açısı taşıyan bireyler inançlarını daha rahat hayata taşımaktadır.

Yetkinlik tanımını genel olarak incelediğimizde bireyin hangi koşullar altında neler yapabileceğine dair inancıdır. Herhangi bir doğuştan getirilen yetenek ya da çevresel faktör değildir. Özetle yetkinlik kavramı, kişinin bir işi yapıp yapmama konusundaki performansı ile ilgili mevcut durumunu değil, o işi yapıp yapamayacağına dair inançlarını yansıttığı görülmektedir (Eminoğlu-Küçüktepe, 2007). Yetkinlik, kişinin kendinde algıladığı bir beceri değil bazı şartlar altında kişinin potansiyeliyle ne yapabileceğini düşündüğü inancıdır (Bağatarhan, 2012). Synder ve Lopez'e (2005) göre yetkinlik inancı, kişinin belli bir sorunla başa çıkması ya da mevcut durumu değiştirmesi gerektiğinde kabiliyet ve yeteneklerini doğru ve planlı bir şekilde ortaya koyabilme konusundaki inançlarıdır. Yetenekleri konusunda daha güçlü inanca sahip olan bireylerin sorunlar karşısında nasıl davranacakları, düşünce yapısının nasıl biçimleneceği, ortaya çıkan durumların sonucunda verdikleri duygusal ifadelerin nasıl şekilleneceği konusunda daha farkındalıklıdır (Bandura, 1997).

Yetkinlik inancına sahip bireylerin yaşamlarında karşılaştıkları değişkenliklere gösterdikleri çaba ve gayretleri yüksek ise koydukları hedefe ulaşmaları daha kolay olacaktır. Yetkinlik inancı ile sonuç beklentisi her ne kadar farklı iki kavram gibi görünse de aralarında bağlantılı bir ilişki olduğu ve yüksek yetkinlik inancını taşıyan kişilerin arzu ettikleri sonuçlara ulaşmaları söz konusu olduğunda sonuç beklentilerini yetkinlik inançları pozitif yönde etkileyecektir (Demir, 2015). Çünkü yetkinlik inancı bilişsel olarak geçirilmiş bir süreç ve sonunda bireyin kendilik algısıdır. Bu algı ne kadar yüksek ve pozitif olursa çaba ve gayreti de o kadar çok olacak dolayısıyla sonuç da yüksek ihtimalle olumlu neticelenecektir. Yetkinlik inancı kişilerin isteklerini yansıtarak bireysel amaç ve potansiyeline uygun olan bütün davranışlarını geliştirir ve böylece insanların geçmiş deneyimlerinden ne öğrendiklerini ve hayata geçirmek istedikleri hedeflere yönelik hangi özelliklere sahip olduğunu yansıtır (Demir, 2015). Kendine dair yetkinlik inancı yüksek olan bir kişi, hangi faaliyetleri yapabileceği, ne kadar çaba göstereceği, karşılarına çıkan güçlüklerle nasıl mücadele edebileceği, ne derece endişe ya da kendine güven duyabileceği konularında bilgi sahibidir. Yetkinlik inancı yüksek olan kişiler bilişsel olarak bu kavramları zihninde süzmüş ve kendi yetkinlik inancını oluşturmuştur. Bu bireyler kendileri ile ilgili kanaat sahibidir. Kanaatlerinin yanında yetkinlik

düşünceleri ne kadar olumlu, güçlü olursa karşılaştıkları problemleri çözmeye o kadar başarılı olacaklardır. Kişilerin daha büyük bir yetkinlik düşüncesi taşıması daha etkili bir performans göstermelerini sağlamaktadır (Bandura, 1995). Ayrıca hedef belirlerken, problemleri ele alırken ve sonuca ulaşmada da çaba ve gayretleri daha çok olacaktır.

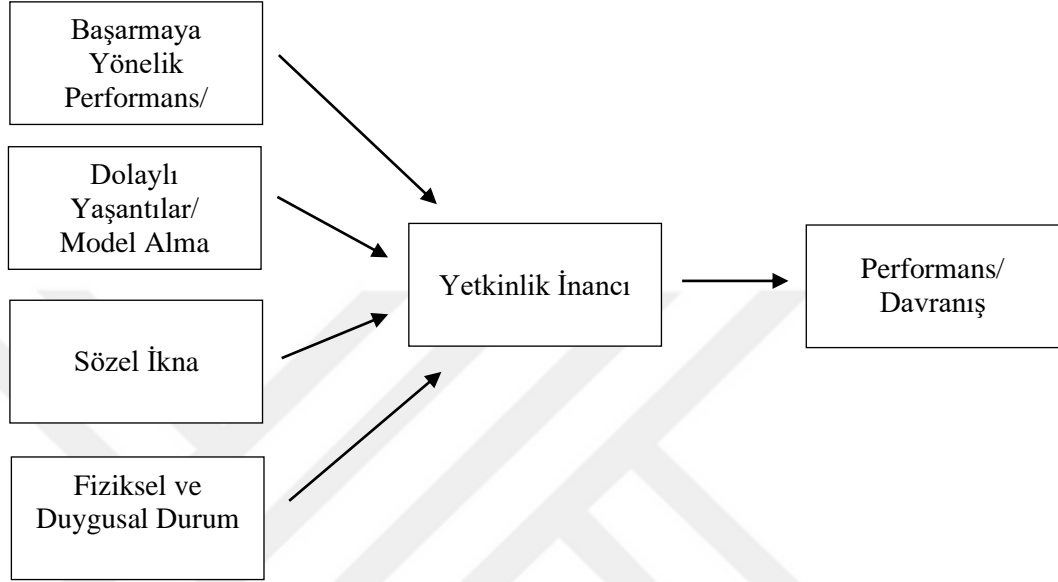
Yetkinlik inancının ana kaynağı, insanların kendi kabiliyetlerine olan inançlarının kendi fiilleri tarafından etkilendiği düşüncesidir (Bandura, 1997). Yani yetkinlik inancı pozitif yönde doğurgan bir döngü oluşturmaktadır. Bu durum sadece olumlu hedefler için değil, stres, kaygı bozukluğu gibi durumlarla başa çıkabilmek, sorunların üstesinden gelebilecek gücü taşıdığına inanmak gibi zor durumlar için de bütün potansiyelini kullanabileceğini fark ettirmektedir. Bu düşünce, insanların belli davranışları sergilemelerinin ve çeşitli engellemelere karşı bu hareketleri devam ettirmeye gayret göstermelerinin en önemli sebebidir (Synder ve Lopez, 2005). Ayrıca yetkinlikleri yüksek olan kişiler hedeflerine ulaşabilme konusunda karşılaştıkları olayları ve değişen şartları farklı şekilde çözmeye çalışacaklardır, yetkinlik inancı düşük olan kişilerin ise problem çözme çabası yetersiz kalabilecektir (Bandura, 1997). Düşük yetkinlik inancına sahip bireyler atılım yapma, problem çözme ve sorunlarla başa çıkma konusunda düşük performans gösterme eğilimindedir. Yetkinlik inancının insanların sağlıkta, sporda, kariyer ve akademik başarılarında, yaşam şekillerinde, sosyopolitik birçok sahada etkili olduğu düşünülmektedir (Caprara ve ark., 2005). Birçok alanda başarılı olan bireyler incelendiğinde bu kişilerin kendinden tereddüt eden insanlar değil de kendi yetkinliğinin farkında olan ve yüksek yetkinlik inancına sahip olan bireyler olduğu görülmektedir. Özetle yetkinlik inancı hayatta her alanda başarı sağlayacak en önemli içsel faktörlerdendir.

### **2.1.2. Yetkinlik inancını etkileyen faktörler**

Yetkinlik inancı kişinin hayatı boyunca elde edeceği başarıları, sorunların üstesinden gelme gücünü özetle kişinin kendine ait benlik algısını yaratacaktır. Bu noktada yetkinlik inancı dolayısıyla benlik algısı bazı faktörlerden etkilenmektedir. İnsanların kendilerine ait yetkinlik düşünceleri Bandura'ya (1997) göre; dört farklı



yöntemle şekillenebilir. Bunlar kişinin geçmiş yaşantılar yoluyla kazandığı başarıya yönelik performans/tecrübeler, dolaylı yaşantılar/model alma, sözel ikna ve fiziksel ve duygusal durumdur (Bandura, 1995). Aşağıdaki kısaca özetlenmiş olan kavramlar yetkinlik inancının bilgilendirici kaynakları olarak da alan yazında bulunmaktadır.



**Şekil 2.1:** Yetkinlik İnancını Etkileyen Faktörler

**Kaynak:** Bandura, A. (1989). Human Agency in Social Cognitive Theory. American Psychologist, 44, 1175-1184.

Şekil 2.1’ de görüldüğü gibi yetkinlik inancını etkileyen faktörler dört ana başlıktan oluşmaktadır. Bu dört ana başlık yetkinlik inancını etkilemekte, yetkinlik inancı da bireyin performansını belirlemektedir.

#### **2.1.2.1. Başarmaya yönelik performans/tecrübeler**

Bireylerin yaşadığı güçlü ve pozitif tecrübeler yetkinlik inancının yüksek düzeyde olmasında ve bu inançları çok daha faal kullanabilmesinde en temel kaynaktır (Demir, 2015). Bu kaynak kişinin tecrübelerine dayalı olması sebebiyle yeterlik inancı üzerinde doğrudan etkilidir (Bağatarhan, 2012). Sonucu olumlu olan tecrübeler yetkinlik inancını güçlendirecektir. Sonucu olumsuz olan tecrübelerde ise yaşanan başarısızlıklar bireyi güvensizliğe yönlendirecektir. Kişilerin bu durumu

aşması, başarısızlık durumunu yenmesi tekrarlanan başarıları durumların ortaya çıkması ile ancak mümkün olacak ve kişinin yetkinlik inancı güçlenecektir. Bireylerin tekrarlanan somut başarıları, hatta bazı engelleri, zorlu koşulları aşmaları yüksek yetkinlik inancına sahip olabilmeleri için güçlü bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır (Güldalı-Dereli, 2019). Çünkü kişilerin geçmiş yaşantıları, onların hayatları boyunca en aktif şekilde edindikleri kazanımlardır ve bu kazanımlar; kişinin yaşamları, potansiyelleri, başarıları ve yeterlilikleri hakkındaki en doğru göstergelerdir (Bandura, 1997). Kişi edindiği tecrübelerle kabiliyetlerinin sınırlarını, deneyimlerle ulaşabileceği başarıları süzerek yetkinlik inancını oluşturmaktadır. Tekrarlanan başarılar yeni başka yüksek hedefler koyma, sorunlar için daha güçlü bir kimlikle ortaya çıkma gibi bireye kişiliği ile ilgili doyum sağlayacağı bilişsel farkındalıklar kazandırmaktadır. Özetle kişinin kendi yetkinliğine bakışı başarılarına göre şekillenir, aralarında doğrusal bir ilişki vardır. Başarı yüksek yetkinlik inancı oluştururken başarısızlık yetkinlik inancını azaltmaktadır.

Bir sorumluluk sürecinde kişinin başarılı olması ve yeni davranışlar kazanmasının yetkinlik inancına etkisi, ortaya konulan bu performans sürecinde bazı faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir (Demir, 2015). Bu süreçte bireyin kişisel donanımı, performansını ne kadar kullandığı, sorunun zorluk derecesi ve çevresel faktörler de önemlidir. Ayrıca kişiler tecrübeleriyle elde ettikleri olumlu sonuçlarda problem çözme becerilerini, kabiliyetlerini deneyimleyerek yaşamaktadır. Bundan dolayı yetkinlik inancının yüksek olmasında bireyin başarılı sonuçlar aldığı tecrübeler önemli yer tutmaktadır (Bandura, 1995). Çünkü yetkinlik inancı doğuştan getirilen bir değer değil zaman içerisinde tecrübelerle kazanılan bir olgudur.

Bandura'ya (1997) göre, bireyin başarılı sonuçlar alması yetkinlik inancının yükselmesinde katkıda bulunurken, birçok defa yaşanan başarısız sonuçlar yeni oluşan yetkinlik inancını sarsabilir, zayıflatabilir. Çünkü her yaşantı bireyin kendilik algısında, zihninde depolanacak ve sonucun vermiş olduğu duyguya göre bir iz bırakacaktır. Bu durumların tekrarlanması yüksek ya da düşük yetkinlik algısını pekiştirecektir. Öyle ki davranışlar sonucunda yaşanan başarı duygusu, yetkinlik inancını kuvvetlendirir ama yetkinlik inancı gelişmeden ortaya çıkan başarısızlıklar, yeterlilik inancının gelişimini negatif yönde etkiler (Eminoğlu-Küçüktepe, 2007).

Genelleştirilmiş yüksek yetkinlik inancı, benzer yaşantı ve tecrübelerin yinelenmesiyle bireyde daha çok yerleşecektir (Bandura, 1997). Kişinin kendine ait başarı olgusu tecrübelerle artar ve tekrarlanan olumsuz sonuçlar başarılı olmaya ait inancı düşürür ve kişinin sonucunda başarılı olduğu eylemleri kendi gayretine ve fiillerine bağlaması yetkinliğini kuvvetlendirir (Bağatarhan, 2012).

Ancak bireyin başarılı olma oranı ne kadar fazla ise yetkinlik inancı o kadar desteklenecek hatta başka alanlardaki yetersiz yetkinlik algısı bile tolere edilecektir. Çoğu olumlu sonuçlanan durumların başarı hissi ve yetkinlik inancını güçlendirmesi daha az sayıdaki başarısızlığı ve düşük yetkinlik algısını ortadan kaldıracaktır. Başka bir deyişle; şahsi özelliklerine bağlı olarak bireyin elde ettiği başarıların sayısının ve kalitesinin fazla olması başka sorumluluklarında da başarılarının artmasını sağlayacaktır (Demir, 2015). Bandura'ya (1997) göre yetkinlik inancının güçlü ve yüksek olması bireyin uzun süre zor durumlarla baş etmek durumunda kalması ile oluşmaktadır. İnsanoğlu yaşamında karşısına çıkan durumları ve sonuçları genelleme eğilimindedir. Kişi karşılaştığı sorun ve durumlarda gösterdiği başarıyı daha sonra benzer durumlarda gösterebileceğine inanmaktadır (Bağatarhan, 2012). Sonuç olarak başarı yaşamak bireyde ödül etkisi oluşturacak ve kişi daha sonra karşısına çıkacak benzer durumlar için olumlu güdülenecektir (Yılmaz ve ark., 2004).

İnsanlar, tecrübeleriyle kazandıkları yetkinlik inançlarını hayatlarındaki diğer durum ve olgulara da genelleme eğilimindedirler (Bandura, 1997). Birkaç defa denediği halde olumlu sonuç alamadığı işin sonucunda benzer durumlara karşı temkinli hatta çekinik yaklaşacaktır. Ayrıca bir davranışın ilk öğrenildiği zamanlarda bu faaliyete bağlı yetersiz çaba göstermek ya da olumsuz çevre faktörlerinden dolayı başarısız sonuç elde edilmişse ve bu durum tekrarlanmışsa düşük yetkinlik inancı sergileme eğilimi olabilecektir (Bandura, 1997).

Kişi hayatında yetkinlik inancını başlangıçta güçlü bir şekilde ortaya çıkarmışsa her türlü zorluğa, soruna karşı zihinsel ve sergileyeceği davranışlar açısından en uygun eylemleri bularak hayata geçirmek için planlama kabiliyetlerine sahip olabilmektedir (Bandura,1997). Yetkinlik inancını sağlam bir şekilde oluşturmuş bireylerin hayatının diğer alanlarında sergilediği tutum ve davranışlarda

metanetli ve olumsuzluklara karşı dirençli olacaktır. Başarılarını kolay yollardan elde eden kişiler, küçük başarısızlıklar yaşadıklarında çok kolay bir şekilde ruhsal olarak dağılırlar (Bandura, 1997). Kişilerin zorlukların karşısında pes etmemesi, hedefine ulaşmak için ısrarcı olması ve zorlukların üstesinden gelerek başarılar elde etmesi yetkinlik inancının güçlenmesine ve yaşayabilecekleri zorluklarda edindiği bu yetkinlik inancının gücünden faydalanabilecektir.

Bandura'ya (1997) göre başarıya yönelik performans yetkinlik inancını etkileyen en temel yapıdır ve başarılı performans için yapılması gereken fiiller, kişinin yeterli düzeyde bilgi sahibi olması, çaba isteyen sorumluluklar ve bu sorumluluklara ait bilgi sahibi olması, çaba göstermesi, kişinin kendini dikkatlice değerlendirmesi ve temel yaşantıların yeniden gözden geçirilmesi ve takip edilecek yol ile ilgili kararlar almasıdır.

#### **2.1.2.2. Dolaylı yaşantılar/model alma**

Kişiler kendi yetkinlik inançlarını çevresindeki bireylerin sahip olduğu yetkinlik inancı ile kıyaslama eğilimi göstermektedir. Bu kıyaslama sonucu çevresindeki bireylerin başarılarından etkilenen birey ve kendi yetkinlik inancını olumlu şekilde inşa edecektir. Örneğin, kişi arkadaşlarının başardığı hedefi kendisi de deneyerek başarırsa yeterli düzeyde yetkinlik inancı taşıyacaktır (Ün-Açıkgöz, 1998). Çünkü çevremizi izleme ve denetleme hareketlerimiz, yetkinlik inancının en temel kaynaklarından birisidir (Bağatarhan, 2012). Dolaylı yaşantılar, kişinin kendi davranışlarını, çevresindeki diğer gözlemlendiği kişilerininkine benzeterek onların davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını model almasından kaynaklanmaktadır (Güldalı-Dereli, 2019). Başkalarının başarılı sonuçlanan davranışlarını gözlemlemek, kendisinin de başarılı sonuçlar elde edebileceği inancına sahip olmasını sağlayabilir (Yılmaz ve ark., 2004). Sosyal hayatta karşılaştığı pürüzlere benzer sorunlar yaşayan diğer insanların sorun çözme davranışları sonucu ortaya çıkan durumları gözlemleyen birey onları model olarak kendisinin de başarılı olacağı inancını taşır. Başarılı sonuçlara ulaşmak için gayret gösteren kişilerin çabalarına şahit olan kişiler, kendi yetkinlik inançlarını benzer olaylarda başarı elde etmek için kullanmayı öğrenirler ya da tam tersi büyük çabalara rağmen insanların başarısız sonuçlar elde

ettiklerine şahit olan kişilerde ise yeterlik inançlarına dair güven azalması gözlemlenebilir (Çiftci-Topaloğlu, 2013).

Dolaylı yaşantılar yoluyla kazanılan yetkinlik inancı, peş peşe gelen başarısız sonuçlarla karşılaştığında, temel yaşantılarla kazanılmış yetkinlik inancına göre daha kolay zarar gördüğü için bireysel tecrübelerle göre yetkinlik inancı üzerinde dolaylı yaşantılar daha az etkiye sahiptir (Demir, 2015). Buradaki temel fark bireyin bizzat kendi tecrübe ile çevresinin deneyimlemesini gözlemlemesi arasındaki deneyim farkıdır. Anca bazen başarıya ulaşmak için çevresindeki kişilerin başarılı sonuçlanan davranışlarını model almak, kişiyi de başarılı sonuca götürebilmektedir (Bandura, 1997).

İnsanlar, kendilerini daha çok benzer şartlar altındaki başka insanlarla (komşusu, iş arkadaşı, akranı, sınıf arkadaşı vb.) sürekli olarak karşılaştırırlar (Demir, 2015). Karşılaştırma yaparken doğal olarak pozitif değerlerde olanları, başarılı performans sergileyenleri ve kendi yaşamına paralel yaşamı olan kişileri izleme eğilimi göstermektedir. Bu noktada en önemli kısım model alınan ya da karşılaştırılma yapılan bireyin model alan kişiden daha yetkin olmasıdır (Demir, 2015). Tam tersi durumda yani yetkinlik düzeyi daha düşük olan kişinin model alınması, diğerine göre daha yüksek yetkinlik düşüncesi olan kişide negatif etki yaratabilmektedir (Bandura, 1997).

Aynı meslekleri yapan ancak farklı şehirlerde, farklı ülkelerde ya da farklı kültürle yaşayan insanların yetkinlik inançları buldukları çevreden ve geçmiş tecrübelerinden dolayı büyük oranda farklılıklar gösterir (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Yetkinlik inancının dolaylı yaşantılar yoluyla gelişiminde, modellenen bireylere duyulan yakınlığın, kendinden bir şeyler bulmanın etkisi çok büyüktür hatta benzerlik oranı ne kadar fazla olursa modellenen kişilerin başarı ve başarısızlıklarının kişiyi ikna etmesi o kadar yüksek ihtimalli olur (Eminoğlu-Küçüktepe, 2007). Özetle birey kendisine benzettiği oranda kişiyi model almakta, ama kendine benzerlik oranı düşük olan bireyi kendisine örnek olarak görmemektedir.

Model almanın yetkinlik inancı üzerindeki tesiri aşağıdaki şartlarla gerçekleşmektedir (Bandura, 1997):

- Model alan bireylerin yetenekleri konusunda kendini fazla tanımaması: Kişilerin kendi yeteneklerine dair düşüncelerinin belirsiz ve yetersiz olması, ideal kişileri model almasına engel olacağı için yetkinlik inancına da negatif bir etki yapacaktır (Bandura, 1997). Günlük koşturmalar içinde sağa sola savrulan insan bazen en çok kendine yabancı olmaktadır. Her şeyin hızlısının makbul olduğu çağımızda kişi kendi iç dünyasına bakmayı kaçırabilmektedir. Bu noktada model alan kişinin iç dünyasını değerlendirmeden, potansiyeli hakkında objektif ve yeterli bilgi sahibi olmadan çevresindeki insanlardan bazılarını model alması zararlı insanlardan ya da potansiyeli ile örtüşmeyen davranışlardan olumsuz yönde etkilenmesine sebep olacaktır.

- Model alan kişinin tecrübelerinin az olması: Tecrübeler hayatımızda bize yol gösteren en temel öğreticilerdir. Edindiğimiz tecrübelerle zihnimize davranışsal planlar yapar bazen tedbir alır bazen de daha etkin ve hızlı davranırız. Ancak hayatta henüz yeteri kadar farklı deneyimler yaşamamış bireylerin karşılattıkları durumlarda hissettiği yetkinlik inancı daha düşük olacaktır.

- Model alan ve model alınan kişinin elde ettiği sonuçları yorumlama şekillerindeki benzerlikler: İnsanlar çevresindeki bazı insanları model alırken bireyin olaylara bakış açısı, nasıl tepki verdiği, başarıyı yorumlama şekline kadar izledikten sonra ve bu yorumlamalarda kendine ait benzerlikler bulduğu nispette bireyleri içselleştirir. Olaylara tepki verme, elde ettiği sonuçları yorumlama konularında benzerlik bulamadığı bireyleri ise model almamaktadır.

- Model alan ve model alınan kişi arasındaki benzerlikler: Model alınan bireylerde yaş, ortak kültürel değerler, cinsiyet, kariyer benzerliği gibi ortak noktaların bulunması bireyin yetkinlik inancına pozitif yönde katkı sağlamaktadır (Bandura, 1997). Lackaye ve arkadaşları (2006), aynı sınıfta bulunan öğrencilerin ailelerinden ve öğretmenlerindense daha çok yaşlılarından etkilendiğini belirtmektedir.

• Model alınan kişinin zorluklarla mücadele etme yeterliliği: Bireylerin, büyük çaba ve gayret sonucu zorlukların üstesinden gelen kişileri model alması, profesyonellerin kolaylıkla ulaştıkları başarılarını model alma ihtimallerine göre daha yüksektir (Demir, 2015). Model alınan kişinin büyük çabalar sonucu ulaştığı başarıları görmek model alan bireyin yetkinlik inancı düzeyinde olumlu iz bırakmaktadır (Bandura, 1997).

• Modelin alınan kişiyi model alındığı konuda yetkinlik seviyesi: Yetkinlik düzeyi yüksek olan model alınan kişinin özellikleri onu model olduğu bireyin yetkinlik inancına etki edebilmektedir (Demir, 2015). Mesela, kronik rahatsızlığı olan bir kişi ancak kronik rahatsızlığı olan bireylerden tavsiye alacak iyileşme sürecinde onları izleyecek ve modelleyecektir. Aksi durumda ise damdan düşmemiş birinin kendisini anlamasını ve tavsiye vermesini çok da önemsemeyecek dolayısıyla model de almayacaktır. Özetle, yetkinlik düzeyi belli bir seviyede olan kişiler, yetkinlik seviyesi daha düşük seviyede olan kişiler göre daha çok model alınmaktadır (Bandura,1997).

• Model alınan kişilerin özelliklerinin çeşitli ve farklı olması: Günümüzde kişilerin üzerinde en çok iz bırakan isimlerin çok yönlü olması ve her konuda bilgi sahibi olması gibi özellikler taşıdığı görülmektedir. Ayrıca model alınırken farklı kabiliyetleri olan çok sayıda kişinin model alınması daha az sayıda kişiyi model almasından daha avantajlı duruma getirmektedir ve daha farklı alanlarda daha yüksek oranda başarılar elde etmesini kolaylaştırmaktadır (Schunk ve Gunn, 1986). Bu konuda daha çok teknolojik gelişmeler ve özellikle görsel medya kullanımı önemli rol oynamaktadır (Demir, 2015). Kişinin yetkinlik düzeyini görsel iletişim araçları olan televizyon ve İnternet farklı öğrenmeler yolu açarak etkili bir şekilde geliştirmektedir (Bandura, 1997).

### **2.1.2.3. Sözel ikna**

Bir diğer yetkinliği etkileyen faktör de sözel ikna denilen çevresinden aldığı sözel destek ve yüreklendirmelerdir. Yetkinliği etkileyen faktörler arasında en sık kullanılan kaynaktır. Bireye çevresinden gelen uyarı mesajlarını, sözlü ifadeleri

dikkate aldıklarında bir zorlukla karşılaştıklarında daha kolay kuşularını yeneceklerdir (Güldalı-Dereli, 2019). Ayrıca sözel ikna süreci, kişinin çevresindeki bireyler tarafından yeteneğinin varlığı konusunda ikan edilip planladığı birçok hedefi hayata geçirmesine yardımcı olur (Bandura, 1997). Bireyin yetkinlik inancı çevresindeki kişilerin telkinlerinden yani onun yapabileceği ya da yapamayacağı şeylere dair söylediklerinden etkilenir ve bu etkinin kuvveti, söylemde bulunan kişinin yetkinliği, güvenilirliği, kariyeri gibi faktörlere göre değişir (Bağatarhan, 2012).

Bireyi hedefine başarıyla ulaşabileceğine dair yapılan konuşmalar bireyin cesaretlendirilmesini, yetkinlik inancının artmasına neden olur (Yılmaz ve ark., 2004). Ayrıca zor durumda kalan bireyi sözel olarak ikna etme, yetkinlik inancının artmasında daha hızlı sonuç vermektedir (Bandura, 1997). Çünkü birey dış dünyadan en çok iki duyu ile bilgi almaktadır. Bunlar görme ve işitme duyularıdır. Bu duyularla gelen bilgiler bireyde daha çok iz bırakmakta ve bireyi daha çok etkilemektedir. Hatta sözel ifadelerin gücünü ifade etmek için günlük hayatta “söz büyüdür” cümlesi kullanılmaktadır. İnsanların zorluklara gösterecekleri çaba düzeyleri çevresindeki insanların yeteneklerine dair yapmış oldukları ikna cümlelerine bağlıdır (Bandura, 1997). Ayrıca sözel iknada yapacak bireyin samimi, dürüst, yetkin olması ve iknaya açık kişiyi iyi tanınması, kişilik özelliklerini bilmesi çok önemlidir (Demir, 2015).

Sözel ikna da önemli noktalardan birisi de dönüt vermedir. Sözel ikna yapan kişinin pozitif, gerçekçi -sonucu objektif bir şekilde değerlendirip çarpıtmadığı- ifadeler kullanması yetkinlik inancının gelişmesini sağlamaktadır. Sözel iknada gerçekçi olmayan dayanaklarla yükseltelen yetkinlik inancı karşılaşılan ilk başarısızlıkta zarar göreceği için gerçekçi temellere oturtulması gerekmektedir (Demir, 2013) Her ne kadar bazı durumlarda bilişsel çarpıtmalar kullanılarak sunulan sözle ikna yöntemi işe yarasa da temelde yetkinlik inancına zarar vermektedir. Sözel ikna yöntemi ancak gerçekçi temellere dayandırılırsa başarılı sonuçların ortaya çıkmasında etkili olacaktır (Bandura, 1997).



#### **2.1.2.4. Fiziksel ve duygusal durum**

Yetkinlik inancı kişinin duygu durumu ile direk ilgili olduğu için kişinin ruh hali nasılsa ona göre öğrenme ve öğrendiklerini hayata geçirme ihtimali olacaktır (Güldalı-Dereli, 2019). Stres, kaygı, depresyon gibi psikolojik durumların belirtisi olan terleme, kalp çarpıntısı, ruhsal çöküntü gibi biyolojik belirtiler yetkinlik inancını etkiler (Ün-Açıkgöz, 1998). İnsanların zor işler yaparken fiziksel ağrı ve acı hissetmeleri kendilerini fiziksel olarak da yetersiz hissetmelerine sebep olmaktadır (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Mesela fiziksel güç isteyen işlerde yorgunluk ve algılanan ağrı yetkinlik inancını etkilemektedir. Yetkinlik inancı düşük olan kişiler fiziksel dayanıklılık ve güç isteyen işlerde kendilerini yetersiz hissederler (Bandura, 1997). Pozitif bir ruh hali içinde olan insanların yetkinlik inancı artarken, negatif ruh hali içinde olanların yetkinlik inancı azalır (Eminoğlu-Küçüktepe, 2007). Pozitif mizaca sahip kişinin yetkinlik algısının negatif mizaca sahip olan kişiye kıyasla daha yüksek olması beklenmektedir. Ayrıca bireyler fiziksel, ruhsal ve duygusal durumlarından çıkarımlar yaparak kendilik algılarını etkilenmektedirler (Bandura, 1997). Kişinin yetkinliğine olan inancını, fiziksel yeterliliğindeki ve hislerindeki artış kuvvetlendirecektir. Birey düşük performans ve başarısız sonuç ile kendini kötü hissettiği bir biyolojik durumu ilişkilendirmeyi, başarılı sonuçlar alınan durumlar ile de mutluluğu ilişkilendirmeyi fark ettiğinde yetkinliği fizyolojik ve duygusal durum etkilemeye başlar (Bağatarhan, 2012).

Bireyin pozitif duygusal uyarıcıya maruz kalması yetkinlik inancını yükseltirken negatif duygusal uyarıcıya maruz kalması yetkinlik düzeyini düşürmektedir (Demir, 2015). Bu durum kişiyi yetkinlik algısı ile fiziksel ya da duygusal uyarılmışlıkları arasında bir bağ olabileceğini göstermektedir (Dunn ve ark., 2007).

#### **2.1.3. Yetkinlik inancı ve psikolojik etkileri**

Bandura (1997), yetkinlik inancının kişilerin bilişsel süreç, duygusal süreç ve seçim yapma süreciyle birlikte harekete geçirici güç olan motivasyon gibi dört ana psikolojik işlevleri etkilediğini ifade etmektedir.

### **2.1.3.1. Bilişsel süreç**

Zihinsel süreçler insanların hayatında en çok dikkat etmesi gereken süreçlerdir. Çünkü bu süreç geleceği ile ilgili alacağı kararları doğrudan etkilemektedir. İnsanlar karşılaştıkları sorunlarda geleceklerine yönelik ihtimaller veya zihinlerinde tasarımlar yaparlar (Bandura, 1997). Karar alırken, iş yaparken, tehlike anında zihinlerinden geçen biliş sürecine göre davranış geliştirirler. Bu davranışların isabetli ve başarıyla sonuçlanması yetkinlik inancını olumlu yönden etkiler. Aynı zamanda yetkinlik inancı yüksek olan bireyler de bir görev ya da sorumluluk üstlendiklerinde gelecekle ilgili ihtimalleri planlarken daha çok olumlu ihtimaller üzerinde yoğunlaşırlar.

Yaşadıkları olaylara çözüm üretirken pozitif bir bakış geliştirirler. İnsanlar planlayarak yapacakları işlerini belirlerler. Bu planlara göre de yetkinlik inançları şekillenmektedir. Yetkinlik inançları yüksek düzeyde olan bireyler kendilerine pozitif telkinlerde bulunarak bilinçlerinde kendilerine güç verecek başarılı planlar yapmaktadırlar (Bandura, 1997). Kendine ait yetkinlik algısı yüksek olan kişiler, zihinlerinde olumlu telkinlerle bulunarak sonuçları başarılı olan işler yapacaklardır (Güldalı-Dereli, 2019).

### **2.1.3.2. Duygusal süreç**

Anksiyete ve depresyon gibi duygu durum bozukluklarını, kişinin yetkinlik inancı düzeyi kontrol ve disiplin edebilir. Ancak yetkinlik inancı yüksek kişiler kendilerini negatif duygu durumlarına yönlendirebilecek bazı olayları kontrollerinde tutabilme gücüne sahiptir (Bandura,1997). Yetkinlik düzeyi yükselen bireylerde stres, kaygı gibi duygu durumları azalacak yetkinlik düzeyi düşen bireylerde ise bu duyguları kontrol etmek zorlaşacaktır (Güldalı-Dereli, 2019). Yetkinlik algısı yüksek kişiler zihinlerini daha iyi kontrol edebilmekte ve sonuç olarak ruhsal durum ve duygularına da hükmedebilmektedir (Demir, 2015). Düşüncelerini kontrol edebilen ve edemeyen kişiler arasında stres, duygu durum bozukluğu, kaygı gibi ruhsal durumları kontrol etme ihtimalleri farklılık göstermektedir.

### **2.1.3.3. Seçim süreci**

Hayatımızın çoğu anında çeşitli seçimler yaparız. Sabah kalktığımızda dolabımızdan seçeceğimiz kıyafet, kahvaltı menümüz, mesleğimiz, arkadaşlarımız, hedeflerimiz hep tercihlerimizin birer sonucudur. Bu seçimler sonucu duygularımızı etkilemektedir. Sosyal bilişsel kuram bireylerin yapacağı seçimlerin doğru olması için en önemli faktörün yetkinlik algısı düzeyi olduğunu ifade etmektedir (Bandura, 1997). Yetkinlik düzeyine göre bireyler sorumluluk alma ya da kaçma davranışı göstermektedir. Yetkinlik inancı yüksek olan bireyler, kendi potansiyellerini bildiklerinden dolayı zor sorumluluklardan kaçmazken yetkinlik inancı düşük olan bireyler ise zor sorumluluklardan kaçmaktadırlar (Bandura,1997).

### **2.1.3.4. Motivasyon**

Harekete geçirici güç demek olan motivasyon hayatın her alanında bireyi olumlu ya da olumsuz güdüleyebilmektedir. Yetkinlik inancının yüksek ya da düşük olması da kişinin motivasyon düzeyini belirlemektedir (Schunk ve Gunn, 1986). Yetkinlik inancı düşük olan kişiler başarısız sonuç alacaklarına dair fikirler geliştirdiklerinde eğer sonuç gerçekten başarısız sonuç olursa bu durumu kişisel özelliklerine verirlerken, yetkinlik inancı yüksek olan kişiler başarısızlıkla sonuçlanan eylemlerini değerlendirirken olaylara motivasyon düşüklüğü ve çabasının yetersizliği diye bakmaktadırlar (Bandura, 1997). Motivasyon gücü yetkinlik inancını yükseltmede, kişinin başarıya ulaşmasında çok önemli olsa da tek başına yetmeyebilir (Demir, 2015). Fizyolojik ve çevresel faktörlerin de dengede olması gerekmektedir.

### **2.1.4. Ebeveyn yetkinliği**

Çocuklar bir toplumun geleceğidir. Aile toplumun maddi ve manevi olarak devamının sağlandığı temel birimdir. Nesillerin devamı, toplumsal kültürel aktarım ebeveyn-çocuk ilişkisi ile sağlanmaktadır. Bugünün çocuklarının ebeveynleriyle kurduğu etkileşim yarının nasıl anne baba olacaklarını belirlemektedir (Ardelt ve Eccles, 2001).

Aile; evlilik birlikteliği ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuklar ve kardeşler arasındaki ilişkilerle birlikte toplum oluşturan en küçük birim olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Aile; evlilik yaparak birbirine bağlanan, beraber ve aynı mekânda yaşayan, ortak geliri paylaşan, üstlendikleri çeşitli roller çerçevesinde karşılıklı etkileşimde bulunan, içinde buldukları toplumun kültürel yapısına uyumlu bir kültür oluşturup bu kültürü nesilden nesile sürdüren toplumun en küçük yapı taşıdır.

Ailenin temelde üç görevi bulunmaktadır (Tuncer, 1980):

- Karı kocanın karşılıklı cinsel ve duygusal ihtiyaçlarını tatmin edebilmesi. Ailenin temeli, evlilik biriminin kurulmasıyla oluşmaktadır. Ancak eşlerin uyumu öncelikle karşılıklı ihtiyaçların giderilmesiyle oluşmaktadır.
- Eşlerin inanç, hedef ve amaçlar konusunda mutabakat sağlaması.
- Çocukların maddi ve manevi olarak sağlık büyütülmesi, çocuğun eğitilmesine olanak hazırlanması. Çocukların her türlü ihtiyaçlarının giderilmesi aile sağlanmaktadır.

Ev içinde ilişkileri başarıyla, huzur içinde yaşama ve aile içi ilişkilerde yetkinlik kavramı en çok ebeveynlere verilmiş bir görevdir (Demir, 2014). Yetkinlik inancı, bireyin başına gelen olayları tolere edebilmek için ihtiyacı olan davranışlarla ilgili öngörüleridir (Bandura, 1997). Ebeveynlerin aile içi ilişkilerde gerekli özellikleri taşıyor olması da ebeveynlik yetkinlik algılarının yüksek olmasına bağlıdır (Caprara ve ark., 2005). Algılanan yetkinlik düzeyi ise kişinin bir işi başarıyla sonuçlandırması için gerekli fiilleri organize etmek ve hayata geçirebilmek için sahip olduğu potansiyeline dair inançlarıdır (Bandura, 1997). Ebeveyn yetkinliğini (Coleman ve Karraker, 2000), anne-babaların çocuklarının davranış ve ruhsal ve bedensel gelişimleri üzerinde pozitif yönde etkide sağlayabilmelerine dair algılarıdır. Ebeveyn yetkinliği anne-babaların evlatlarına gösterdikleri anne-babalık kabiliyetleriyle ilgili geliştirdiği düşünce ve yargıları düzenleme ve hayata geçirme düzeyine denilmektedir. (Bandura, 1997). de Montigny ve Lacharite'a (2005) göre ebeveyn yetkinliğini; anne-babanın çocuğunun manen ve bedenen büyütülmesi ile

ilgili bazı sorumluluklar hakkında sahip olduğunu düşündüğü kendi kapasitesine ait yargıları ve düşünceleri olarak tanımlamışlardır.

Teti ve Gelfand (1991) ise ebeveyn yetkinliğini, ebeveynlerin bir anne-baba olarak taşıdıkları rollerini bilinçli ve etkili bir performansla göstermelerine dair kendilerinden beklentileri şeklinde ifade eder. Ebeveyn yetkinliği, çocukların hayatlarını devam ettirdikleri çevreyi onlar için daha faydalı ve güvenli hale getirmek isteyen anne-babanın rollerini en gerekli zamanda yapılan, en uygun ve en etkili müdahalelerdir. Tüm bu ifadelerde ebeveyn yetkinlik inancı anne babaların algılarından ya da inançlarından gelen bir kavram olduğu dikkat çekmektedir (Bağatarhan, 2012).

Çocuğun aile içinde görmüş olduğu davranışların, çocuğun yetişmesine ve davranışlarına direk etki ettiği düşünülmektedir (Demir, 2014). Ayrıca çocuklarda görülen pozitif davranışlar, ebeveynlerin yetkinlik algılarının yüksek olduğuna dair gösterge sayılabilir (Aydın, 2019). Yetkinlik düzeyi yüksek olan ebeveyn tutumlarıyla yetişen çocuklar, kendilerine yapılan bu tutumlarla hem gelecekte karşılaşacağı diğer insanların hem de kendi kuracakları ailedeki kişilerin gelişimlerine etki etmektedir (Demir, 2014).

Coleman ve Karraker'a (2000) göre ebeveynlerin kendilerini, yetkin anne baba hissetmeleri konusunda şu özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmektedirler:

- Çocuğa bakma ve büyütme konularında gerektiği kadar bilgiye sahip olma.
- Çocuk yetiştirmekle ilgili sahip olduğu bilgiler ve yerine getirdiği görevleri konusunda yeteneklerine güvenme.
- Ebeveynlerin, çocuklarının davranışlarını, fiziksel ve ruhsal gelişimlerini etkileyebilecek güce sahip olduklarını düşünme.
- Çocuk büyürken maddi manevi yetiştirilme şekillerinin çevredeki bireyler tarafından kabul görüp destekleneceğini bilme.

Anne ve babanın ebeveyn yetkinlik inancının yüksek olmasında, temel yaşantılar ile ebeveyn ve çocuk etkileşiminin dönütleri dış etkenlerden daha güçlü bir

etkiye sahiptir (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Ebeveynlik yetkinliği ile ilgili yapılan çalışmalar gösteriyor ki ebeveynlik tecrübelerinde yaşanan doyum miktarı kadar çocuğun ve çocuğa gösterilen bakımın kalitesi yetkinlik inancını etkilemektedir (Bağatarhan, 2012).

### 2.1.5. Ebeveyn yetkinliğinin gelişimi

Ebeveynlik becerileri, birçok davranışsal, ruhsal, duygusal ve bilişsel faktörlerden oluşan çok boyutlu yapıya sahip bir olgudur (Demir, 2015). Yetkinliğin gelişmesi ile ilgili birçok araştırma yapan Bandura'nın ifade ettiği faktörleri kullanan de Montigny ve Lacharite (2005), ebeveyn yetkinliğinin özelliklerini, anne babaların kişisel inançları, bir ebeveynin hangi şartlar altında yapabildiği şeyleri ve anne babaların belirli fiilleri ya da durumları planlama ve hayata geçirme becerileri olarak tanımlamışlardır. Coleman ve Karraker (2000) ise ebeveyn yetkinliği inancının, anne babalığın başlaması ve gelişmesindeki faktörlerini dört şekilde açıklamaktadır:

- Kişilerin, ocukluk evresinin başında anne babalarıyla etkileşimleri ile anne baba ile ilgili kalıpların oluştuğu ve anne babalarıyla temelini attıkları bağlanmanın kalitesine göre de ebeveyn yetkinlik inancının alt yapısının oluştuğu varsayılmaktadır.

- Ebeveynliğe ilişkin zihinsel tasarım ilk olarak bireyin içinde bulunduğu kültüre ve topluma özel ocuk bakımı, onu fiziksel ve ruhsal olarak sağlıklı yetiştirme gibi anne babalık becerilerini benimsemesiyle oluşmaktadır. Anne babanın yetkinlik algısının gelişim sürecinde farklı bir bakış açısıyla makro sistemde bulunan faktörlere odaklanılmıştır. Her farklı kültür ve her farklı topluluk ebeveynlik algıları ve çocukların bakımı ve yetiştirilmesi ile ilgili olarak kendilerine özel ama gerçek bilgiler sunar.

- Bireylerin çevresindeki ve toplumun diğer üyelerinin çocukları ya da kendi çocuklarıyla etkileşimde bulunarak yaşadığı anne babalık tecrübeleri onların ebeveyn yetkinlik algılarının oluşmasında çok etkilidir.

•Ebeveyn yetkinliği inancının potansiyel kaynağı, akademik olarak incelenemeyen ve çalışmalarda belirtilmeyen, kişinin anne babalık rolleri ile alakalı zihinsel ve davranışsal hazırlığı ya da bu konudaki hazır bulunuşluğudur.

Ayrıca ebeveyn yetkinlik algısı, olumlu ebeveynlik uygulamaları (ocuk her türlü bakımı ile ilgili tecrübe gibi), anksiyete, depresyon, çocuğun mizacı, sosyal destek, kültürel ve ekonomik düzey gibi anne baba olmaya ait özelliklerle direk bağlantılıdır (Coleman ve Karraker, 2000).

Holloway ve arkadaşları (2005) ise ebeveyn yetkinliği algısının gelişim sürecinin, bireylerin kendi ebeveynleriyle yaşadıkları etkileşimin kalitesiyle, eşlerinden, yakın çevrelerindeki diğer ebeveynlerden ve akrabalarından aldıkları sosyal destekle ve kendi eğitim seviyeleriyle ilişkili olduğunu belirtmiştir.

#### **2.1.6. Ebeveyn yetkinliğinin niteliği**

Ebeveyn yetkinliğini nitelik olarak incelediğimizde ebeveyn yetkinliği yüksek olan anne-babalar ile ebeveyn yetkinliği düşük olan anne-babaların ve bunların çocukları arasında düşünce, tutum ve davranış olarak farklılaşma görülmektedir (Aydın, 2019). Ebeveyn yetkinliği ile ilgili yapılan araştırmalar sonucu yetkinlik ile davranışlar arasında doğru orantılı bir ilişki olduğu, ebeveyn yetkinlik düzeyinin anne-babaların çocuklarına karşı nasıl tutum sergileyeceklerini, nasıl davranacaklarını etkilediği tespit edilmiştir (Halpern ve McLean, 1997).

Ebeveyn yetkinliği yüksek olan anne-babaların tutumu, çocukta var olan veya sonradan ortaya çıkacak olan davranış problemlerini düzenler ya da engeller, çocuğun benlik algısının gelişmesini, okul başarisının artmasını, sosyal becerilerinin gelişmesini sağlar (Demir, 2013). Ayrıca ocuğun kaygı bozukluğu yaşamasını, depresyona gibi ruhsal sorunlar yaşamasını engeller (Bandura, 1997). Ebeveyn yetkinliği yüksek olan anne-babaların daha az emir cümleleri kurmakta, problemlere çözüm odaklı ve öğretici yaklaşmakta, çocuğun makul isteklerini daha az reddetmekte, daha fazla şefkat ve kabul hareketleri göstermektedir (Giallo ve ark.,

2008). Ebeveyn yetkinliği düşük olan anne-babaların disiplin düşünceyle kullandığı davranışlar; çoğunlukla sert, kaba, zorlayıcı, ihmalkâr ve tutarsızdır (Bandura, 1997)

Ebeveyn yetkinliğinin yüksek olması anne babalık yetenekleriyle güçlü ilişkisi vardır (Demir, 2015). Mesela anne babaların ebeveyn yetkinliğinin yüksek olması çocuğun fiziksel ve ruhsal ihtiyaçlarını giderilmesi, anne, baba ve çocuk iletişimini sağlama, olabilecek uyum sorunu ile başa çıkabilme ve çocuğun problemleri davranışlarını önceden fark edebilme konularında avantaj sağlamaktadır (Donovan ve ark., 1997). Ebeveyn yetkinliği inancının yüksek olması, erken çocukluk döneminde; bilişsel gelişimi ve pozitif davranışların kalıcı olarak kazanılmasını desteklemektedir (Demir, 2015). Tam tersine; anne babaların ebeveyn yetkinliğinin düşük olması ebeveynlerin anksiyete ve depresyon gibi ruhsal sorunlara daha eğilimli, problemleri davranışlarla baş edebilme ve öz disiplin düzeyinde azalış, çocukların uyum sorunlarıyla baş etmeye çalışırken yüksek düzeyde kaygı, stres ve zorluk yaşamalarına neden olmaktadır (Teti ve Gefland, 1991). Böylece ebeveyn yetkinlik inancının düşük olması aynı zamanda çocuğa hiçbir etkisi olmayan, iz bırakamayan anne baba tutumlarını da yanında getirmektedir (Demir, 2015).

Ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne babaların, sorunlarla başa çıkma fikirleri genelde olumlu olmakta, kendilerini başkalarına onaylatma ihtiyacı duymamakta, ebeveyn yetkinlik inancı düşük anne babalar, yoğun suçluluk hissi, kendini suçlama ve karşısındakini ezici şekilde suçlama duygu ve düşünceleri olabilmektedir (Coleman ve Karraker, 2000). Johnson ve arkadaşlarına (2000) göre anne babalar çocuklarını büyütürken ebeveyn tutumlarının pozitif olması, çocuklarının sosyal gelişimlerinin yaşlıtlarına göre erken olmasında, motor ve zihinsel becerilerinin gelişimlerinde ve sosyal çevreye uyumlarında önemli çok önemli etkiye sahiptir. Ebeveyn yetkinliğinin düşük olması ise çocuğun özellikle uyumsuz davranışlarından dolayı çevre tarafından dışlanmasına neden olmaktadır.

Bandura (1997) ebeveyn yetkinlik inancının düşük olmasının sadece yeni davranışların öğrenilmesini engellemekle kalmayıp, var olan yeteneklerin performansını da engelleyebileceğini belirtmiştir. Bunun aksine ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne babaların yeni edinilen bilgi ve becerileri hayata geçirme ve



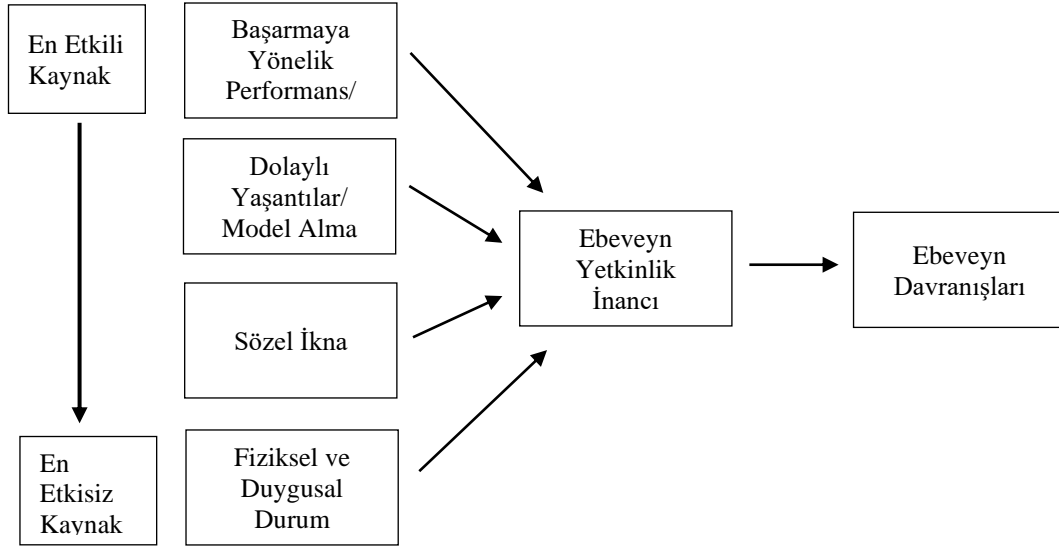
sonuç olarak olumlu dönütler alma ihtimalleri yüksektir. Ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne babalar çevresiyle ve çocuklarıyla samimi ilişkiler kurabilen ve bu konuda çocuklarının da samimi ilişkiler kurmasını isteyen ve destekleyen bireylerdir (Coleman ve Karraker, 2000).

Grolnick ve arkadaşlarına (1997) göre; ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne babaların ebeveyn yetkinlik inancı düşük olan anne babalara göre çocuklarının eğitim hayatlarında aktif olarak katılarak, çocuklarının zihinsel ve bilişsel beceri kazanmasını daha çok desteklemektedir. Sonuç olarak anne babaların ebeveyn yetkinlik düzeyleri, çocuklarının da kendi yetkinlik düzeylerini belirlemelerinde çok önemli rol oynamaktadır.

### **2.1.7. Ebeveyn yetkinliği inancını etkileyen kaynaklar**

Yetkinlik, bireyin sahip olduğu bilgi ve yetenekleri etkili bir şekilde hayata geçirerek, yeni beceriler ve bilgiler elde etmeye yönelik inançlar; ebeveyn yetkinliği ise anne babaların evlatlarının gelişimini en ideal şekilde desteklemek için halihazırdaki bilgilerini kullanarak bu konuda en üst düzeyde uzmanlık isteyen becerilere sahip olmak demektir. (Coleman ve Karraker, 2000). Ebeveyn yetkinlik algısını, çocuğun ruhsal ve fiziksel gelişimine nasıl izler bıraktığını görebilmek açısından oldukça önemlidir (Demir, 2015). Bu yetkinliğe sahip olan ebeveynlerin kendilerinde algıladıkları becerilerini çocuklarının davranışlarında, ruhsal ve biyolojik gelişimlerinde belirgin bir şekilde kullanabilmeleri yetkinlik algısı için önemli bir dönüttür (Coleman ve Karraker, 2000). Bandura (1997), yetkinliğin gelişiminde şu dört noktayı vurgulamıştır:

- Başarmaya yönelik performans/tecrübeler
- Dolaylı yaşantılar/model alma
- Sözel ikna
- Fiziksel ve duygusal durum



**Şekil 2.2:** Ebeveyn Yetkinlik İnancını Etkileyen Faktörler

**Kaynak:** Demir, S. (2013). “Ebeveynlerin Yetkinlikleri ile Depresyon, Olumsuz Benlik ve Anksiyete Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi” Yayınlanmış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Şekil 2.2’ de görüldüğü gibi ebeveyn yetkinliği inancını etkileyen dört ana kaynak bulunmaktadır. Bu dört ana kaynak ebeveyn yetkinlik inancını etkilemekte, ebeveyn yetkinlik inancı da ebeveynlerin davranışlarını belirlemektedir.

### 2.1.7.1. Başarmaya yönelik performans/tecrübeler

Kişinin kendine ait olan görevini amacına uygun olarak tamamlamasına başarıya yönelik performans denmektedir (Ajzen, 2002). Tüm anne babalarda çocuğunu yetiştirirken ellerinden gelemin en iyisini yaptığı düşüncesi vardır. Buna rağmen ebeveynler çocuklarını yetiştirirken çevresiyle kendisini kıyaslayarak ebeveynlik performansını başka anne babalara göre ölçer. Bazen performansını yetersiz bulurken kimi zamanda kendisini çok başarılı bulabilmektedir (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Ayrıca başarmaya yönelik performans, ebeveyn yetkinliği inancında anne babaların sürekli çocuklarının yetiştirilmesi ve yeni gelişim evrelerinde uygulayacakları güncel görevler ve sorumluluklar edinerek bu görevleri başarmak için yeni teknikler bulunmalarını tetiklediği için önemlidir (Bandura, 1997).

### **2.1.7.2. Dolaylı tecrübeler/model alma**

Anne babalar kendi ebeveynlerinden gördükleri anne baba olma modelini bilinçli bilinçsiz örnek alarak çocuklarına uygulamakta, kendi çocukluklarını mutlulukla geçirmiş, ihtiyaçları zamanında karşılanmış bireylerin çocuklarına da aynı şekilde davrandığı, ilgili olduğu görülmektedir (Güldalı-Dereli, 2019). Tam tersi kendi anne babalarından ilgi, şefkat göremeyen kişilerin ise ebeveynlik yaklaşımları olumsuz olacağından kendi ebeveynlik inançlarında yetersizlik düşüncesi daha baskın olacaktır (Eminoğlu-Küçüktepe, 2007). Ebeveyn yetkinliğinin gelişimi, bireyin kendi ebeveynleriyle yaşadıkları ilişkisinin kalitesiyle, akrabalarından ve çevrelerindeki diğer kişilerden aldıkları sosyal desteklerle ve bu kişilerin eğitim düzeyleriyle ilişkilidir.

Model alma yoluyla yetkinlik algısının gelişmesinde, model alınan kişiye maddi manevi yakınlığın tesiri çok büyüktür ve benzerlik oranı model alınan kişilerin başarı ve başarısızlıklarını içselleştirmede önemli faktördür (Çiftci-Topaloğlu, 2013). Bandura'ya (1997) göre benzer yaşantıları olamayan kişilerin model alınması aynı yaşam standartlarını sunamayacağı için ebeveyn yetkinlik düzeyini çok da etkilememektedir. Çünkü kişi farkında olmadan fizikî olarak, ruhsal olarak ve geçmiş ve şimdiki yaşayış olarak kendine benzeyeni Ayrıca ebeveynler her ne kadar çevrelerini model alma potansiyeline sahip de olsa ebeveynliklerinde olumlu davranışlar göstermeye yönelik güç ve kararlılığa sahip değillerse model alma veya dolaylı yaşantılar ebeveyn yetkinlik algısına çok da etki etmeyebilir (Bandura, 1997).

### **2.1.7.3. Sözel ikna**

Ebeveyn yetkinliği inancını etkileyen kaynaklardan sözel ikna; kişinin çevresindeki bireyler tarafından sahip olduğu potansiyel ölçüsünde ve gerçekçi olarak bir davranışı yapmaya yöreklendirilmesi ya da teşvik edilmesidir (Aydın, 2019). Anne ya da babanın onları iyi tanıyan bireyler tarafından ebeveynlik yetenekleri konusunda cesaretlendirilmeleri ebeveyn yetkinlik algılarına pozitif yönde katkı sağlayacaktır. Buradaki en önemli faktör ifadelerin gerçekçi ya da potansiyeli kadar olmasıdır. Çünkü ebeveyn yetkinlik inancı düşük olan anne babaya

potansiyellerinin üzerindeki bir hedefle ilgili sözel destek verilirse başarısızlık sonucu ebeveynler bu hedeften bir daha denmemek üzere vazgeçebilir (Aydın, 2019).

Anne babaların çocuklarını daha ideal yetiştirmek için koyduğu kuralları uygularken gerek tutum ve davranışla gerekse de birbirlerini sözel yolla desteklemeleri başarılı sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır (Demir, 2015). Çiftler arasındaki iletişimde en önemli nokta eşlerin kabullenemedikleri durumları, hoşlarına gitmeyen olayları birbirlerine rahatlıkla sözel olarak ifade edebilmeleridir. Bu konuda uyumu sağlayan çiftlerin ebeveyn yetkinlik inançlarının daha yüksek olduğu bilinmektedir (Demir, 2013).

#### **2.1.7.4. Fiziksel ve duygusal durum**

Fiziksel ve duygusal durum ebeveyn yetkinliği inancını etkileyen dördüncü kaynaktır. Çünkü fiziksel ya da ruhsal olarak sağlıklı olmak ya da sağlıklı olmamak her varlıkta olduğu gibi insanda da dengeyi kaybettirebilir. Anne babaların da ruhsal ya da fiziksel olarak sağlıklı olmama durumları, baş ağrıları, kaygı düzeylerinin yüksek olması, kendilerini tükenmiş ve güçsüz hissetmeleri çocuklarına karşı yapmaları gereken maddi manevi sorumluluklarını aksatmaya dolayısıyla yetkinlik düzeylerinin düşük olmasına sebep olmaktadır (Demir, 2013).

Cruncec ve arkadaşlarına (2010) göre ebeveyn yetkinlik düzeyini doğum öncesi, doğumdan sonrası ilk birkaç ay ve ergenlik dönemi olmak üzere bu üç süreç çok etkilemektedir. Bu üç sürecin ortak özelliği; anne babaların hayatlarında alışılmadık durumların ortaya çıkması ve bu süreçte karşılaşacakları şeyleri öngörememeleridir.

Ayrıca çiftler arasındaki uyumsuzluklar, yaşanan çatışmalar, çiftlerin ebeveynlik becerilerini hayata geçirmelerinde önemli bir faktördür (Demir, 2015). Çatışma hali anne babaların ve aynı zamanda çocukların da duygusal durumunu negatif etkilemektedir ve bunun sonucunda yaşanan başarısızlıkla birlikte ebeveynlik

rollerinde yetersizlik hissi düşük yetkinlik inancı ortaya çıkmaktadır (Çiftçi-Topaloğlu, 2013).

Bandura'ya (1997) göre ev içinde yaşanan çatışmaların yan sıra dış dünyadan gelen olumsuz duygular da anne babaların çocuklarıyla olan iletişimlerine zarar verebilir. Örneğin, bir ebeveynin işi ile ilgili kriz yaşıyor olması, ebeveynin stres düzeyini artırıp aile içi etkileşime yansiyarak sorun oluşturabilir ve nihayetinde ebeveyn yetkinlik inancının düşmesine sebep olabilir.

Anne babalar ebeveyn yetkilik düzeylerini, stres ve kaygı veren duygusal durumlarla başa çıkabilme becerileri geliştirmekle ve fiziksel olarak sorun teşkil eden durumlarını iyileştirici adımlar atarak daha kalıcı yükseltebilirler (Dunn ve ark., 2007).

#### **2.1.8. Ebeveyn yetkinliği ile ilişkili ailesel kaynaklar**

Çocuğun çevresiyle başarılı ilişkiler kurabilmesi ailesiyle kurduğu iletişimin niteliğine bağlıdır (Aydın, 2019). Ergenin anne babasıyla kurduğu iletişimin kaliteli olması ebeveynlerin ergene olan bireye aile içinde sürdürdükleri ilişkilerini nasıl yansıttıkları ile ilgilidir. Aile içi iletişimde yetkin olabilmek, ergenler bireylerle kurulan iletişimde aşağıdaki becerileri taşıyor olmayı gerektirir (Caprara ve ark., 2005).

- Ergenlerle açık iletişim kurma
- Çatışmayı yönetebilme
- Çocuğu doğru izleyebilmesi
- Aile doyumu

##### **2.1.8.1. Ergenlerle açık iletişim kurma**

Anne baba ve ergen ilişkilerinde bazı özellikler taşıyan alilerin ebeveynlerinde yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Aile bireyleri birbirine karşı daha açıksa, sevgi açıkça gösterilip ifade edilebiliyorsa, ergenler çatışma yaşamadan bağımsızlık

kazanabiliyorsa, aile içi sorunların çözümünde ve stresle baş ederken esnek olunabiliyorsa bu ailelerdeki anne babaların yetkinlik inancı bu özellikleri taşımayan anne babaların yetkinlik düzeyine göre daha yüksektir (Aydın, 2019).

#### **2.1.8.2. Çatışmayı yönetebilme**

Ebeveynlerin çatışma yönetme şekilleri çocuklarına model olacağından, anne babaların çatışma yönetimi konusunda belli başlı yeteneklere taşıyor olması, aile içindeki iletişimi hem düzenleyecek hem de çocukların sosyal hayatlarında ilişki ve her türlü çatışmaları idare edebilmesinde rol model olacaktır (Samson, 2011).

#### **2.1.8.3. Anne-babaların çocuklarını doğru izleyebilmesi**

Ebeveynler çocuklarını kaba yollarla değil de kontrollü ve destekleyici bir şekilde izliyorsa bunun sonucu olarak ebeveynlerine kendi sosyal çevreleri ile ilgili bilgi edinme hakkı tanımaktadırlar (Aydın, 2019). Bu da ebeveyn-çocuk iletişimini ve aile bireyleri arasında karşılıklı sevgi, saygı düzeyini artırır (Caprara ve ark., 2005).

#### **2.1.8.4. Aile doyumu**

Yapılan araştırmalara göre dış dünyada tehlikeli bir durum veya bir belirsizlikle karşılaşan aile bireylerinin aileye geri kabul edilebileceği ve aileden destek görebileceğini ifade eden kavrama aile doyumu denmektedir (Aydın, 2019).

#### **2.1.9. Ebeveynliği etkileyen ailesel diğer etmenler**

Bir Çin atasözü der ki “Bütün dünya üzerinde bir tek güzel çocuk vardır ve bütün anne babalar da ona sahiptir”. Her anne baba çocuğunu çok güzel, çok ahlaklı, çok kıymetli görür ve daha fazlasını da görmek ister. Bunu sağlamaya çalışırken de kendi tecrübelerini, ideal ebeveynlik rollerini yansıtır. Anne babaların ebeveynlik uygulamalarında bazı faktörler temel taşıdır. Ebeveynlerin özellikleri ve davranışları, ebeveyn yetkinliği ile direk ilgilidir (Bandura, 1997). Bu özellikler ve davranışlar;

ebeveynlik yetenekleri, şahsi inançları ve normları, ebeveynlerin kapasiteleri ve ona göre neler yapabilecekleri, buldukları olumlu ya da olumsuz koşullar altında anne babalığa ilişkin becerileri, zor durumlarla her koşulda baş etme becerisi ve azmi, çocuklarına karşı yapması gereken görev ve evdeki sorumluklarını bilme ve bunları yapabilme becerisi, ebeveynlikle kazanılan kişiye özgü yeni davranışları yaşanabilecek krizlerde kullanabilme ve ebeveynlerin anne baba olmak gibi durumlarına özel ortaya koydukları davranışlarıdır.

Her ebeveyn çocuğu için en iyi ebeveyn olmayı arzu eder ve bunu sağladığını da düşünür. Maddi ve manevi olarak her konuda yapabildiğinin en iyisini çocuğuna sunduğunu düşünür bazen çocuklar böyle düşünmese bile. Örneğin ekonomik konularda başkalarıyla kıyaslandığında yetersizmiş gibi düşünülse bile ebeveyn elinden gelenin en iyisini yaptığını düşünür. Bu inanış çoğunlukla böyledir ancak bazı durumlar ebeveyn yetkinlik düzeyini etkilemektedir. Demir'e (2015) göre ebeveyn yetkinliğinin yüksek ya da düşük olma düzeyine etki eden değişkenler; ebeveynlik becerileri ve kendisine-çocuğuna inanma, yetkinlik algısı, kendisi için algıladığı özsaygı düzeyi ve haklarına dair büründüğü rol (Jones ve Prinz, 2005) ile ebeveynliğinin ilk yıllarında bebeğine bakarken hissettiği annelik babalık duyguları ve bu duyguları evladına hissettirme düzeyi, ebeveynlikle birlikte farkındalık kazanmak (de Montigny ve Lacharite, 2005), iletişim becerisi taşıma ve son olarak ruhsal ve duygusal yönden normal olmadır (Bandura, 1997). Biehle ve Mickelson (2011), ebeveyn yetkinliğinin aşağıdaki dört temel konudan etkilendiğini ifade etmişlerdir.

- Ebeveynlerin kişisel özellikleri
- Çocuğun şahsi özellikleri
- Çevresel özellikler
- Ortak ebeveynlik

### **2.1.9.1. Ebeveynlerin kişisel özellikleri**

Anne babalar ebeveynlik rollerini sergilerken hiç şüphesiz kimliklerini bir kenara koymamaktadır. Anne babalar en değerli varlıkları çocuklarına anne babalık

yaparken çoğunlukla kendi ebeveynlerinden aldığı donanımı farkında olmadan çocuklarına karşı aktarmaktadır (Demir, 2015). Ebeveyn yetkinliği, eğitim, gelir durumu, sağlık, beklentiler, çocuklarına uyguladıkları disiplin şekilleri ve zorluklar karşısında başa çıkma yeteneklerinden etkilenmektedir. Ebeveynlik becerilerinde en önemli belirleyicilerden birisi, ebeveynlerin ilk uyguladıkları anne baba tutumlarında başarısız tecrübeleridir (Demir, 2015). Ebeveynlerin aile içi iletişimini geçmiş yaşantıları, kişilik tipleri ve çevresiyle olan iletişim modelleri etkilemektedir. Ebeveynlerin çocukların kapasitelerini fark edmeden çocuklarından beklentiye girmeleri anne babaların daha depresif duygular yaşamasına sebep olmakta ve sonuç olarak ebeveyn yetkinliklerini düşürebilmektedir. Bu durumlar ebeveynlik rolündeki bireylerin yetkinliklerini etkileyen kişisel özelliklerdir.

### **2.1.9.2. Çocuğun şahsi özellikleri**

Anne babalar ebeveynlik yaparken her çocuğun farklı olduğunu bazen unutabilir. Her çocuğa aynı yaklaşmak ise başarısız sonuçlar alınması ihtimali artırabilir. Çünkü parmak izi kadar farklı bireyin olduğu dünya çekirdek ailedeki bireylerin benzer zevkler, hobiler, hedefler belirliyor olması beklenemez. Ebeveyn yetkinliği çocuğun özelliklerine göre de şekillenmektedir. Ebeveyn yetkinlik inancı çocukların kritik yaş dönemlerinde farklılık gösterebilmektedir. Anne ve babalar çocuklarının fizyolojik değişimini anlayarak, çocuklarında görebileceği bazı yetersiz becerileri için kişiliğe yönelik sorgulayıcı tutum göstermemelidir. Zor mizacı olan çocuğa sahip anne babaların anne ve babaların çocuk üzerinde cezalandırıcı bir tutum sergilememeleri ebeveyn yetkinlik düzeyinin yüksek olduğunu gösterir.

### **2.1.9.3. Çevresel özellikler**

Ebeveynler çevresel faktörleri çocuklarının gelişimini olumlu olarak destekleyici konuma getirmeye ya da bu çevresel faktörlerle gelişim aracı sağlamaya çalışırlar (Aydın, 2019). Çocuk akademik olarak kendini yeterli hissediyorsa bunda anne ve babaların çocuğu bilişsel yönden desteklediği görülmektedir. Ergenlikte ise, aile değil de sosyal çevre ve arkadaşları ergenin davranış ve duygularını direk



etkilemektedir (Aydın, 2019). Sosyal hayatta ilişkiler anlamında başarılı olan bireyler aileleri ile güven temelli sağlam ilişki kumuşlardır.

#### **2.1.9.4. Ortak ebeveynlik**

Ebeveynlik konusunda babalar, anneler göre sorumluluğu daha az ele almaktadırlar (Aydın, 2019). Yapılan araştırmalara göre ebeveynlik, babalarla göre annelerle daha çok özdeşleşmiştir (Pruett ve Pruett, 2009). Annenin ve babanın ebeveyn yetkinlik düzeyini ebeveynlik rolü için gerekli olan davranışları beraber ortaya koymak arttıracaktır.

Anne babaların ortak ebeveynlik yapabilmeleri için aşağıdaki şartlarda mutabık olmaları gerekmektedir (Pruett ve Pruett, 2009).

- Öncelikli yapılması gerekenlerin belirlenmesi
- Ebeveynlerin birbirine karşı hoşgörülü olması
- Ortak ebeveynlik kavramını kendi aralarında tanımlamak
- Özellikle babanın görevlerini iyi öğrenmesi
- Görev dağılımı ve yaşanan ufak sorunları görmemek

Çocuklarının yeterliliklerini en çok ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne ve babalar de destekler (Aydın, 2019). Ebeveynlerin yetkinlik düzeyini yeterli düzeye ulaştırmak için; çevresinden ve eşinden çocuk yetiştirilmesi konusunda destek ve yardım almak, çocuk bakımı ve onun gelişimi konusunda yeteri kadar bilgi edinmiş olmak, çocukta kalıcı olumlu davranışlar geliştirmeye ilgili gerekli yöntemleri kullanmak, çocuğun bütün ihtiyaçlarına karşı duyarlı davranmak, ebeveynliğe yönelik pozitif bakış açısı taşımak, çocuğu büyütürken karşılaşılabilecek zor sorunlarla başa edebilme becerisine sahip olmak, çocuk yetiştirilirken bakım, eğitim, sağlık gibi her konuda aktif olmak, psikolojik, ruhsal ve duygusal yönden sağlıklı olmak gibi şartlar sağlanmalıdır (Bandura, 1997).

### 2.1.10. Ebeveynlik yetkinliğinin ebeveynler ve çocuklar üzerindeki etkileri

Anne babalara çok önemli sorumluluk olarak verilen çocuk yetiştirme görevinde ebeveynlerin yetkinlik algıları temel yapı taşlarından birisidir. Ebeveynlerin kendi yetkinlik inançlarından yola çıkarak çocuklarına sunacakları sözel ve davranışsal yaklaşımlar çocuğun ömür boyu yaşamını etkilemektedir. Olumlu yetkinlik inancı taşıyan ebeveynler ile olumsuz yetkinlik inancı taşıyan ebeveynlerin yetiştirdikleri yeni nesil mutlaka birbirinden farklı olacaktır.

Kavramsal olarak ele alınan ebeveynlik yetkinlik inancı, çocuğu yetiştirirken direk veya dolaylı hangi yolla uygulanırsa uygulansın çocuğun davranışları, hayata bakışı, problem çözme stratejisi geliştirme gibi birçok konuda çok etkili olduğu düşünülmektedir (Jones ve Prinz, 2005). Ebeveynlerin doğuştan getirmediği kendilerinin geliştirdiği yetkinlik inancı çeşitli düzeylerde olmaktadır ve bu düzey çocuk büyütürken anne babalık performansını etkilemektedir. Bu performans etkisi doğal olarak ebeveynlerin çocuklara yaklaşımlarını değiştirmekte ve sonuç olarak çocuğun davranışlarını, fiziksel ve ruhsal hayatını etkilemektedir. Ebeveynlik yetkinlik inancının düşük ya da yüksek olması sonucu anne baba ve çocuk davranışları üzerinde ortaya çıkan etkilerini inceleyen birçok araştırma yapılmıştır (Bağatarhan, 2012). Ebeveyn yetkinlik inancı yüksek olan anne babalar, ebeveynlikte daha yapıcı ve başarılı olunca çocukta ortaya çıkan pozitif gelişmeler doğal olarak ebeveyn yetkinlik inancını artırmakta özetle bu ikisi kavram arasında doğrusal bir artış söz konusudur. Aynı şekilde ebeveynlik yetkinlik inancı düşük olan anne babalar, ebeveynlik uygulamalarında başarısız olur ve çocuklarında istemedikleri davranışlar gözlemlenmeleri sonucu ebeveyn yetkinlik inançlarında düşüş yaşanmaktadır (Jones ve Prinz, 2005).

Yapılan araştırmalar sonucunda; çocukta davranış problemleri ve değişime açıklık (Sanders ve Woolley, 2005), ebeveynin duyarlılığı, yakınlığı ve olaylara tepki şekli (Stifter ve Bono, 1998), ergenlikte davranış problemlerinin tekrarlanma durumu (Lamborn ve ark., 1991), çocuklarda sosyal uyum düzeyi (Kotil, 2010), akademik başarı ve sosyallik (Junttila ve ark., 2007), bilişsel gelişim düzeyleri (Coleman ve Karraker, 2000). Motivasyon düzeyleri ve okuma başarıları (Townsend ve Choi,

2004), konuşma ve dil becerileri (Desjardin, 2006), erken dil gelişimi (Diken ve Diken, 2008), çocuğun davranışlarında bazı davranışsal ve duygusal problemler göstermesi ve bunları sürdürmesi (Arnold ve ark., 1993), duygusal durum bozuklukları ve bazı davranış bozukluk sebebiyle tedavi görme ve buna bağlı stres yaşama (Scheel ve Rieckmann, 1998) gibi durumlar elde edilen sonuçlardan bazılarıdır.

Özetle ebeveyn yetkinlik düzeyinin çocukları üzerinde tahmin edilenden daha fazla etkileri bulunmaktadır. Araştırma sonuçları dikkatle incelendiğinde ebeveyn yetkinlik düzeyinin anne babanın çocuğa uyguladığı yetiştirme tutumları ve buna bağlı olarak büyümeleri, gelişimleri, akademik başarıları, sosyallikleri ve kendilik algıları üzerinde etkileri olduğu belirlenmiştir (Bağatarhan, 2012).

#### **2.1.11. Ebeveyn yetkinliğinin ölçülmesi**

Birçok ebeveyn, anne-babalık tecrübelerini eğlenceli ve haz verici deneyimler olarak görmektedirler ancak ebeveynlik, çocuğun ergenlik döneminde çok da kolay olmayan duygusal, fiziksel, zihinsel ve sosyal zorlu görevler yüklemektedir. Her anne baba çocuğunu büyütürken, maddi ve manevi konularda yetiştirirken en iyisi olmayı hedefler. Ebeveynlerin bu noktada şahsına özel çeşitli kendilik algısı vardır ve yapabildiğinin en iyi olduğunu düşünür. Ebeveynlerin çocuk yetiştirme konusunda sahip oldukları algıları, potansiyelleri ve inançlarına ebeveyn yetkinliği denilmektedir (Bandura, 1997). Yetkinlik inancına göre ebeveynler çocuklarını pozitif ya da negatif bir tutumla yetiştirebilir ve bu durum ve bu tutum nesiller arası aktarılabilir.

Ayrıca ebeveyn yetkinliği konusunda her çocuğunun özel ve özellikli olduğu, kaç çocuk sahibi olunursa olunsun her birinin kişiliğinin, özel durumlarının (başarı, başarısızlık, hastalık, özel ihtiyaçlar...) ve bireysel özelliklerinin de etkileyici faktör olduğunu belirtmektedir (Ardelt ve Eccles, 2001). Ebeveyn yetkinliğine bu noktadan bakıldığında, her çocuğunun kendine özgü ve ihtiyaçlarının farklı olduğunu bilerek anne babanın çocuğa özel bir yaklaşım geliştirmesi gerektiği ve önemli olanın çocuk

sayısı değil de her çocuğun kendine özel ihtiyaçlarının olabileceği düşüncesi öne çıkmaktadır (Demir, 2015).

Ebeveyn yetkinlik inancının farkına varılması ve hangi düzeyde olduğu ölçülmesi toplumun temel taşı olan ailenin de nesiller boyunca sağlıklı ve pozitif olarak aktarım yapmasını sağlayacaktır. Bandura (1997), ebeveynlik konusunda olduğu gibi farklı görev içeren daha büyük bir alana ait yetkinlik algılarını değerlendiren bir araştırmacının, aynı kavrama ait başka davranışları ölçebilen ve aralarında ilişkili bulunan farklı davranışları da ölçebilen ölçekleri kullanılmasını tavsiye etmektedir. Buna uygun olarak, daha kapsayıcı özellikteki maddeler yerine, başlıca görevleri temsil eden davranışlarla ilgili bilişsel algılara yönelik maddeler konulmalıdır.

Yetkinlik ve ebeveyn yetkinliği konusunda alan çalışması yapılırken birçok davranışın değerlendirilmesiyle ortaya çıkan veriler birleştirilerek konu ele alınmalıdır. Anne babaların çocuğun yetiştirilmesi konusunda en büyük etken olduğu düşünüldüğünde; çocuğu olan velilerin yetkinlik algı düzeyini belirleyecek ölçeğin olması ebeveynlik ve ebeveyn yetkinlik düzeyi ile ilgili yapılacak çalışmalarda çok önemli bir yere sahip olacaktır (Demir ve Gündüz, 2014).

### **2.1.12. Ebeveynlik yetkinliği ile ilgili araştırmalar**

Bu bölüm ebeveynlik yetkinliği ile ilgili yapılmış betimsel ve deneysel çalışmaları ve değerlendirmelerini konu almaktadır. Ebeveyn yetkinliği ile ilgili yurtiçinde ve yurt dışında yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmalar incelendiğinde anne-babaların yetkinliklerinin yüksek düzeyde ya da düşük düzeyde olmasının; ebeveynlerin tükenmişlik hislerinde, ebeveynlik algı ve doyumlarında, çocukların gösterdikleri problemleri davranışlarını tolere etme becerilerinde, ebeveynlerin çocuklarıyla kurdukları sözel iletişimlerde, erken çocukluk döneminde dil gelişimini destekleyen ebeveyn uygulamalarında, çocuğun çevreye karşı sosyal-duygusal uyum gösterme düzeyinde, çocuğun bilişsel, sosyal gelişiminde ve daha birçok etmeni değiştirebileceği görülmüştür (Bağatarhan, 2012).

Ayrıca Bağatarhan'a (2012) göre incelenen çalışmalardan elde edilen bazı bulgular şoyledir:

- Yaşlı annelere göre genç annelerin yetkinlik düzeylerinin daha yüksek olduğu bunun yanında ebeveynlik konusunda tükenmişlik hislerini daha çok yaşadıklarını ve çocukları problemlili davranış gösterdiklerinde daha fazla rahatsız olduklarını, ancak problemlili davranışlarla daha pozitif yollar kullanarak baş ettiklerini göstermektedir. Sonuç olarak yetkinlik algısının tükenmişlik hissi ve sorunlu davranışlarla baş etmede olumlu ve anlamlı bir ilişkisi olduğunu göstermiştir.

- Engelli çocukları olan ebeveynlere göre çocuğu engelli olmayan ebeveynlerin yetkinlik ve ebeveynlik özelliklerine ilişkin algılarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

- ocuğu ergenlik döneminde olan ebeveynlere göre çocuğu küçük olan ebeveynlerin kendilerini daha yeterli ve yetkin hissettikleri araştırma sonuçları arasında yer almaktadır.

Ebeveynlik yetkinliği ile ilgili yapılan betimsel araştırmalar incelendiğinde ebeveynlik yetkinliğinin düşük ya da yüksek algılanmasının, çocukların davranışlarında problem olması, sosyal uyum sağlayabilme düzeyleri ve sosyal gelişimleri gibi çocukların ele alındığı farklı değişkenlerle; ebeveynlerin anne baba olma doyumları, ebeveynlerin tükenmişlik algıları gibi anne baba olmakla ilgili diğer değişkenlerle ilişkisini bulup akademik olarak ifade etmeye çalışan araştırmalar yapıldığı görülmektedir (Bağatarhan, 2012).

İstanbul'da 2008-2009 eğitim-ğretim yılında anaokuluna yeni başlayan beş yaş grubu çocukların duygusal ve sosyal uyumlarına, annenin yetkinlik inancı ile okuldan neler beklediklerine dair uyum gösterebilmelerinin arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada 586 ğrenci, öğretmenleri ve onların anneleri örneklem grubunu oluştırmaktadır (Kotil, 2010). Araştırma bulgularında, annenin çalışıp çalışmama durumu, çocuğun cinsiyeti, ocuk bakımı konusunda annenin İnternet, sosyal medya, kitap ya da televizyondan bilgi edinip edinmemesi ve ebeveyn

yetkinliğinin çok büyük etkiye sahip faktörler olduğu belirlenmiştir (Bağatarhan, 2012).

Araştırma sonuçları ebeveynlik yetkinliğinin hem çocuklar hem de anne babalar üzerinde çok önemli bir faktör olduğunu göstermekte, ebeveynlik yetkinliğinin geliştirilmesi için anne babalara yönelik temel eğitim programları yapılmasının çok önemli ortaya koymaktadır (Bağatarhan, 2012).

Başka bir araştırmada kendilerini sözel olarak idare etmede sorun yaşayıp dil geriliği tanısı konulan çocukların annelerinin yetkinlik düzeyleri ile çocuklarıyla yaptıkları sözel iletişim faaliyetleri arasındaki etkileşim araştırılmıştır (Diken ve Diken, 2008). Araştırma sonucunda ebeveyn yetkinliği inancı yüksek olan annelerin çocuklarıyla sözel iletişimi daha sık ve daha başarılı kurdukları görülmüştür (Bağatarhan, 2012).

Diğer bir araştırmada annelerin yetkinlik algıları ile gelişimi risk altında olan bebeklerin gelişimleri arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaları incelemek amacıyla Ele aldıkları makalelerdeki bulgulara dayalı olarak annelerin sahip olduğu ebeveyn öz-yeterlik algısının düzeyi ile çocukların bilişsel, sosyal ve dil gelişimleri arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Aksoy ve Diken, 2009).

Ebeveyn yetkinliği ile ilgili içeriği özet olarak anne-baba eğitim faaliyetlerinin, ebeveyn yetkinliğinin yanında ebeveyn stres düzeyi, ebeveyn ile çocuk arasındaki etkileşim gibi değişkenlere ne kadar etki ettiğinin araştırıldığı yurtiçinde ve yurtdışında deneysel araştırmalar bulunmaktadır (Bağatarhan, 2012).

2021 yılında Ankara’da bilinçli farkındalık programı yapılan ailelerin yetkinlik ve iletişim düzeylerinde değişim olup olmadığı ve varsa değişimin çocuklardaki problemleri davranışlara etkisinin inceleneceği bir araştırma yapılmıştır (Işık, 2020). Araştırma sonucunda; ailelere uygulanan eğitim programının çocuklarıyla olan iletişim şekillerini, ebeveynlerin yetkinlik inançlarını ve bilinçli farkındalık algılarını artırmada etkisinin olduğu, ayrıca bu etkinin kalıcılık olduğu; tam tersi bir durumda ise kontrol grubunda yer alan anne babaların çocuklarıyla olan iletişim şekilleri,

yetkinlik inançları ve bilinçli farkındalık algılarında pozitif bir etkiye bırakmadığı görülmektedir (Işık, 2020).

Spot ve arkadaşları tarafından 2008 yılında yapılan aile temelli yetkinlik eğitimi ile okul başarısını artırma konulu araştırmada anne babalara yapılan eğitimin ebeveynlik yeterliliklerini arttırdığını ve öğrencilerin altıncı sınıfta madde bağımlılığı riskini azalttığını ve sekizinci sınıfta ölçülen okula devamlılık üzerindeki olumlu etkiler yoluyla, on ikinci sınıf akademik performansındaki değişikliklerle dolaylı ve olumlu bir şekilde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sonuç olarak ebeveynlik yetkinliğini artıran ve öğrencilerin bağımlılıkla ilgili davranışlarını azaltan aile odaklı müdahalelerin etkinliğini göstermiştir (Spot ve ark., 2008).

İki yaşında çocuğa sahip aileler için olumlu anne-baba ve çocuk ilişkilerini düzenlemeyi ve geliştirmeyi hedefleyen anne baba eğitim programı düzenlenmiş ve etkileri incelenmiştir (Gross ve ark., 1995). Tekrarlanan ölçümlere göre anne baba eğitim programının ebeveyn yetkinlik inancını önemli büyük arttırdığını, anne baba olmakla birlikte edinilen ebeveynlik stresini ise belli oranda azalttığı ve ebeveyn-çocuk iletişiminin iyileşerek kalitesinin arttığı gözlemlenmiştir (Bağatarhan, 2012).

Ebeveyn yetkinliği ile ilgili yapılan deneysel çalışmalar incelendiğinde anne-babalık bilgi ve yeteneklerini geliştirmek için yapılan eğitimlerin genel olarak ebeveyn yetkinliklerini arttırdığı gözlemlenmektedir (Bağatarhan, 2012). Hedef kitleye kalıcı davranış kazandırma konusunda yapılan her çalışma gibi bu çalışmalarda olumlu ilerleme kaydedilmesini sağlamıştır. Ele alınan çalışmaların bulguları, anne baba eğitim programlarının ebeveyn yetkinlik düzeyini arttırmasının yanında anne babaların eleştirel ifadelerinde, yaşadıkları stres düzeylerinde, kaygılarında ve çocuklarının daha çok olumlu fiziksel davranışlar gösterme eğilimde oldukları, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde ise pozitif yönde bir ilerleme sağladığını göstermiştir (Bağatarhan, 2012).

## **2.2. Bilinçlilik, Farkındalık ve Bilinçli Farkındalık**

Modern ve teknolojik çağın insanı, içinde bulunduğu anla etkileşimini kaybedip, yaşadığı deneyimin farkında olmadan pek çok şeyi hızla tüketmektedir. Farkındalık, bilinçli farkındalık kişinin bedenini, zihnini ve duygularını şimdide tutmak için birer araçtır. Yaşamın her anı için, her anda yaşanan anılar için çok önemlidir. Özellikle ebeveyn ve çocuk iletişimde yeni nesiller şekillenirken bu durum daha da önem arz etmektedir. İlk defa Kabat-Zinn tarafından kavramsallaştırılan bilinçli farkındalık, ebeveynlikte kullanılırken çocuklarla kurulan günlük iletişimde şimdiki anda ve farkındalıklı, yargılamadan ve dikkatini vererek etkileşimde bulunmaktır (Wong ve ark., 2019).

### **2.2.1. Bilinçlilik nedir?**

Türk Dil Kurumuna (2021) göre kendi etkinliğinin farkında, şuurlu olan anlamına gelen bilinçli kavramı bireyin biri işi yaparken bedenen orada olduğu gibi zihnen de orada olması demektir. Neff'e (2003) göre bilinçlilik, bireyin hayatında karşılaştığı hoş olmayan deneyimleri trajik bir yaşam öyküsüne döndürmeden, kabul edilmesi olan olumsuz duygu ve düşüncelerine zihnini kaptırmadan şu anda, yargılamadan olduğu gibi kabul edip bütün bunları bir dengede tutabilme yetisidir.

### **2.2.2. Farkındalık ve farkında olmak nedir?**

Hislerimize ve düşüncelerimize yönelik bilinçlilik durumuna ise farkındalık denir (Tuncer, 2017). Farkındalık, çevredeki uyaranların bilinçli bir şekilde kaydıdır ve doğrudan ve çok yakın bir şekilde gerçekle yapılan temastır (Brown ve ark. 2007).

Yine Türk Dil Kurumuna (2021) göre farkında olmak “kavranmak istenen şeye dikkat etmek, görülmesi gereken veya bilinmesi arzulanan şeylerden haberden olmak,” diye tanımlanmıştır. Farkında olma hali en basit şekliyle üç basamakta incelenebilir.



Birinci basamak: Temel farkındalık seviyesi denilen, hayatın devamı için ve canlıların kendilerini tehlikelerden, dış faktörlerden koruyup kollayabilmesi için gerekli olan farkındalık (Mithen 1994).

İkinci basamak: Kişinin kendisini anlama ve kendini fark etme yetisi olan kendilik farkındalığıdır (Dymond ve Barnes 1997).

Üçüncü basamak: Aynı zamanda en üst basamak olan bilinçli farkındalık denilen bütün ön yargılardan arındırılmış bir şekilde şimdiye dikkat etmek (Kabat-Zinn 2005).

İngilizce “mindfulness” olarak alan yazına giren farkındalık kavramı, Türkçeye kazandırılırken çeşitli şekilde çevirisi yapılmıştır. İlk olarak farkındalık olarak çevrilmiş (Çatak ve Ögel, 2010), sonrasında sırasıyla bilinçli farkındalık (Özyeşil, 2011), bilgece farkındalık (Karacaoğlan ve Şahin, 2016) ve fark’andalık (Uzun, 2020) olarak ifade edilmiştir. Mindfulness kavramı anlam olarak mind yani zihin ile full yani dolu kelimelerinin birleşmesi ile oluşmuş olup insanın zihninin doluluğunu ve bunun aksine içinde bulunulan anda farkındalıkla kalabilmeyi ifade etmektedir (Güldal, 2019). Mindfulness bu çalışmada farkındalık kavramı ile ifade edilecektir.

Farkındalık, kişinin bilişsel ve bedensel farkındalığını artırıp, anı yaşamak, hayatla direk bağ kurmak demektir (Stahl ve Goldstein, 2010). Kabat-Zinn (2005) dikkati bilinçli olarak istenilen tarafa çekebilmek, şimdi de yargılamadan kalabilmek olarak tanımlamıştır. Farkındalık, içinde bulunan andaki amaca, şefkat, yargısızlık ve kabul davranışlarıyla odaklanmaktır (Alpay, 2021). Farkındalık yaşayan birey, geçmişe ait üzüntü ve pişmanlıklarından ve henüz yaşamadığı geleceğe ait olan kaygı ve endişelerinden uzaklaşarak anda nasıl yaşayacağını keşfeder (Alidina, 2010). Farkındalığın temel bileşenleri kişinin çevreyi gözlemlemesi, kalıplaşmış tepkiler vermeden duyguları ile sürekli bağlantıda olması ve anda olarak yaşananları eleştirmeden objektif bir bakış açısıyla kabul etmedir (Alpay, 2021). Kişinin şimdiki anda olması kişinin görme, duyma gibi duyularını önemseyerek, şimdi de bedeninde olanları fark etmesi, şu anda yargılamadan ve şefkatli bir şekilde iç dünyasına bakması ve son olarak hayattaki pozitif duyguların ona hissettirdiği sıcaklıkla şu

anda yaşadıklarına dikkat kesilmesidir (Frey ve Totton, 2016). Selvili-Çarmıklı'ya (2018) göre farkındalık, bireyin kendisini şu anda olduğu haliyle, yargılamadan kabul etmeye niyetlenmesidir. Farkındalıkta amaç, yaşanan andan sıyrılan zihni, hafif bir uyararla nazikçe şimdiki ana geri döndürmektir (Alpay, 2021).

### **2.2.3. Bilinçli farkındalık nedir?**

Teknolojik gelişmelerle birlikte daha hızlı yaşanan bir dünyada günümüz insanın aynı anda birçok iş yapması marifet gibi olmuştur. Her şeyin hızlısının -hızlı İnternet, hızlı işlemci, hızlı tren- makbul olduğu çağımızda ayrıca hız zekâ belirtisi olarak da görülmektedir. Ancak bu koşturmanın ortasında olan insanın çoğu zaman kaçırdığı kendi hayatı, sevdiklerinin hayatı olmaktadır. Günlük telaşla geçirilen günlerden sonra çocuk ne çabuk büyümüştür ve ne ara yuvadan uçmuştur, birey yaşlandığını merdivenlerden çıkarken eski tempo ile çıkmadığında zamanın geçtiğini yaşlandığını anlar. Ama artık çok geçtir, hayat parmaklarının arası akıp geçmiştir. Bu karmaşa ve aceleciliğin ortasında yeni bir kavram olan bilinçli farkındalık, içinde bulunulan anı göstererek insana dur işareti yapmakta ve adeta dur ve hisset demektedir.

Bilinçli farkındalık kavramı, kişinin şu anda yaşadığı tecrübeye kasıtlı olarak dahil olma becerisidir. Kabat-Zinn'a (2005), göre bilinçli farkındalık şimdi meydana gelen deneyimlere kasıtlı olarak dikkati odaklamadır. Siegel (2007), bilinçli farkındalığı anda yaşanan tecrübelerin nazikçe ve yargılamadan kabul edilmesi diye tarif etmiştir. Ayrıca Bilinçli farkındalık, geçmiş yaşantılardan ya da henüz yaşanmamış yaşantı ve hislerin etkisi altında kalmadan an'ı yargılamadan kabul etmek ve sevgi ve şefkatle onaylamaktır (Bishop ve ark., 2004). Başka bir tanımda bilinçli farkındalık, kabul ve şefkatle deneyimlenen anın hissettirdiklerine dikkatin yoğunlaştırılmasıdır.

Bireyin yargılamadan, affedici bir tutum ve kabul ile farkındalığını şimdiki ana zihnini, düşüncelerini yönlendirebilmesi, istediği noktalara dikkatini yoğunlaştırabilmesi anlamına da gelmektedir (Kabat-Zinn, 2005).

Bilinçli farkındalık kavramı alan yazında çeşitli çalışmalar yapılan bir yapıyı tanımlamak için, hem farkındalık kazanmak için gayeli yapılan bir uygulamayı adlandırmak için (örn., meditasyon), hem de ruhsal bir süreci tarif için (bilinçli farkındalık) kullanılmaktadır (Germer ve ark., 2005). Bilinçli farkındalığın alan yazındaki en yaygın tarifi dikkat kesilme ve anda olan olayların farkında olma durumudur (Brown ve ark. 2007). Buna göre bilinçli farkındalık ve dikkat iç içe geçmiş iki kavramdır ve dikkat deneyimleri farkındalık zeminine çıkarmakta ve bir süre odakta tutabilmektedir (Güldal, 2019). Bilinçli farkındalık bireyin hoş olmayan duyguları ortaya çıktığı anda bu duyguları değiştirmek, bastırmak veya bu duygulardan kaçmak yerine olumsuz duyguları yargılamadan açık bir şekilde ele alabilme becerisidir (Neff, 2003). Kişiler hiçbir odak noktasına ihtiyaç duymadan, içindeki ve çevredeki uyarınları hissedebilir ancak dikkatini vermek, fazlaca duyarlık isteyen sınırlı anlarda bilinçli farkındalığa odaklanmaktır. Bilinçli farkındalık ile birey negatif duygu ve düşüncelerinden uzaklaşmak yerine yargılamadan ve dingin bir şekilde hissederek onları gözlemler (Akın ve ark., 2007). Bilinçli farkındalık insanı diğer varlıklardan ayıran bilinçlilik ve farkında olma yeteneğidir (Siegel, 2007). Ama maalesef insan bu durumu çok uzun süre sağlayamamakta sonra tekrar günlük koşturma ile hayallere ve hikayelere dalmaktadır (Kınay, 2013). Duygusal kargaşanın ortasında farkındalığı özellikle kesintisiz sürdürebilmek özel bir beceri olup bu becerinin öğrenilebilmesi mümkündür (Siegel, 2007).

Alan yazında kullanılan öz farkındalık kavramı ile bilinçli farkındalık birbirine benzer görünseler de bu konuda araştırma yapanlar iki kavram arasında ince farklar olduğunu belirtmişlerdir (Kınay, 2013). Öz farkındalık kişinin kendini içsel bilişi ve hislerinin farkındalığı, bilinçli farkındalık ise hem kişinin kendini içsel bilişi hem de dış dünyanın farkında olması yani içsel ve dışsal farkındalıktır.

Kökene 2500 yıl öncesine dayana bilinçli farkındalık kavramı Budist öğretilerinin yazıldığı dil olan Pali dilindeki farkında olma, dikkat ve hatırlama gibi anlamlara gelen “Sati” kelimesine dayanmaktadır (Germer ve ark., 2005). Sati kavramı, ilk kez 1921 yılında ‘mindfulness’ kavramına çevrilmiştir (Ögel, 2012). Sati kelimesi tanımlanırken kendini gözlemlenme yani içe bakış ile kendini bilme yani

iç görü veya uyanıklık anlamlarına yakın görülmektedir (Bishop ve ark., 2004). Hayes ve Feldman (2004), bilinçli farkındalığı kaçınma ya da aşırı yüzleşme davranışlarının zıttı olarak tarif etmişlerdir. Germer ve arkadaşları (2005) ise bilinçli farkındalığın tersini aşırı özdeşleşme diye ifade etmiştir. Özdeşleşme denen bu durum bireyin duygusal olarak reaksiyona girdiği bir dönemde ortaya çıkar ve hissedilen olumsuz duygu kişinin durumu algılamasını sınırlar (Tuncer, 2017). Oysa bilinçli farkındalık kişiye ne zaman kendini eleştireceğini öğreterek yaşanan zor durumlarda her zaman bir çıkış yolu bulabileceğini gösterir (Özyeşil, 2011).

Bilinçli farkındalık üst bilişsel bir beceri olarak tanımlanmıştır (Bishop ve ark., 2004). Türkçede üst biliş “düşünme ile ilgili olarak düşünme” diye tanımlanmaktadır (Çakıroğlu, 2007). Bilinçli farkındalığı uygulayan bir kişi bu üst biliş sayesinde içindeki ruhsal süreci gözlemleyebilecek bir potansiyele erişir (Baer ve ark. 2006). Üst biliş uygulamasında, kişi düşüncelerini gerçekler olarak değil sadece düşünceler olarak görmeyi öğrenir ve dolayısıyla kaygı oluşturan durumlarda, paniklemeyerek etkili bir şekilde cevap vermekte özgür olduğunu fark eder. Bilinçli farkındalık, dikkatin kendi kendini düzenlemesi (self regulation of attention) yani kişinin dikkatini bir olay veya nesneye yoğunlaştırıp buna süreklilik sağlaması gerektirmektedir (Tuncer, 2017). Kontrol ve yönetmeyi içeren bu durum aynı zamanda bir üst biliş becerisi olarak da düşünülebilir. Bu yetenekleri geliştirmek kaygıyı azaltmakla birlikte başka pozitif deneyimlere açılma ve ruhsal olarak daha esnek olmayı sağlar.

Bilinçli farkındalık, şimdide olanlara dikkat kesilmeyi, bu dikkatin içeriğini fark etmeyi ve fark edilenlerin yargılanmadan kabul edilmesini içerir (Çebi, 2020). Kişi bilinçli farkındalık yaşandığında, anın daha çok farkında olur; yaşanan düşünce ve hislere tepki verme ya da bu duyguları değiştirme ihtiyacı hissetme yerine sadece gözlemleyici olur. Bilinçli farkındalıkla ilgili yazılan eski ve modern akademik yazılar özetle bilinçli farkındalık uygulamasının zihni sakinleştiren, acıyı hafifleten ve yaşam kalitesini arttıran bir araç olduğunu belirtmiştir (Kınay, 2013).

Aslında bilinçli farkındalık an içinde yaşananları fark etmek ve bu fark edilenleri karşılama şeklini içeren iki boyutlu bir yapıdır (Çebi, 2020). Bu nedenle

bilinçli farkındalık yaşanan anı bilinçli ve açık bir zihinle, sevgi ve şefkatle dolmuş bir kalple algılamak ve algılanan durumu yargısız kabul etmektir (Özyeşil ve ark., 2011). Ayrıca bilinçli farkındalık kişilere, sürekli aktif olan ve geçmiş ile gelecek arasında gidip gelen zihin ile ilgili bilgi sağlamakta, dikkatinin dağılabileceğini fark ettirip yeniden odaklanabileceği ile ilgili farkındalık kazandırmaktadır (Parmaksız, 2020). Bilinçli farkındalık bireye, endişeleri ve olumsuz düşünceleri uzak tutarak kurtulmaya çalışarak değil, bu duygularla kurulan bağı değiştirerek dengede kalmayı öğretmeye çalışır. Kişi, bu yeniden kurulan bağ ile mantıklı olmayan inançları ve olumsuz içsel konuşmaların farkına vararak onları doğru bir şekilde değerlendirebilmektedir. Bilinçli farkındalığı deneyimleyen kişi, o anda taşıdığı düşüncelerin ve içinde bulunduğu halin tamamen farkındadır. Başka bir deyişle, dikkatini ana odaklamak, bu anın ve odaklanmanın önemini fark ederek onları acele etmeden, yargılamadan içselleştirmektir (Atalay, 2019). Ayrıca dikkatini ana odaklama süreci, merak, yargılamadan kabul, başka yeni deneyimlere açık olma ve şimdi gerçekleşen deneyimlere yönelik farkındalığı yakalamayı kapsar (Tuncer, 2017). Bahsi geçen dikkat sürecinde bilişsel tarz (cognitive style), kişilik özelliği (personality trait) ve zihinsel kabiliyet (cognitive ability) özellikle dikkate alınmaktadır (Kabat-Zinn, 2005). Roemer ve arkadaşlarına (2009) göre bilinçli farkındalık, yargılayıcı olmayan bir kabul, dağılmamış bir dikkat ve daha başka değişkenleri de içinde bulunduran büyük, kapsamlı bir kavramdır.

Bilinçli farkındalık kavramı, bireyin kendi duygularını ve başkasının duygularını doğru bir şekilde algılama ve bu duyguları düzenlemesine yardımcı olur (Yıldırım ve Atilla, 2020). Bishop ve arkadaşları (2004), şimdideki bilişsel olayları tanımlamak için yaşanan deneyimde dikkati devam ettirme demek olan dikkat regülasyonu ile yaşanan deneyime karşı merak, duyguları kabul etme karakterize olan şimdideki tecrübeyi yönlendirme olarak bilinçli farkındalığın iki alt yapısından söz etmişlerdir. Ayrıca bilinçli farkındalığın yapısında bireyin kendini düzenlemesi ve duyguları duygusal zekânın yönetmesi bulunmaktadır. Bilinçli farkındalık deneyimi içselleştirerek ruhsal doyumu, hislerini ve duygu durumunu düzenleyebilme becerisini devamında zihinsel esnekliği içinde barındıran denge durumunu da kapsamaktadır (Hayes ve Feldman, 2004). Hanh (1987), bilinçli farkındalığı tanımlarken kişinin zihnini şuandaki gerçeğe uyandırmasıdır der.

Bilinçli farkındalık yapı olarak bilinçlilik durumudur (Brown ve ark. 2007). Bilinç yaşanan anda hem farkında olmayı hem de olaya dikkati vermeyi kapsar (Kınay, 2013). Farkındalık, iç de dış dünyayı gözlemleyen zihnin arkasındaki radarı gibidir (Brown ve ark. 2007). Dikkat ise, görünürde basitçe yaşanan tecrübeye yüksek bir duyarlılıkla bakmayı sağlar (Kınay, 2013). Farkında olmak ve dikkat zihnin normal işleyişinin çoğunlukla değişmez özellikleri olsa da ayrıca geliştirilmiş olan bilinçli farkındalık uygulaması yaşanan tecrübenin farkındalığı ve odaklanmış dikkat ile andaki gerçeklik olarak kavranabilir (Brown ve ark. 2007). Bilinçli farkındalık aydınlanmadır ama birçok kişi şimdide meydana gelen olaylara zihnini ve dikkatini yönlendirmez (Tuncer, 2017). Alan yazında bu durumun adı dalgınlık ve umursamamaktır (Özyeşil, 2011).

Kişi kendisine karşı şefkatli ve farkındalıklı bakmaya başlayınca hissettiği acıya yoğunlaşmak yerine mevcut sorunun farkına varır ve bununla birlikte kendini suçlamayı ve yargılamayı bırakarak hislerini anlamaya yoğunlaşır (Tuncer, 2017). Bu şekilde kendine şefkati ve kendini şartsız kabulü artmış olur (Deniz ve ark., 2017). Kişinin kendisine karşı içinde beslediği bu pozitif ve destekleyici tavır beraberinde yaşam doyumunu yükselterek daha düşük düzeyde kaygı ile ilişkilendirilmektedir (Deniz ve ark., 2017). Bilinçli farkındalık uygulaması yapan bireylerde iyi olma halinde pozitif değişimler görülmekle birlikte vücutta gerginlik ve psikolojik stres gibi ruhsal olumsuzlukların yaşanmasında, tükenmişlik ve depresyon hallerinde uzun süreli azalma, duygusal tıkanıklarda daha az sıkışıp kalma ve istenmeyen bağımlılıklara karşı yeni yollar açma özelliği görülmüştür (Ülev, 2014). Günlük koşturmanın içinde çevredeki uyaranlara dağılan zihni aydınlatmak ve dikkati toparlayarak deneyimlenen her anı farkındalıkla yaşamak için olanlara bütüncül bakabilmek bilinçli farkındalığın oluşturduğu bir mucizedir (Hanh, 1987). Bilinçli farkındalık, yaşamın her anında uyanık olmayı sağlayan bir fırsattır (Germer ve ark., 2005). Bu fırsat, yaşanan negatif ya da nötr olan tecrübelerde olumsuz duygu hissetme düzeyinin azaltılıp mutlu ve duygusal iyi oluş halinin artırılmasıdır (Tuncer, 2017).

Kişinin şimdiye odaklanarak deneyimi her şeyi ile hissetmesi yaşamında önemli bir etkiye sahiptir (Parmaksız, 2020). Hatta bilinçli farkındalık uygulamaları

depresyonu azaltmaktadır (Kara ve Ceyhan, 2017). Bazı araştırmalara göre bilinçli farkındalık, depresyonla ters orantılı olan olumlu duygular hissetme ve yaşamdan alınan doyumla anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkiye sahiptir (Brown ve ark. 2007). Alınan sonuçlara göre bilinçli farkındalık uygulamaları, düşünceyi doğru yönlendirip zihinde olgunluğu sağlayarak kaynakları doğru kullanmayı ve mevcut olandan ruhsal doyum sağlamayı öğretmektedir ki bu doyum halinden memnun olma duygusunu ortaya çıkararak kişinin psikolojik ve biyolojik sağlığını korur (Parmaksız, 2020). Bilinçli farkındalık, bireyin dikkatini, herhangi bir sabit düşünceye, duyguya takılı kalmadan, zihinsel olarak esnek ve ruhsal olarak sakin olduğu zamanda ortaya çıkan psikolojik özgürlük durumudur.

Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireyler yaşadıklarını iyi veya kötü, sağlıklı veya sağlıksız olarak nitelendirmez (Tuncer, 2017). Yaşadıklarını şu anda olduğu gibi yargılamadan kabul ederler (Akın ve ark., 2007). Bilinçli farkındalık geçmişte yaşananlara sabit bir şekilde saplanıp kalmadan hatırlamayı da içinde barındırmaktadır (Güldal, 2019). Hatırlama kavramı ile ifade edilen dikkati ve farkındalığı şimdide tutma ve yaşanılan ana tekrar tekrar yönelmek demektir.

Germer ve arkadaşları (2005), bilinçli farkındalığın bileşenlerini şöyle ifade etmektedir:

- Dur: Eylemleri daha yavaş yaparak deneyimlemek ve yapılan eyleme ilişkin farkındalığı artırmaktadır.

- Gözleme: Kişinin yaşadıklarını katılımcı gibi izlemesi, kendi duygu ve düşüncelerini gzlemlesidir.

- Geri dn: Kişinin başka noktalara dağılıp giden dikkatini ve odağını anda olanlara geri döndürmesidir.

Bilinçli farkındalıkla ilgili alan yazın çalışmaları incelendiğinde, araştırmacıların tanımda henüz ortak bir kavramda uzlaşılmadığı ve bu konuda tartışmaların halen sürmekte olduğu görülmektedir (Kınay, 2013). Bilinçli

farkındalık tanımının ne olduğu ile ilgili yapılan bütün tanımlardaki en ortak ifade kişinin şimdideki deneyime yargısız kabul, merak, şefkat ve nezaket içeren bir tarzda dikkatini vermesidir (Baer ve ark. 2006). Ayrıca bu noktada bilinçli farkındalığı daha iyi anlamak için, öncesinde mindlessness kavramının yani farkındasızlığın ne olduğunu öğrenmek yararlı olacaktır (Kınay, 2013).

#### **2.2.4. Farkındasızlık**

Günlük koşturma telaşı içinde çoğu insan davranışları sorgulamadan otomatik pilota bağlanmış gibi farkında olmadan yapmaktadır. Hatta bazı takıntılı hareketler bilinç yerinde olmadığı için, kişi o eylemi farkındalıkla yapmadığı için tekrarlanma ihtiyacı hissettirir. Bu nedenle farkındalıkla beraber farkındasızlığı da incelemek gerekmektedir. Otomatik pilot, ruminatif düşünme biçimi, yapma hali ve kaçınma eğilimlerine bakmak farkındasızlığın daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır (Kınay, 2013). Ancak yine de çalışmalar, bilinçli farkındalığın sadece farkındasızlığın yokluğu değil bundan daha fazlası olduğunu göstermiştir (Ritchie ve Bryant, 2012).

##### **2.2.4.1. Otomatik pilot**

Otomatik pilot, bireyin şimdiki anda idrakinin farkında olmadan veya şuurlu bir hedefi olmaksızın eyleme geçtiği zihinsel bir durumdur (Kınay, 2013). Yapılan hareket, fiziksel veya zihinsel olabilir, ancak burada önemli nokta, şimdiki ana dair net olmayan farkındalıktır (Crane, 2009; akt. Ögel, 2012). Araç kullanma, merdiven inme, yemek yeme gibi günlük hayatta sürekli yapılan rutinleşmiş, dikkati vermeden de yapılabilecek eylemler otomatik pilota bağlanan eylemlerdir. Bir eylem yapılırken zihin o işin içinde değilse ya geçmişte ya da gelecektedir.

İnsan davranışında otomatik pilot ile yaşama devam edebilme oldukça yaygındır (Kınay, 2013). Bunun avantajları da vardır. Araç kullanırken sürekli gaza, frene odaklanmak kazalara sebep olabilmekte böyle durumlarda otomatik pilot aynı anda birçok işin yapılmasına olanak sağlayarak şoförün yola dikkatini vermesini kolaylaştırmaktadır. Ancak Killingsworth ve Gilbert'ın (2010) otomatik pilotla ilgili yaptıkları araştırma göstermektedir ki bir insan günün %46.9 bölümünü bilişsel



olarak otomatik pilota bağlamakta ve ne kadar daha mutlu bir anı hayal etse bile zihnen mutsuz olmaktadır. Otomatik pilot, psikolojik sorunlara yatkınlığa sebep olabilmektedir (Ögel, 2012). Farkında olmadan yaptığı eylemin sonucunu haliyle hatırlayamayan bireyin takıntılı hareketleri otomatik pilot kavramının yol açtığı psikolojik hastalıklardan bir tanesidir.

Bazı davranış ve hareketlerin otomatikleşmesi gibi, belli bir süre sonra problem çözme yöntemlerimizde otomatik hale gelebilir (Kınay, 2013). Analitik problem çözme becerisini otomatik olarak yapmak yaşamın birçok alanında bireye avantaj sağlasa da bu durum duygusal zorluklar yaşayan kişinin problemini artırabilir (Ögel, 2012). Örneğin, sürekli yaşadığımız bir soruna aynı problem çözme davranışını göstermek, bu problemin tekrar tekrar yaşanması ihtimalini artıracaktır (Kınay, 2013).

#### **2.2.4.2. Yapma hali**

Yapma hali, zihnin tecrübeyi işlemenin özellikle analitik ve zihne dayalı halidir (Ögel, 2012). İnsanlar çoğunlukla tecrübeyi hissetmek yerine tecrübe hakkında düşünmeyi tercih eder ki bu da bilinçli farkındalığın akışına ters bir durumdur (Kınay, 2013). Kişi bir işi yaparken ne yaptığını tanımlamak yerine o işin içsel ve dışsal olarak ne ifade ettiği ile ilgilenir (Ögel, 2012). Yani akışta yaşanan olayı deneyimlemek, hissetmek yerine zihnen başka şeylere odaklanmıştır. Oysaki bilinçli farkındalık bir var oluşturma, eylemin kendisi değildir.

#### **2.2.4.3. Ruminatif düşünme biçimi**

Ruminasyon, kişinin sorunu çözmek için harekete geçmek yerine, içinde bulunduğu durumu, oluşabilecek olası sonuçları aynı şekilde tekrar tekrar düşünmektir (Nolen-Hoeksema, 1987). Ruminatif düşünce yapısı olan bireyler, geçmişini değerlendirirken olumsuz anıları zihinlerine daha sık getirip hayatlarının büyük çoğunluğunun negatif olaylarla geçtiğini düşünme, başarılı sonuçlarını küçümseme, hatalarını tüm hayata genelleme gibi kötümser, çarpıtılmış ve olumsuz yorumları daha fazla kullanırlar (Burhanoğlu, 2016). Yapılan araştırmalar sonucu

depresif belirtiler, kendine zarar verme, anksiyete, yeme bozukluğu, endişe ve travma sonrası stres bozukluğu gibi psikolojik sorunların ruminatif düşünme ilgili olduğu bulunmuştur (Bugay ve Erdur-Baker, 2011).

Birey ruminatif düşünce şekliyle dünyayı ve kendini tanımaya çalışırsa, zihni bu çarpıtılmış düşüncelerin ve yargıların içeriği ile dolar ve böylelikle gerçek hayattan ayrılıp çevrede olan biten her şeyin farkındalığından kopar (Ögel, 2012). Oysaki bilinçli farkındalık, anda yaşamak, yaşananları yargılamadan kabul edip değerlendirmekle ilgilidir (Kınay, 2013). Baer ve arkadaşları (2006), bir çalışmada ruminatif düşünce ile bilinçli farkındalık arasında ters bir bağ olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca ruminatif düşünce kişiyi geçmişe kilitlemekte, şimdi olanı kaçırmamıza sebep olabilmektedir (Brown ve ark. 2007).

#### **2.2.4.4. Kaçınma**

Son farkındasızlık belirtisi kaçınma davranışıdır. Kaçınma, istenmeyen hislere karşı itici tepkiler verme ve sonrasında mutsuzluk, üzüntü ve benzeri duyguları tetikleyen olaylar zincirinin ilk halkasıdır (Ögel, 2012). Kaçınma bazen de görmezden gelme davranışıdır. Oysaki kaçınılan bu durum hayat kadar gerçek bir şekilde yerinde durmaktadır. Olumsuz düşünce ve hislerden kaçınmak yerine, yargılamadan ve kabullenerek dikkati onlara yöneltebilmek bilinçli farkındalıktır ilgilidir (Kınay, 2013). Örneğin, kaygının fark edilmesi kaygı yaratmamaktadır.

Bilinçli farkındalık uygulamasında, kişinin duygularından kaçınması yerine, onlara derin bir saygı beslemesi vardır. Çünkü temel mantık her duygu bir deneyimdir mantığıdır. Gelen duyguya saygı duymak, izin vermek, gelip geçmesini izlemek, deneyimlemek gerekir. Hislerimizden kaçınmak demek, onları olumlu-olumsuz olarak kategorize etmemiz anlamına gelir; ama bilinçli farkındalığın temelinde yargılamak, etiketlemek, sınıflamak yoktur (Kınay, 2013).

### 2.2.5. Bilinçli farkındalığın tarihçesi

İnsanoğlu doğası gereği kendine zarar veren dış faktörden kaçma eğilimindedir. Ancak bazen zararı en çok dıştan değil de içten kendi kendine verebilmektedir. Her gün birçok olumlu olumsuz olay yaşayan insan bu olaylara kendince bir anlam yükleyerek bakışını ve hissedişini ona göre ayarlamaktadır. Yüklediği anlama göre duygularını senkronize edecek ve zihni ve ruhsal dünyası ona göre şekil alacaktır. Aslında olaylar nötrdür. Olayları olumlu ya da olumsuz kategorisine sokan insan zihnidir. Yoksa görünürde yaşanan olaya birey olumsuz bir anlam yüklediği sürece olay kendisine acı ya da keder vermeyecektir.

Bilinçli farkındalık, zihnen ve ruhsal olarak hissedilen bütün acıların azalmasını sağlamak ve olumlu kişisel dönüşümü hazırlamaktadır (Kınay, 2013). Bilinçli farkındalık kökü doğu meditasyonlarından gelen dikkati yönlendirme becerisidir (Kabat-Zinn, 2005). Bilinçli farkındalık, yakın tarihte özellikle batı dünyasında birçok nörobilimcilerin araştırmacının, psikologların ve klinikte çalışanların dikkatini çekmiş olsa da bir öğreti olarak yaklaşık 2500 yıllık tarihi bir birikimine sahiptir.

Ayrıca bilinçli farkındalık kökenini Budist öğretisinden alsa da öncesinde antik Yunan felsefesi, sonra Batı Avrupa düşünce yapısındaki fenomenoloji, egzistansiyalizm, natüralizm ve Amerika'daki deneyüstüculük ve insan merkezilik benzeri felsefi ve psikolojik geleneklerle kavramsal olarak akrabalık gösterir (Brown ve ark., 2007).

Kelime anlamı olarak Buda, uyanmış, kendi doğasını idrak etmiş kişidir (Tuncer, 2017). Buda'nın öğretisi ise temelini kişinin kendi doğasıyla sürekli ilişki halinde olması ve bu ilişkiyi baskılamadan akışına bırakmaktır (Kabat-Zinn, 2005). Kişi bilinçli farkındalık esnasında anda yaşadığı olaylara ve kendi iç dünyasındaki deneyimlere dikkatini vererek bedensel ve ruhsal egzersiz yapar (Kabat-Zinn, 2005). Budizm özünde, bireyin acısının içsel nedenlerini, çekilen acıdan dolayı özgürleşmeyi ve bu özgürlüğü elde etmek için gerekli olan araçları öğretmekle ilgilenir (Shapiro ve ark., 2006). Bütün Buda öğretileri ve Pozitif Psikoloji, acıyı

azaltmak amacını taşımaktadır. Pozitif Psikoloji'nin özellikle üzerinde durduğu önceliklerin, öğretilerin, tutum ve davranışların iyileştirilmesi ve geliştirilmesi aynı zamanda Buda öğretisinde de altı çizilerek vurgulanmaktadır. Budist iç görü meditasyonlarından biri olan bilinçli farkındalık batı kültüründe günden güne artan bir ilgi ile tartışılmaya ve pratik olarak uygulanmaya başlanmıştır (Kınay, 2013). Bilinçli farkındalık, türetildiği Sati kelimesinin kendince çizdiği anlam çerçevesini aşarak daha büyük bir anlam ve pratiklik yelpazesi içerir. Bilinçli farkındalık bireyin günlük hayatının her alanıyla derinden ilişkilidir ve bu durum Budist ya da başka bir öğretime bağlı olmayı değil sadece uyanık ve bireyin kendisiyle ve dünyayla ahenk içinde olmasını gerektirir (Özyeşil, 2011). Böylelikle bilinçli farkındalık yeni bir inanış temeli veya ideoloji olmadığı için hiçbir dini görüş veya bilimsel inançla çatışmaz (Tuncer, 2017). Bilinçli farkındalık, bireyin kendi varlığıyla, iç dünyasıyla anbean temas halinde olmasıdır (Kabat-Zinn, 2005). Bilinçli farkındalık düşünce temelli bir ilişkiyi ifade etmenin yanında bu ilişki sonucunda ortaya çıkan bilişsel bir durum da demektir (Kınay, 2013). Özetle kişinin kendisini iç dünyasını gözlemleyerek dikkatini davranışlarına yönlendiren sistematik bir uygulama sürecidir (Tuncer, 2017).

Bilinçli farkındalık bir terapi yöntemi olarak ilk defa Dr. John Kabat-Zinn tarafından 1979 yılında uygulanmıştır (Kınay, 2013). Bilinçli farkındalık günümüzde sağlık, meditasyon, sağlık, eğitim, endüstri gibi birçok alanlara hitap eden, çeşitli pratikler yapılan bir kavram olmuştur (Atalay 2019). Bilinçli Farkındalık Batı psikoterapisinde yaklaşık otuz yıldır kullanılmakta ancak son on yılda ise uygulama alanı olarak olağanüstü bir yayılım kazanmasına rağmen ülkemizde araştırmacılar ve uzmanlar tarafından henüz çok bilinmemektedir (Kınay, 2013).

Uzmanlar, klinik psikoloji ve akıl hastalıklarının tedavisine İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra daha çok odaklanmış, ancak son zamanlarda bilimsel çalışmalar yapılarak pozitif akıl sağlığını araştırmaya ve onu geliştirmeye yönelmiştir (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Öte yandan Buda öğretisi ise günümüzden 2.500 yıl öncesi akıl hastalıklarının tanınması ve tedavisinin yanında pozitif akıl sağlığı ve iyi oluş ile ilgilenmiştir (Shapiro ve ark., 2006). 1970'li yıllarda dünyada yaşanan kültürel değişimle birlikte, Asyalı Budist hocalar, yoga, meditasyon ve diğer spiritüel

uygulamalarla Batı'ya gitmiş, Batılı uzmanlar ise Budist hocalarla pratik yapmak için Asya'ya gelmişlerdir (Kınay, 2013). Sonrasında bilinçli farkındalık meditasyonlarının ün kazanması psikoterapistlerin, sağlık çalışanlarının, araştırmacıların ve nörobilimcilerin dikkatini çekerek doğu öğretileri ile batının bilimi etkileşime geçmiştir.

Bilinçli farkındalığın yöresel ve din temelli bir yapıdan daha evrensel bir alana taşınması bazı eylemler dizisi sonucunda gerçekleşmiştir (Aktepe ve Tolan, 2020). Bu konuda anılan ilk isimlerden biri olan Nyanaponika Thera, daha çok zihinsel dinginlik, denge, denetim gibi kavramları ele aldığı ve meditatif uygulamaları içeren kitaplar yazmış bir Budist keşiştir (Thera, 2008). Bilimsel olarak bilinçli farkındalığın gelişmesinde ve daha çok yayılmasında Tibetli Budistlerin lideri olan Dalai La-ma'nın Zihin ve Yaşam Enstitüsü'nün Massachuset'de kurulmasında öncülük etmesi vardır (Moniz ve Slutzky 2015). Bilinçli farkındalık 1979 yılında Dr. Jon Kabbat-Zinn tarafından Farkındalık Temelli Stres Azaltma Kliniği'nin uygulamaya konulmasıyla dünyaya açılmış, dinsel sınırları aşarak özellikle batıda popüler bir meditatif uygulama haline gelmiştir (Schmidt, 2011). Dr. Jon Kabbat-Zinn tarafından klinikte yapılan bilinçli farkındalık uygulamaları “Bilinçli Farkındalık Temelli Stres Azaltma Programı” adında alan yazına girmiş, bazı uzmanlar tarafından uygulanmaya başlanmış ve devamında bunu Bilişsel Davranışçı Terapi, ACT-Kabul ve Kararlılık Terapisi ve Diyalektik Davranışçı Terapisi takip etmiştir (Kınay, 2013). Bilinçli farkındalık:

- Güneydoğu Asya ülkelerindeki Theravada geleneği,
- Çin, Japonya ve Kore'nin Zen okulları,
- Tibet'in kendi içindeki Vajrayana geleneği,
- Moğolistan, Nepal ve Hindistan'ın kendi içlerindeki Vajrayana geleneği gibi bütün Budist öğretilerinin temelini oluşturan dikkat üzerine kurulmuş bir tutumdur (Kabat-Zinn, 2005).

Günümüzde yapılan çalışmalar sonucunda ulaşılan bulgularda bilinçli farkındalık uygulamalarının kronik ağrı, kaygı, depresyon, çeşitli bağımlılıklar ve kişilik bozuklukları gibi birçok ruhsal ve fiziksel durumlarda yararlı olduğu ortaya

çıkılmıştır. Fakat Batı bilimi ile Budist öğretiler arasındaki son otuz yılda yaşanan kültürel etkileşimi temsili eden akım henüz erken çocukluk dönemindedir (Kınay, 2013).

### **2.2.6. Bilinçli farkındalığın işleyişi**

Kabat-Zinn'in (2005) "kasıtlı olarak, yargılamadan ve şimdiki zamanda dikkatini vermek" şeklinde tanımını yaptığı bilinçli farkındalığın üç ana bileşeni üzerinden geliştirilen bir model ile Shapiro ve arkadaşları (2006), bilinçli farkındalığın işleyişini açıklamıştır. Bu üç ana bileşen niyet, tutum ve dikkat, birbirini etkilemek haricinde temel inşa malzemeleridir (Kınay, 2013). Niyet, tutum ve dikkat birbirinden bağımsız işleyen süreçler değil eşzamanlı olarak meydana gelen olgulardır (Shapiro ve ark., 2006). Bu kavramlar üzerinde çeşitli pratik yapan bireyler zamanla bilinçli farkındalık düzeylerini yükselteceklerdir.

- Birinci bileşen niyet: Niyet, kişinin niçin sorusuna yanıt arayarak dikkatini yönlendirmesini sağlar (Kınay, 2013). Yapılacak olan fiilde konunun merkezini belirler ve o konuda derinleşmeye varmak için araç olur. Çünkü niyet, mümkün için ortam hazırlar, niçin bu fiili yaptığınızı size sürekli hatırlatır (Kabat-Zinn'in, 2005). Ayrıca dinamik ve değişime açık bir olgunun temsili olan niyet, dikkatin de en temel unsurudur (Aktepe ve Tolan, 2020).

- İkinci bileşen dikkat: Dikkat, kişinin bilincinin sürekli şu anda ve burada olmasıdır. Bilinçli farkındalık bünyesinde dikkat etmek, kişinin kendi iç dünyasında ve çevresinde olanları o anda gözlemlemesidir (Shapiro ve ark., 2006). Böylelikle birey bilincinin şu an ve burada olmasını öğrenir (Kınay, 2013). Zihin çevresinde birçok uyarana maruz kalmakta, bu uyarıların hepsine dikkatini vermesi mümkün olmadığı için bazılarını dikkatini vermekte bazılarını ise es geçmektedir. Burada dikkatin yönlencesinde etkin faktör uyarının güçlü olmasıdır (Aktepe ve Tolan, 2020).

- Üçüncü bileşen tutum: Bilinçli farkındalığın üçüncü ana bileşeni olan tutum, kişinin dikkatini nasıl yönelttiğiyle ilgilidir (Kınay, 2013). Birey gün içerisinde

olumlu ve olumsuz pek çok olayla karşılaşabilir ve mühim olan bu olaylara nasıl yaklaştığımızdır (Atalay 2019). Tutum, kişinin sarf ettiği dikkatinin niteliği, bilinçli farkındalığın hangi tutumlarla temellendiğini gösterir. Bilinçli farkındalıkta tutum, en özet haliyle, şimdiki zamanda yaşadığımız her deneyimimizi, onları yargılamadan kabul etmektir (Kınay, 2013). Birey, objektif bir bakış açısı edinip aynı anda iç dünyasındaki ve çevresindeki deneyimleri iradesiyle ve şefkatli, sevecen bakış açısı kullanarak gözlemleyebilirse o zaman bilinçli farkındalıkta tutumun sürecinin nasıl olduğunu zihninde canlandırabilir (Ögel, 2012).

Bilinçli farkındalık anlarının konusu ya da yaşanma yeri ve zamanı ne olursa olsun belli ortak özellikleri vardır. Her bilinçli farkındalık aşağıdaki yönleri içerisinde barındırmaktadır. Germer ve arkadaşlarına (2005) göre bu yönler:

- Kavramsal değildir (nonconceptual): Bilinçli farkındalık, bireyin düşünce süreçlerinde yorumlama yapmadan farkında olmasıdır.
- Şimdi odaklıdır (present-centered): Bilinçli farkındalık, daima şimdiki andadır. Tecrübeler hakkındaki düşünceler şu anın bir adım sonrasındır.
- Yargılayıcı değildir (nonjudgmental): Bilinçli farkındalık deneyimleri yargılamamaktır. Eğer yaşananların bulunduğu durumdan farklı bir şekilde olması arzulanıyorsa bilinçli farkındalık tam yaşanmamıştır.
- Maksudlıdır (intentional): Bilinçli farkındalık, dikkati her zaman bir yere yönlendirme temellidir. Bu dikkatin süreklilik kazanması zaman içinde tekrar tekrar şimdiki ana çevrilmesiyle olur.
- Katılımcı gözlemine gerektirir (participant observation): Bilinçli farkındalık olaya şahit olmaktır. Bedenen orada bulunup zihnen başka yerde bulunmak gibi bilinci o ana vermemek değil bedenle birlikte zihin de orada olmasıdır.
- Sözel değildir (nonverbal): Bilinçli farkındalık sözcüklerle daraltılamayacak kadar özgürdür. Çünkü bilinçli farkındalık zihinde kelimeler ortaya çıkmadan öce oluşur.

• Keşfe dayalıdır (exploratory): Bilinçli farkındalık hep daha fazlasını araştırır ve her zaman deneyimin görünenden daha derin anlamları olduğunu düşünür.

Özgürleştiricidir (liberating): Bilinçli farkındalık kişiyi içinde bulunduğu, şartlandığı acı ve hüzünden kurtartır.

### **2.2.7. Farkındalık becerileri**

Farkındalık ile zihin bazı beceriler kazanmaktadır. Bu beceriler gün içerisinde birçok uyarana maruz kalan zihni gereksiz olanlarla uğraşmaktan alıkoymak için gereklidir.

#### **2.2.7.1. Yargısızlık**

Bireyin anda deneyimlediklerini bir yargı kalıbına sokarak değerlendirmesi bilinçsizce yaptığı bir durum olup farkındalık elde etmesi için deneyimlerini yargılamadan gözlemlemesi gerekmektedir (Tuncer, 2017). Yani yaşananları kategorize etmeden, sonuç olarak düşünmeden, sadece deneyimi hissederek bakmak farkındalıkta yargısız olmaktır. Bu beceri için bireyin kendisine dair beslediği en temel duygunun merhamet olması gerekir (Demir, 2014).

#### **2.2.7.2. Şu ana odaklanmak**

Zihin, gün içerisinde yaşadığı olumsuzlukları olumlu olanlara göre daha çok hatırlamak eğilimindedir (Tuncer, 2017). Oysaki geçmiş zamana ait deneyimlere takılı kalmak da gelecekle ilgili olan henüz gerçekleşmemiş olaylar hakkında kaygıya kapılmak sadece şimdiki zamanın boşuna harcanmasına sebep olmaktadır. Elimizde olan ve tek etki edebildiğimiz zaman şimdiki zamandır. Şimdiki zamanı yaşayarak geçirmek bize hayatımızın kontrolünün elimizde olduğu hissi verecek ve ulaşamayacağımız zamanlarla ilgili endişelere kapılmaktan koruyacaktır.



### **2.2.7.3. Mesafe koyma**

Birey deneyimlediği olayları ne kadar kendi ile özdeşleştirir, kişiliğinin bir parçası sayarsa o kadar kaygı, stres, depresyon gibi rahatsızlıklara açık hale gelir. Bireylerin düşüncelerinin gerçek olduğunu düşünerek ve onlarla kişiliğini özdeşleştirip mesafe koyamaması bu rahatsızlıkların temelini oluşturmaktadır (Tuncer, 2017). Hissettiği şeylerin bir düşünce, duygu olduğunu, kendisine ait ve süreklilik arz edecek bir yaşam tarzı olmadığını bilmesi gerekmektedir. Bu şekilde düşünmek, hissedilen duygular ve onları deneyimleyen birey arasında bir mesafe oluşturmaktadır (Demir, 2014).

### **2.2.7.4. Serbest bırakma**

Gün içerisinde insan zihni birçok etiketleme, kaydetme, tepkide bulunma faaliyetinde bulunur. Tepkide bulunma çoğu zaman olumsuz sonuçlar doğurarak bireyde istenmeyen izler bırakabilir. Oysaki farkındalıkla birlikte yaşananlar tepki verilmeden serbest bırakılmaktadır (Tuncer, 2017). Başka bir deyişle kişiye negatiflik hissi veren bu içsel tecrübeler tepkide bulunmak yerine onları serbest bırakmak farkındalıktır (Demir, 2014).

### **2.2.7.5. Kabullenme**

Kabullenme, hoş olmayan olayları, durumları, duyguları kabul edilebilir olarak görmek ve onlara tahammül ederek uzlaşmak demektir (Tuncer, 2017). Yani kaygı, korku, stres ve endişe içeren olayları kabullenmek farkındalık demektir (Demir, 2014). Çünkü bu durumlar hem sürekli değil hem de kişilikle ilgili bir durum değil yaşanan olaylara verilen tepkidir. Bu hislerin varlığı kabul edilmeli, hissedilen duygular rahatça ifade edilmeli ve hayat akışına tekrar kavuşabilmelidir. Ayrıca bu duyguları reddetmek veya görmezden gelmek uzun sürede farklı psikolojik sorunlara sebep olmaktadır (Demir, 2014).

### 2.2.8. Bilinçli farkındalık uygulamaları

Giderek daha hızla hızlanan hayatı yakalamak ve daha verimli kullanmak için modern çağda kullanılan psikoterapi yöntemlerinden biri olan bilinçli farkındalık birçok alanda ve birçok konuda tedavi amaçlı kullanılmaktadır. Bilinçli farkındalığın pratikte yapılan uygulamalarının en kuvvetli yanı bilimsel olarak sonuç alınarak desteklenmiş olmasıdır. Günlük hayatta stres ve zorluklarla baş edebilmenin yanı sıra anksiyete, öfke ya da bunun gibi birçok zorlayıcı duygu ve yaşanan olaylarla baş edebilmek, duyguları düzenleyebilmek, hayatın zorluklarını kabul edip dinginlik ve huzur halini sağlayabilmek için tercih edilmektedir (Çebi, 2020). Bilinçli farkındalık uygulamalarında kullanılan meditasyonlarla kişinin boş bir zihin taşıması, duygusuz olması, mutlak mutluluğa erişmek, hayattan çekilmek, acıdan kurtulabilmek gibi hedefler yoktur (Güldal, 2019). Tam tersine, kişiyi zihnen anda olma, yaşanan duyguların, edinilen tecrübelerin farkında olma ve bunları kabullenme gibi hedefleri vardır. Bilinçli farkındalık uygulama alanları bireysel ya da grup terapileri, çeşitli atölye çalışmaları, kamplar, inzivalar, eğitimler, bütün koçluk sistemleri şeklinde sıralanabilir (Çebi, 2020).

Siegel'e (2007) göre bilinçli farkındalık egzersizleri biçimsel meditasyon uygulamaları, belli bir biçimi olmayan bilinçli farkındalık uygulamaları ve inzivaya çekilme olarak üçe ayrılmaktadır.

- Biçimsel Meditasyon Uygulamaları: Süresi belirlenmiş olan bu meditasyon, sessiz bir ortamda, dikkatin belirli bir varlığa yönlendirilerek konsantrasyon yakalanması ile yapılmaktadır.

- Belli Bir Biçimi Olmayan Bilinçli Farkındalık Uygulamaları: Bu uygulama ise yürürken, bakarken etraftakileri fark etmek gibi her gün karşılaştığımız sıradanlıklara dikkati vererek, anda kalarak yapılmaktadır.

- İnzivaya Çekilmek: İnziva, günlük hayatta yapılan kişisel etkinlikler sakin ve sessiz bir ortamda çok az insanla etkileşime girerek yapılmaktadır.

Bilinçli farkındalık egzersizleri fiziksel veya zihinsel çeşitli şikayetleri olan kişilere uygulanmaktadır (Çebi, 2020). Bilinçli farkındalık uygulamaları ile kullanılan psikolojik argümanlar arasında rahatlama, yargılamama, maruz bırakma, duyarsızlaştırma, zihinsel değişim, hipnozdan çıkma, otomatik pilottan ayrılma, katersis, şimdiyi ve anı kabul, iç-görü, kendini her haliyle kabul ve kendini anlama yer almaktadır. Bilinçli farkındalık uygulamalarında anda ve burada olunur, bütün kötü düşünce ve hisler dengeli bir şekilde karşılanır, nelerden kaçınılıyorsa bunların farkına varılır, yaşanan dünya ile dikkatli bir şekilde daha çok temasa geçilir, yargılamalar azaltır, kişi kendinin farkına varır, kendini kabul eder, olumsuz yaşam tecrübeleri karşısında daha az rahatsızlık duyulur, denge daha çok, duygusal dengesizlik daha az yaşanır (Çebi, 2020).

Bilinçli farkındalık egzersizleriyle kazanılan tutum ve davranışların içselleştirilmesi, gruptaki diğer üyelerinin sürece katılımı ve uygulamalardaki bireysel deneyimleriyle yakından ilişkilidir (Güldal, 2019). Grup desteği bu tutumların kazanılmasında çok etkili olmakla birlikte, kazanılan tutumların gündelik hayatta sürekli kullanılması da bilinçli farkındalık alışkanlıklarının devamı için önemlidir (Mason ve Hargreaves, 2001). Çeşitli şekillerde yapılan bilinçli farkındalık egzersizlerinin tamamı düzenli periyodik olarak tekrar etmeyi gerektirmektedir (Güldal, 2019). Katılanların uygulamaya başlarken taşıdıkları gerçekçi olmayan fikirler, fazla iyimser veya çok katı olan beklentiler bilinçli farkındalık tutumlarını kazanmada engelleyici ve negatif duyguları artıran bir faktör olarak tespit edilmiştir (Mason ve Hargreaves, 2001).

Bilinçli farkındalık pratikleri, iki şekilde uygulanabilmektedir, geleneksel yani formal ve gündelik yani informal (Güldal, 2019). Geleneksel olan uygulamalar, günlük rutin olarak belli bir zaman ayrılan, bağdaş kurarak, ayakta veya uzanarak bedene, duygulara, seslere ve nefeslere odaklanmayı içermektedir (Güldal, 2019). Gündelik uygulamalar ise rutin olarak yapılan yeme, içme, ev işleri, sosyal ilişkiler gibi alışkanlıkları farkındalıklı bir şekilde yapmayı içermektedir (Stahl ve Goldstein, 2010).

Son olarak Budizm'in meditasyon uygulamalarını ele alacak olursak bu uygulamalarında farklı aşamaları vardır ve Budizm meditasyonu iki ana kökten beslenir: Vipassana yani iç görü ve Samatha yani konsantrasyon ve sükûnet (Ögel, 2012).

- Vipassana: Budist meditasyon uygulamalarının en eskisidir ve deneyimin tam yaşandığı anda farkında olmayı ve bu deneyim ilerledikçe, bilinçli farkındalığın zihinsel bileşeni olan açık bir idrak önemli olmaya başlar ve direk bir iç görü ve ruhsal bilgeliğe dönüşür (Kınay, 2013).

- Samatha: Bu uygulama ise zihnin dinlendirilip sadece tek bir noktaya odaklanarak çevrede gezinmesine imkân verilmediği bir durumdur (Kınay, 2013). Uygulamada meditasyon yapan birey zihnini diğer tüm düşüncelerden ve algılardan dışlar, sadece bir dua ya da belirli bir nesne gibi bir tek şey üzerine odaklar (Ögel, 2012).

### **2.2.9. Bilinçli farkındalığın işlevi**

Bilinçli farkındalık işlev olarak bireyi uyandırıp zihnini ve bedeni beraber işleyerek hayatta yaşadığı her anı değerlendirmektir. Kişi bu durumla birlikte psikolojik olarak esnek olmayı, duygu durumunu kontrol etmeyi ve hayatı yargılamadan kabul etmeyi öğrendiği için iyilik hali tüm yaşamını kapsayarak ruhsal ve fiziksel olarak sağlıklı bir şekilde yaşamını sürdürmektedir. Ayrıca bilinçli farkındalıkla kişi geçmişin yüklerinden, pişmanlıklarından sıyrılıp, geleceğin endişelerinden de kurtulup anın tadını çıkarmayı öğrenerek yaşamını en kaliteli şekilde kullanmaktadır. Bilinçli farkındalık uygulamaları ile kişi acı veren bir tecrübe yaşadığında öz şefkat, insanlığın ortak deneyimi ve bilinçli farkındalık diye sıralanan herkes için geçerli olan en temel anlayışın üç faktörü ortaya çıkmaktadır (Neff, 2003). Bu üç duygu temelde bütün insanlarda vardır ve bilinçli farkındalık uygulamaları ile ortaya çıkarılmaktadır. Çünkü dikkat kasıtlı bir şekilde yargısız bir zihinle yaşanan deneyime verilmekte birey deneyimi sadece izlemektedir.

Bilinçli farkındalığın uygulamalarla birlikte artması kendine ve başkalarına sevgi, merhamet ve affedicilik duygularını büyüterek kişinin kendini tanıma seviyesinde bir artış meydana getirir ve böylece birey negatif duygu durumlarından etkilenme ihtimali daha az olur (Özyeşil, 2011). Çünkü bilinçli farkındalıkla birlikte iyi ya da kötü diye adlandırılan bir durum yoktur. Sadece anda kazanılan deneyim ve sonuç vardır. Bilinçli farkındalık uygulamaları kişilere geçmişin pişmanlıklarıyla ve geleceğin kaygısı ile taşınan ve çeşitli beklentilerle çalışan zihinlerini uyanık tutmaları için yardım eder (Ülev, 2014).

Brown ve arkadaşlarına (2007) göre, bireyler yaşanan olaylara genellikle şu şekilde tepki verir:

- Öncelikle kişi yaşanan olayları kendi beklenti veya zihinlerindeki hedeflerine göre iyi ya da kötü veya nadiren yansız bir şekilde değerlendirirler.
- Bu değerlendirme sıklıkla zihindeki geçmiş bağlantıları uyaran önceki tecrübelerle şekillenir ve varılan sonuçla birlikte olay önceden depolanmış olan bilişsel şemalara yerleştirilir.
- Devamında böyle bir bilişsel yerleştirme bireyi geçmiş tecrübelere karşı daha hassas hale getirir.
- Sonuç olarak böyle bir eğilim olumsuz bir deneyimle karşılaşıldığında daha fazla kaygı ve stres algısına sebep olup bu olumsuz duygularla başa çıkmada daha kontrolsüz ve negatif tepki gösterilmesine yol açar.

Bilinçli farkındalık uygulamalarıyla ise bireyler, yaşananlar üzerinde tanımlamalar yapmadan, kontrolsüz ve otomatik tepki vermeden olayları sadece zihinde gözlemler (Ülev, 2014). Daha önceki deneyimlerden çıkarılan sonuçlar ya da varılan yargılar bir kenara bırakılır. Gözlemleyen zihin devreye girer. Bu gözlem çevredeki bazı nesnelere izlenmesi değildir ve gözlemleyen kişiden de bağımsızdır (Hanh, 1987). Bilinçli farkındalığın işlevi şartlanmaların dışına çıkıp yaşananları hemen fark etmektir (Germer ve ark., 2005). Kişinin tarafsız bir şekilde kendini izleme durumu, durumu algılama ve tepki verme arasındaki boşluk olarak söylenebilir (Ülev, 2014). Böylece bilinçli farkındalık kişinin kendine dönen düşünceleri olmasından ziyade daha yansıtıcı olmasını mümkün kılar (Bishop ve

ark., 2004). Bilinçli farkındalık uygulamaları da kişilere zihinlerini bu şekilde çalıştırabileceklerinin göstermek için yapılır.

### **2.2.10. Bilinçli farkındalıktaki temel tutumlar**

Bilinçli farkındalık, algılanan tecrübelerin hangi tutumlarla karşılanacağını öğretir (Atalay, 2019). Bunlar tutumlar kısaca şöyledir:

#### **2.2.10.1. Yargılayıcı olmama**

Zihnimiz günlük olayları depolarken şemalarla depolar. Bu şemalar bir nevi etiketlemedir. Benzer olaylarda vereceğimiz tepkileri yapılan bu gruplamalar belirler. Sıcak çaydan eli yanan çocuğun çaya benzeyen içecekleri de sıcak olarak nitelenmesi gibi. Aynı genellemeyi yetişkinlerde çoğunlukla iyi ya da kötü, güzel ya da çirkin, olumlu ya da olumsuz kategorisine yerleştirerek yapar. Bazen de deneyimi yargısız bir şekilde nötr duygularla depolar. Kişi bilinçli farkındalık uygulamaları ile deneyimlerini zihninde yargıladığını fark ettiği anda buna hemen son vermek zorunda değildir (Kınay, 2013). İhtiyaç duyulan tek şey o anda zihinde neler olduğunun farkına varmak ve oluşan yargıları da yargılamamaktır (Özyeşil, 2011).

#### **2.2.10.2. Sabır**

Hemen hemen bütün kadim bilgeliklerde üstün bir meziyet sayılan sabır her şeyin bir zamanı olduğunu kabul edip bekleyebilmektir (Güldal, 2019). Zamani gelmemiş her şey için şartları zorlamak neticeyi olumsuz sonuçlandıracaktır. Bilinçli farkındalıkta sabırlı olmak, her duyguya ve her deneyime açık olmak ve yaşananları sorgulamadan kabul etmektir (Kınay, 2013). İnsan negatif veya pozitif her duyguyu tecrübe etmektedir ve sabırsızlık gösterilerek bu duygular değiştirilemez (Güldal, 2019). Aceleci olmak kişiyi bir duygudan diğerine savurmaktadır ki bu da kişinin kendine karşı şefkatini baltalamaktadır. Sabır kişinin kendisine karşı kibar ve şefkatli olması, kendilik değerine güvenmesidir (Stahl ve Goldstain, 2010). Özetle bilinçli farkındalık alıştırmalarında, kişiye bedenine ve zihnine karşı sabırlı olması hatırlatılmaktadır (Güldal, 2019).

### **2.2.10.3. Acemi zihni**

Acemi zihin tutumu kişinin, çevresindeki her şeyi sanki ilk defa görüyormuş, tecrübe ettiği her şeyi ilk defa duyumsuyormuş gibi heyecanla ve merakla çevresine yaklaşmasını kapsar (Özyeşil, 2011). Genellikle değerler, tecrübeler ve inançlar, kişinin gerçekleri görüldüğü gibi algılamasına engel olur (Kınay, 2013). Bilinçli farkındalık uygulamalarıyla kişi hayata acemice bakmaktadır. Her deneyimi ilk defa tecrübe eden bir çocuk gibi başlangıç ruhuyla izlemeyi öğrenir. Yaşanan hiçbir zamanın bir başkasıyla aynı olmadığını görerek, geçmişteki yaşantıların şimdiden beklenti oluşturmasını önleyerek yeni fırsatlara hazır olmaktadır (Güldal, 2019).

### **2.2.10.4. Güven**

Meditasyon uygulamalarında bireyin kendine ve hislerine güvenmesi çalışmada kendi olmasını sağlamaktadır. Bilinçli farkındalık alıştırıcılarıyla birey, kendi varoluşuna güvenmeyi, varlığının sorumluluğunu taşımayı öğrenir (Özyeşil, 2011). Kendi varlığına ve sonuç itibarıyla seçimlerine güvenen kişi diğer bireylere de güvenir ve onlarda bulunan iyi yönleri daha kolay görür (Güldal, 2019). Kişinin kendine güven duyması olumlu ya da olumsuz sonucu kendi yaşamışlıklarından ve kendi gözünden tecrübe etmesine izin verir (Alpay, 2021).

### **2.2.10.5. Çabasızlık (Non-striving)**

Çabasızlık, bireyin içinde yaşadığı ortamı veya sahip olduğu şartları değiştirmek için çaba sarf etmemesidir (Alpay, 2021). Bireyin kendi olmasından başka bir amacı olmamalıdır (Frey ve Totton, 2016). Bilinçli farkındalık alıştırıcılarını bir şeye ulaşmak için yapıyorsa örneğin “daha iyi hissetmek”, “arınmak”, “aydınlanmış bir kişi olmak” gibi bu da bir şeyi değiştirmek için yapmak olur ki bu durum bilinçli farkındalığın temel doğasına terstir (Kınay, 2013). Bir sonuca odaklanmak andaki tecrübelerin insana katacaklarını perdeleyebilir. Bilinçli farkındalık uygulamalarıyla amaca ulaşmanın en kolay yolu, bir sonuç için hırslanmak değil de her tecrübeyi olduğu gibi görmektir (Güldal, 2019).

### **2.2.10.6. Kabul**

Kabul, bireyin korku, kaygı, huzursuzluk, depresyon, ağrı veya iletişim kurma güçlüğü çekmek gibi duygu durumlarını kabul etmeyi reddettiği için ortaya çıkan sorunlarla baş etmesini sağlayan önemli bir faktördür (Siegel, 2007). Bilinçli farkındalık egzersizleri kişinin her şeyi olduğu gibi kabul etmesini sağlar ve bu bireyi daha iyi oluşa götürür (Kımay, 2013). Bu tutum yaşanan deneyimi değiştirmeye çalışmadan ziyade şimdiki hali ile kabul ve tasdik etmektir (Demir, 2014). Yaşanılan her tecrübe hatta olumsuz duygular bile olduğu haliyle kabul edilmelidir (Güldal, 2019).

### **2.2.10.7. Oluruna bırakmak**

Bilinçli farkındalık uygulamaları ile geçmiş ve geleceğe ait hissedilen yoğun duygular serbest bırakılır, bu duygular sadece gözlemlenir (Güldal, 2019). Birey kendi içini gözlemlediğinde olumlu ve memnun edici duygu ve durumlar keşfederse bu duygu ve durumların devamına ve artırılmasına çalışır (Özyeşil, 2011). Olumlu ve mutluluk verici duygu ve durumlar yüceltilirken; korku ve acı veren, rahatsız hissedilen duygu ve durumlardan kaçınılmaktadır (Güldal, 2019). Bilinçli farkındalıkta oluruna bırakmak zihnin, ısrarla tutmaya çalıştığı duygu ve düşünceleri anlayarak onları özgür bırakması ve onları gözlemlemesidir (Atalay, 2019).

### **2.2.11. Ebeveynlikte bilinçli farkındalık**

Son yıllarda bilinçli farkındalık uygulamaları ile kişiler ruhsal ve fiziksel olarak birçok konuda dinginliğe ulaştıkça bu uygulamaların geniş alanlara yayılması kaçınılmaz olmuştur. Bu konuda toplumsal açıdan en çok katkı sağlayacak alan ise hiç şüphesiz anne babaları kapsayan mindfulness in parenting yani ebeveynlikte bilinçli farkındalık uygulamaları olacaktır. Ebeveynlikte bilinçli farkındalık anne babaların çocuklarını yargılamadan kulak vermesi, çocuklarıyla paylaştıkları zamanın farkındalıkla geçirilmesi ve çocuklara karşı verilebilecek olumsuz tepkilerin azaltılmasıdır (Kabat-Zinn, 2005). Anne babaların düşünceleri, değerleri, duyguları, ailelerin yaşadıkları kültür ve bunların aile bireyleri tarafından ne anlama geldiğinin



farkında olmaları, ebeveynlikte bilinçli farkındalık konusunun kapsamına girer (Aday ve ark., 2021). Ebeveynlikte bilinçli farkındalık, her çocuğun benzersiz olduğunu, çocukların duyguları ve ihtiyaçları ile ilgili daha fazla farkındalık taşımak gerektiğini; çocuğu tüm dikkatle dinlemeyi ve etkili iletişim becerisine sahip olmayı; olumlu ya da olumsuz yaşanan her şeyi anda olduğu gibi kabul edebilmeyi; ebeveynlerin kendi tepkilerini anlaması ve tüm şeffaflık ve nezaketle daha makul çözümler sunmayı içeren ve her geçen gün geliştirilebilecek bir süreçtir (Bögels ve Restifo, 2013). Özetle ebeveynlikte bilinçli farkındalık, anne babaların olumsuz ve ani tepkilerinin farkına vararak azaltmaya yardımcı olan ve anne babaların sabrını, yapıcılığını ve makul hareket etmesini daha çok sağlayan faktördür. (Duncan ve ark., 2009).

Altan-Aytun'a (2019) göre ebeveynlikte bilinçli farkındalık genel olarak daha pozitif duygular, daha az anksiyete ve depresyon, çocukla daha kaliteli ilişki, çocukla daha az çatışma stresi, yüksek düzeyde duygu kontrolü sağlamak için artırılmış zihin aktiviteleri kavramlarıyla ilişkilidir.

Duncan ve arkadaşlarına (2009) göre ebeveynlikte bilinçli ebeveynliğin beş boyutu vardır. Bunlar;

- Çocuğunu tüm dikkatiyle dinlemek: Bu boyut anne babaların bütün dikkatlerini çocuklarına vererek dinleme becerisidir. Çocuğu dinlerken sadece söylenen kelimeleri duymak yetmez yapılan konuşmanın içeriğine de dikkat edilmelidir. Bunların dışında çocuğun ses tonu, mimikleri ve beden dili de dikkatle takip edilmeli ihtiyacı ve ne demek istediği daha iyi anlaşılmalıdır.

- Kendini ve çocuğunu yargısız kabul etmek: Anne babalar kendilerine dair yargısız kabul yeteneklerini edindiye çocuğuyla olan etkileşiminde de yargısız kabul edebilme tutumunu gösterebilmektedir. Ebeveynler davranışlarıyla ve söyledikleriyle çocuğunun yeterliliği konusundaki düşünceleri ön plana çıkarmak yerine içinde buldukları duruma ve olaylara anlayışla ve yargısızca yaklaşabilmelidir.

- Kendi ve çocuğu için duygusal farkında olmak: Bu boyutta anne babalar yaşadıkları hislerin farkına varmayı, onları kontrol etmeyi öğrenirler. Aynı şekilde bu yeteneği kazanan anne babaların çocuklarının da hislerinin farkında olarak iletişim kurmaları beklenmektedir.

- Anne baba olarak kendini kontrol etme yeteneği: Bilinçli ebeveynlik, çocukla olan ilişkilerde bireyin kendini kontrol becerisine sahip olmasını gerektirir. Bu da çocukla ilgili ilişkilerde negatif duygular, öfke veya stres hissetmemek değil bunlar hissedildiğinde bu duyguları davranışa geçirmeden kendini durdurabilmesini gerektirmektedir.

- Kendisi ve diğerlerine şefkat gösterme: Ebeveynler özellikle yaşanan zor zamanlarda çocuğun psikolojik ve biyolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmeliler. Aynı zamanda anne baba olarak gösterilen çaba konusunda kendilerini eleştirmek yerine daha çok takdir etmeliler. Çünkü anne babaların kendi ebeveynlikleri ile ilgili negatif düşünceler ebeveynlik tarzını etkilemektedir.

#### **2.2.11.1. Ebeveynlikte bilinçli farkındalığın izleri**

Bilinçli ebeveynlik tutumu çocukla olan bütün iletişimlerde çocuğu dikkatle ve etkin dinlemek, onu yargısız kabul etmek, durumları şimdiye odaklanarak değerlendirmek, yıkıcı duygusal ve anlık negatif tepkileri en aza indirerek duruma uygun davranışı sergilemek ve bütün bunlar olurken hem kendine hem de çocuğa sevgi ve şefkat ile yaklaşmak ile ilgilidir (Duncan ve ark., 2009).

Smith ve Dishion'a (2013) göre ebeveynlikte bilinçli farkındalık;

- Çocukların özellikle olumlu davranışlarına dikkat kesilme ve onları destekleme
- Çocukları tehlikelerden korumak için güvenli sınırlar belirleme
- Olumlu aile ilişkileri kurma olarak ifade edilen üç ana ebeveynlik sürecini taşır.

İlk süreç samimiyet, iltifat, olumlu pekiştirme ve takip gibi ebeveynlik davranışlarını içerdiği için çocuklara başarılı olma fırsatları sunar (Aday ve ark., 2021). Böylelikle çatışma ve negatif etkileşimi en aza indiren, çocuk için ödüllendirici nitelikte olan, öğrenme fırsatları sunulur. Bu konuda dikkatli olan anne babalar istedikleri davranışları pekiştirebilmenin pozitif etkisinin farkında olup çocuklarına sevgi ve şefkat gösterir, çocuklar aile içi kurallara kasten uymadıklarında olumsuz otomatik tepkilerden (kızgınlık, şiddet, bağırma vb.) kaçınırlar (Aday ve ark., 2021). Çocuğun davranışlarını takip ederek çocuğu korumayı içeren ikinci süreç ile gençler, suç faaliyetlerine ve diğer illegal davranışlara daha az karışırlar. Üçüncü süreçte ise aileyi üzen bir olay olduğunda, anne babalar farklı şekillerde tepki vererek daha fazla çatışmaya sebep olabilirler (Aday ve ark., 2021). Oysaki anne babalar olumlu bir tutum sergileyerek etkileşim kurarlarsa çatışmalar ortadan kalkmaktadır.

Ebeveynlikte bilinçli farkındalık yaşayan anne babalar tüm dikkatini şimdiye verir, bulunduğu anda çocukla ilişkisinde yargılamadan daha olumlu tepki gösterir ve ebeveyn ile çocuk arasındaki bağ kuvvetlenir, anne baba ve çocuk arasındaki güven güçlenir, daha çok duygusal paylaşım gerçekleşir (Aday ve ark., 2021). Aynı zamanda ebeveynlikte bilinçli farkındalık, anne baba olmanın stresini azaltırken, ebeveynlik becerilerinin etkili bir şekilde ortaya konmasına ve çocuğun dinginliğinin artmasına katkıda bulunur (Duncan ve ark., 2009). Ayrıca annelerin, ebeveynlik uygulamalarından ve çocuklarıyla olan etkileşimlerinden duydukları memnuniyeti artırır.

Bilinçli ebeveynlik becerilerini benimseyen anne babalar çocuğun büyüyen ve gelişen yaşam alanında aktif bir rol benimser, ebeveynlik yeteneklerinde ve bunları gerçekten hayata geçirme isteklerinde temel bir başkalaşım yaşarlar (Duncan ve ark., 2009). Anne babalar ebeveynlikte bilinçli farkındalık uygulamaları konusunda yetkin ise, anne-baba-çocuk iletişimde daha kalıcı haz ve doyum sağlayan bir ev ortamı oluştururlar (Smith ve Dishion, 2013).

### 2.2.11.2. Ebeveynlere öneriler

Hayatın hızla aktığı günümüzde ebeveynler bilinçli farkındalıklı ebeveyn olmaya çalışarak kıymetli çocuklarını hayata daha kaliteli bir şekilde hazırlayabilmektedir. Bunun için sevgi ve şefkat temelli, yargılamadan onay, anda kabul, duygularının farkında varma gibi temel öğretileri uygulayarak yaşam biçimi haline getirmek gerekmektedir. Yapılan çalışmalar bilinçli farkındalık uygulamaları ile anne babaların yaşadıkları stresi aşarken ebeveyn-çocuk ilişkisini zedelemeyen daha pozitif bir şekilde yönetmelerine yardımcı olduğu bulunmuştur (Fuller ve Fitter, 2020). Genel olarak, anne babalar kişisel kaygılarını yönetmek için günlük hayatlarının bir parçası olarak ebeveynlikte bilinçli farkındalık uygulamaları yapabilir ve sonuç olarak çocukların çevreyle daha iyi etkileşim kurmalarına sebep olur (Aday ve ark., 2021). Çocuklara bakan ebeveynlerin kendi duygularını tanıyarak ve kontrol ederek hareket etmeleri, şimdiki ana odaklanmaları çok önemlidir.

Farkındalık, öncelikle ebeveyn-çocuk ilişkilerini düzenleme hedefi için kullanılabilir. Bögels ve Restifo (2013), farkındalık temelli ebeveynlik müdahalelerinin etkilerini altı alanı hedefleyerek gösterir:

- Ebeveyn stresi: Ebeveynlik stresten olumsuz etkilenir, çünkü stres altındaki ebeveynler çocuklarına karşı daha az sıcak, reddedici ve kontrolcü olurlar. Farkındalık eğitiminin ebeveyn stresini azalttığına inanılır (Webster-Stratton, 1990).

- Ebeveyn ve/veya çocuk psikopatolojisinden kaynaklanan ebeveyn meşguliyeti: Farkındalık, ilişkili olumsuz bilişlerin döngüsünü kırmada etkili olabilir. Çocuğa karşı önyargısız ve yargılayıcı olmayan bir şekilde dikkat edilmelidir (Bögels ve Restifo, 2013).

- Ebeveyn yürütme işlevi: Farkındalık teknikleri, harekete geçmeden önce bireylere tepkilerini yavaşlatmayı ve farkında olmayı öğretir. Dikkatli ebeveynlik programlarında, yanıt vermeden önce bir “nefes alanı” ebeveynlere öğretilir (Bögels ve Restifo, 2013).

•İşlevsel olmayan şemaları ve alışkanlıkları tekrarlamak: Ebeveynlerin bilinçaltı bir şekilde, büyürken maruz kaldıkları işlevsiz ebeveynlik modellerini tekrarladıkları varsayılır (Fonagy ve Target, 2002). Farkındalıklı etkileşimler, işlevsiz davranışların nesiller arası aktarımını önleyebilir ve durdurabilir (Bögels ve Restifo, 2013).

•Kendini besleyen dikkat: Ebeveyn olmak, dikkatin ve kaynakların benlikten kişinin kendisine doğru kaymasını içerir. Farkındalık kendi kendini besleyen dikkati veya öz şefkati teşvik eder ve böylece ebeveynliği geliştirir (Bögels ve Restifo, 2013).

•Evlilikte işlevsellik ve birlikte ebeveynlik: Dikkatli ebeveynlik müdahalelerinin, ebeveynler arası çatışmaları azaltmaya yardımcı olduğu varsayılmaktadır. Eşlerin birbirlerine karşı duygusal tepkilerini azaltarak ve çiftlerin esneklik ve eleştiri ve katılığı azalttığı düşünülmektedir (Bögels ve Restifo, 2013). Anne baba olmak genellikle stresle ve kaygı ile mücadele etme durumu oluştururken, günümüzde COVID-19 salgını, anne babaların stres ve depresyon düzeylerinde olumsuz bir artış gösterdiği açıklanmıştır (Aday ve ark., 2021). Özet olarak anne babalar için bilinçli farkındalık odaklı uygulamalar, anne babaların stres ve kaygı düzeylerini azaltır ve ebeveyn-çocuk etkileşiminde olumlu yönde yardımcı olur.

## **2.2.12. Bilinçli farkındalık ile ilgili çalışmalar**

Son otuz yılda ismi daha çok duyulan meditatif bir kavram olan bilinçli farkındalık dünyada ve ülkemizde çeşitli araştırmalara konu olmuş ve bilinçli farkındalık uygulamalarının fiziksel ve psikolojik etkileri araştırılmıştır. Alan yazında bulunan araştırma sonuçları doğrultusunda bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireylerin kaygı, stres ve depresyon seviyelerinin düşük olduğu görülmüştür (Tuncer, 2017). Aynı zamanda bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireylerin gergin yaşam şartlarına karşı pozitif çözüm yöntemlerini kullanma potansiyellerinin yüksek olduğu belirtilmektedir (Ülev, 2014). Bilinçli farkındalık düzeyi ile psikolojik iyi oluşun ilişkisel olarak incelendiği bir araştırmaya katılan 327 üniversite öğrencisinden bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olanların psikolojik iyi oluş, yaşam

doyum seviyesi, kendilik değeri, yetkinlik, iyimserlik ve kendini gerçekleştirme konularında da iyi olduğu, anksiyete, depresyon ya da duygusal dalgalanma gibi durumların ise düşük düzeyde izlendiği gözlemlenmiştir (Brown ve ark. 2007).

Ayrıca alan yazında yapılan bazı araştırmalarda ebeveynlere yönelik yapılan bilinçli farkındalık temelli eğitimlerin anne babaların ebeveynlik yetkinlik düzeyinin artırılmasında da etkili olduğu bulunmuştur (Gördesli ve ark., 2018). Yapılan başka araştırmalarda aile eğitimlerine katılan anne babaların çocuklarıyla daha sağlıklı iletişim kurma eğilimi gösterdiği, Bilinçli Farkındalık Ebeveyn Eğitimleri'nin anne babaların çocuklarıyla kurdukları iletişim şekillerini daha kaliteli hale getirdiğine yönelik araştırma sonucunu destekler niteliktedir (Işık, 2020).

Alan yazında bulunan deneysel ve vaka araştırmalarında çeşitli yaşlarda ve farklı sorunları olan çocuklar ele alınmış, ebeveyn bilinçli farkındalık eğitimlerinin etkisi incelenmiş ve yapılan çalışmaların çocukların sorunlu davranışlarında ve ebeveyn stresinde gözlemlenebilir düzeyde azalmalar olduğu bulunmuştur (Bögels ve Restifo, 2013). Ayrıca çocukların duygusal ve davranışsal sorunlarının azaltılmasında etkili olduğu gözlemlenene anne baba bilinçli farkındalık eğitimlerinin, ebeveyn-çocuk iletişimlerinin ve pozitif ebeveynlik yöntemlerinin kullanımını teşvik eden eğitimler olduğu belirtilmiştir. Ebeveynlere yönelik yapılan bilinçli farkındalık eğitimi sırasında anne babalar, çocukları ile iletişime geçerken aşırı tepki vermek yerine ebeveynleri daha duyarlı iletişime kurmaya yönlendirilmekte ve böylece anne babaların aşırı tepki verdikleri durumları fark edip tepkilerinin düzenlemeyi kolaylaştırmaktadır.

Swanlund (2010) tarafından yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulguda, Bilinçli Farkındalık Ebeveyn Eğitim Programı'na katılan annelerin sorunlu davranışa sahip çocuklarının problemleri azaltmada etkili olduğu bulunmuş ve bu azalmanın eğitim sonrasında devam ettiği gözlemlenmiştir. Anne babaların çocukların yaşamlarındaki model olma konusundaki önemi göz önünde bulundurulduğunda, sorunlu davranışları olan çocuklarla başa çıkabilme noktasında anne baba eğitimlerinin sıkça kullanılan tedavi şekli olduğu görülmektedir.

Bir başka araştırma kapsamında yapılan Chicago Ebeveyn Programı'na katılan anne babaların daha az fiziksel ceza ve daha demokratik bir disiplin dili kullandığı, bunun sonucunda da kaba ebeveynlik davranışlarında düşüş görüldüğü belirtilmiştir (Breitenstein ve ark., 2012). Araştırma örneklerinden ulaşılan sonuca göre bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan kişilerin kendilerini daha iyi hissettiği, benlik saygılılarının daha yüksek düzeyde olduğu ve yaşam doyumlarının daha iyi seviyede olduğu yorumu yapılmaktadır (Yıldırım ve Atilla, 2020). Ayrıca aynı çalışma sonucunda uygulanan Bilinçli Farkındalık Ebeveyn Eğitimlerinin anne babaların yetkinlik inançları üzerinde etkili olduğu ve ebeveynlerde bu etkinin kalıcı olduğu bulgusu elde edilmiş, çocuklarda ise sorunlu davranışlarında azalmalar olduğu, buna karşılık anne babaların yetkinlik düzeylerinde artış görüldüğü ve tespit edilen tüm bu pozitif gelişmelerin eğitim sona erdikten bir yıl sonra bile izlerini taşıdıkları belirtilmiştir (Breitenstein ve ark., 2012).

Bu çalışmalara ek olarak Türkiye'de yapılan birkaç araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda; uygulanan Bilinçli Farkındalık Ebeveyn Eğitimlerinin annelerin çocuklarıyla olan diyaloglarını, ebeveyn yetkinlik algılarını, yeterlilik düşüncelerini ve bilinçli farkındalık düzeylerini ölçülebilir düzeyde artırdığı ve eğitimin etkisinin uzun süre kalıcı olduğu görülmüş, buna karşılık planlanmış herhangi bir ebeveyn eğitim programına katılmayan kontrol grubunda bulunan anne babaların iletişim becerileri, yeterlilik düşüncesi, ebeveyn yetkinlik inançları ve bilinçli farkındalık seviyelerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür (Işık, 2020). Yetişkin bireylere yönelik yapılan başka bir araştırma sonucunda, bilinçli farkındalık düzeyinin yüksek olması, psikolojik iyi oluş düzeyinin artmasında etkili olduğu ortaya çıkmıştır (Yılmam, 2019). Bu bulgulara benzer olarak, yapılan bir başka araştırmada, bilinçli farkındalık düzeyinin yüksek olması kişinin iyimserlik düzeyi ve hayat doyumunu düzeyi üzerinde etkili olduğu ve bilinçli farkındalık düzeyi yükseldikçe diğer değişkenlerinde arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Özdoğan, 2018). Sonuç olarak ebeveynlere yönelik yapılan eğitimlerinden faydalanan anne babaların çocuklarıyla kurdukları iletişim yeteneklerini artırdığı, eğitim çalışmalarında yapılan bilinçli farkındalık uygulamalarının ise anne babaların çocuklarıyla kurdukları iletişim becerilerini artırdığı araştırma sonucunu destekler niteliktedir (Işık, 2020).

### 2.3. İnternet, Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya

İnternet ilk defa 1970’li yılların başında kullanılsa da 1990’lı yıllarla birlikte hayatımızda daha da yer etmeye başlamış önemli bir faktördür (Ceylan, 2021). Bilgisayar teknolojisinin icadıyla birlikte iletişim uyduları ile gelişen dijital teknolojinin birleşmesiyle ortaya çıkan bu yeni iletişim şekli ve süreci, çağımıza “Enformasyon Çağı” adının verilmesine sebep olmuştur (Aziz, 2008). İnternet, bilgisayarların ağlarla birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yayılmış olan, sürekli büyüyen ve gelişen bir iletişim sistemidir. İnternet, sosyal ve teknolojik sahalarda her türlü gelişmeden etkilenerek bu gelişime kısa sürede entegre olabilen ve önemli imkanlar sunabilen bir iletişim ve etkileşim aracıdır. Özellikle Covid-19 salgını ile birlikte hayatın izole yaşandığı şu günlerde her türlü temassız etkileşimi sağlaması İnternet’i günlük hayatın daha da vazgeçilmezi haline getirmiştir. Radyo dinlemek, fatura ödemek, yayındaki programları izlemek, elektronik postaları okumak, alışveriş yapmak, yemek siparişi vermek gibi yaşam, bilgi ve eğlenceye dair tüm iletişim ve etkileşim fırsatlarını kullanıcıya sunan İnternet, bu etkileşimli yönüyle televizyon, telefon, radyo, gazete, billboard gibi klasik medya araçlarının en gelişmişidir.

Aziz’e (2008) göre artık yaşamın vazgeçilmez olgularından biri olan İnternet, bütün iletişim teknolojilerinin ve medya fonksiyonlarının toplandığı, yazılı, sesli ve görüntülü kitle iletişim araçları ve iletişim uyduları kullanılarak bilgi paylaşma, kaydetme ve bunları depolama gibi tüm dijital tekniklerin kullanıldığı, daha kolay ve esnek ticarî fırsatların oluşturulduğu, interaktif yani etkileşimli olarak iletişim sağlandığı dijital ve gerçek dünyanın birleştiği teknolojidir. Kısacası çift yönlü ve eş zamanlı etkileşime imkân sağlaması, hızlı ve kolay olması, düşük maliyet gerektirmesi en önemli avantajları arasında gösterilebilir. İnternet’in en önemli özelliklerinden biri de diğer iletişim vasıtaları gibi tek bir kişi, kuruluş ya da milletin tekelinde bulunmamasıdır (Solmaz ve ark., 2013). İnternet, bu dijital teknolojiyi kullanan milyonlarca birey, sektör ve kuruluşun ortak malıdır. Bu dijital sistemin yaygınlaşması, dünya genelinde geliştirilmesi ve kolay kullanımı ile ortaya çıkan büyük bilgisayar bağlantısı “dünyayı saran ağ” ifadesinin İngilizcesi olan “world wide web” kelimelerinin ilk harfleri olan “www” kullanılarak ifade edilmektedir (Ceylan, 2021). İnternet’in dünya çapında bu kadar çok ve kolaylıkla kullanılıyor



olması, ulaşımının zahmetsiz olması gibi faktörlerle birlikte İnternet, her toplumda çeşitli izler ve değişimler yapmaktadır. Türk toplumu İnternet’i daha çok bireysel ya da gruplarla sohbet ortamı, sanal dünyada gezinti ya da eğlence ortamı gibi algılamakta, İnternet’in bir dijital haberleşme, bilgi edinme, eğitim gibi yönlerinin farkına varamamıştır. Oysaki pek çok gelişmiş ülke, İnternet’i yalnızca eğlence aracı olarak değil de birey ve toplumlar için gelişim ve değişim aracı olarak görmektedir (Solmaz ve ark., 2013). İnternet, etkileşimli iletişim sağladığı uygulamalarla kullanıcılar arasında eş zamanlı ve çift yönlü bilgi akışı sağlanmaktadır (Sayımer, 2008). Buna karşın televizyon ya da azılı basın gibi klasik iletişim araçları görsel anlamda dikkat çekici olmakla beraber, tek yönlü bir bilgi akışı olduğu için hizmet ettikleri amaca ulaşma konusunda yönlendirici ve taraf tutucu oldukları düşünülmektedir (Solmaz ve ark., 2013).

İnternet, kullanıcılarının pasif olduğu, sadece tek yönlü bilgi akışı için kullanıldığı zamanlar web 1.0 olarak isimlendirilmiştir. Günümüzde ise İnternet sitelerinin alt yapısında, durağan içeriklerini geliştirerek kişilerin bilgilerini paylaşabilmesine, dönüt verebilmesine, iş birliği yapabilmesine, çevrim içi ürünler oluşturabilmesine imkân sağlayan Web 2.0 isimli daha gelişmiş dijital teknoloji kullanılmaktadır.

### **2.3.1. WEB 2.0**

O'Reilly Medya tarafından 2004 yılında dünyaya sunulan bu kavram, yeni nesil İnternet imkanlarını yani İnternet kullanıcılarının karşılıklı etkileşimde bulunarak, anında dönüt vererek ortaklaşa meydana getirdiği dijital sistemi ifade etmektedir. Web 2.0 terimi 2004 yılının son çeyreğinde sanal teknoloji kullanarak ticari sergi, satış ve konferans üreten firmaların kullandığı bir isim olmuştur (Dikme, 2013). Dünyada İnternet’in gelişmesinin son on beş yılda tahminlerden daha çok büyük seviyelere ulaşması, kullanıcı sayısının katlanarak artması, yazılım dünyasında interaktif kullanımlarla birlikte birçok seçenekler sunabilmesi gibi nedenlerin sonucunda WEB 2.0 ortaya çıkmıştır. Web 2.0 adıyla kullanılan uygulamalar, insanların fikirlerini, tecrübelerini ve bakış açılarını karşılıklı paylaşabilme imkânı sunan çevrimiçi teknolojiler olarak ifade etmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007).

Web 2.0 sistemi giderek büyümekte olan dijital popülasyonun, bireysel ve sosyal hayatının önemli faktörleri ve çevrimiçi mali alanın büyük bir unsuru haline gelmektedir (Koçak, 2012). Gelişen teknolojilerin etkileşimli sistemi sayesinde kişiler, İnternet'in eski aşamalarının aksine, artık daha aktif olarak dijital dünyanın, uygulamaların ve içeriğin geliştirilmesi, dönüştürülmesi ve düzenlenmesi basamaklarında yer alabilmektedir. Sosyal etkileşimi, karşılıklı paylaşımı ve iş birliğini ön planda tutan yeni nesil İnternet sistemi olan Web 2.0 teknolojilerinin sağladığı imkanların artmasıyla birlikte günümüzde daha başka sanal platformlarda kullanılmaya başlanmış ve bu platformlardan birisi de en çok tercih edilen paylaşım uygulamalarından ve Web 2.0 teknolojisinin ana bileşenlerinden biri sayılan sosyal ağ siteleridir (Karal ve Kokoç, 2010)

### **2.3.2. Sosyal ağlar**

Sanal dünya olan İnternet'te ağ, bireyin diğer tanıdıkları iletişim ve etkileşim içerisinde olduğu sarmal yapıdır. Sosyal ağ ise üyelerin kısıtlı bir sistemde açık ya da yarı açık kullanıcı profili oluşturmalarına, başka üyelerle bağlantı kurmalarına ve diğer üyelerin uygulama içerisinde yaptıkları gezentileri takip etmelerine imkân sağlayan web servisleridir (Boyd ve Ellison, 2007). Yeni nesil medyanın bünyesinde bulunan sosyal ağlar, kişilerin bir araya gelip bilgi ve fikir alışverişinin yanı sıra şahsi bilgilerinin paylaşıldığı dijital bir ortam olarak tanımlanmaktadır. Sosyal ağlar, kullanıcıların kendilerine ait profillerini tasarlayabildikleri; düşünce, bilgi, fotoğraf, ses, video ve aktivite gibi paylaşımlar yaparak gerçek dünyadaki sosyal çevresini dijital dünyaya taşıyabildikleri sanal birlikteliklere verilen genel bir terimdir.

Sosyal paylaşım ağları, kişinin oluşturduğu profil ile kendi popülarite ve statüsünü arttırma aracı olarak kullanabildiği gibi bu ağ uygulamaları ile diğerlerinin bağlantılarını izleyebilme ve karşılıklı mesaj bırakabilme özellikleri ile özel hayata ilişkin durumlarını da ifade ettikleri bir araçtır. Sosyal ağların genellikle fotoğraf, video gibi içeriklerin paylaşımı, çevreyle iletişim, eğitim ve öğretim süreçlerini kaliteli hale getirme, ders hazırlığı, bilgiye kolayca erişim, eğlence ve boş zaman aktiviteleri gibi amaçlar için kullanıldığı görülmektedir. Zaman içinde toplumu ve popüler kültürü değiştiren sosyal ağlar, kişi ve topluluklara dair birçok ifadenin

yeniden yapılandırılmasına yol açmıştır (Tutgun-Ünal, 2015). Karşılıklı paylaşım temelli bir sosyal ortamın sanal olarak canlandırıldığı sosyal paylaşım ağları, kişilerin duygu, fikir, durum, fotoğraf, video, ses dosyası gibi pek çok paylaşım ile elde edilen dijital dünyadaki sosyal etkileşime ortam hazırlayarak gerçek hayattaki sosyallığe ait fiilleri aslına uygun olarak yeniden kurgulamaktadır (Göker ve ark., 2010).

### **2.3.3. Sosyal medya**

Medya, bir kuruluş ya da kişi tarafından oluşturulan içerikler bütünüdür. Sosyal medya ise kişisel bloglar ve çeşitli forumlar, fotoğraf, video gibi görsel dokümanlar, bağlantı linkleri, profiller ve başka içerikleri tanımlayan geniş bir terimdir (Eley ve Tilley, 2009). Sosyal medya, ortak hedefler için bir araya gelmiş olan kişilerin interaktif biçimde, bilgi, duygu ve fikirlerini karşılıklı paylaşmaları temelinde iletişime geçmelerini kolaylaştıran online oluşumdur. Bazı araştırmacılara göre sosyal medya, insanlar arasındaki çift yönlü etkileşimi destekleyen, ilgi alanları ortak olan bireylerin karşılıklı paylaşımlarını çoğaltan ve herkesin bireysel profilini ve etkileşimde bulunmak istediği kişilerin listesini oluşturma imkânı veren İnternet tabanlı ortamlar olarak ifade edilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007). Genel olarak, kişilerin İnternet aracılığıyla karşılıklı yaptığı konuşmalar, paylaşımlar ile sosyal ağlar ve gruplar sosyal medyayı oluşturur (Dikme, 2013). Sosyal medya kavramıyla, dijital teknolojinin kendisinden daha çok içeriğin doğası ile onu oluşturma ve içeriği kullanmadaki aktif sosyal yönler vurgulanmaktadır (Koçak, 2012). İçerik ise ya kullanıcılar tarafından bizzat oluşturulmakta, tasarlanmakta ya da başka paylaşımlardan alınabilmektedir (Lietsala ve Sirkkunen, 2008). Medyanın “sosyal” olarak nitelendirilmesi ise bireyler arası iletişim olmayınca uygulama alanının boş kalacak olması ve yazılım ne kadar mükemmel kullanım potansiyeli sunsa da kullanılmaması nedeniyle başarıya ulaşamayacak sayılmasındandır (Koçak, 2012).

Six Degrees sitesinin 1997 yılındaki ilk denemeleriyle sosyal medya uygulamaları ilk olarak kullanılmaya başlanmıştır (Ceylan, 2021). Ryze.com, 2001 yılında yeni girişimcilerin iş dünyası ile iletişim kurmasını sağlamak için uzmanlar

tarafından özellikle yazılmış bir toplumsal paylaşım sitesi olarak kurulmuştur ((Tutgun-Ünal, 2015). Son yıllarda yazılımları daha da gelişen Facebook, Myspace, Youtube, Friendster, Twitter, Netlog gibi tüm dünyada yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım siteleri arkadaş bulma ya da olan arkadaşlıkları devam ettirmenin ötesinde gündelik yaşamın akışında bir yaşam merkezine haline gelmiştir (Tutgun-Ünal, 2015). Sosyal medya ile kişiler, kurumlarını tanıtır, reklam yapar, arkadaşlıklar kurarlar, ürün satışı, fikir ve paylaşımların içeriğine ilişkin yorumlarda bulunabilirler (Dikme, 2013).

Günümüzde ise sosyal medya uygulamaları yalnızca iletişim kurnayı sağlamakla kalmayıp eğitim, oyun, enformasyon, alışveriş yapma gibi birçok faaliyete de imkân sağlayarak, insanların neredeyse bütün ihtiyaçlarını kolaylıkla giderir duruma gelmiştir (Güleç, 2018). Bu teknolojinin bir adım ilerisi olan ve Web 3.0 olarak isimlendirilen İnternet ağlarının geliştirilen yapay zekâ yazılımları ile programlanması da planlanmaktadır (Ceylan, 2021).

Sosyal medya, gelişen teknolojiyi, sosyal etkileşimi, kelimeler, simgeler, videolar ve fotoğraflar ile birleştirir (Dikme, 2013). Sosyal medyanın tanımı ve kapsamı araştırmalara göre değişmekle beraber temel olarak bilgisayar ya da akıllı telefon gibi araçlarla kullanılan ana faktörleri, bloglar, mikrobloglar, çevrimiçi mesajlaşma, sosyal ağlar, sosyal takip siteleri, online yayınlar, video, ses dosyası paylaşım siteleri gibi çeşitli uygulamalarla karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya uygulamalarında görülen bazı özellikler; sosyal medyanın grup psikolojisi oluşturuyor olması, bireylerin sosyal medyaya maliyetsiz katılabiliyor olması, paylaşımları ve kişileri etiketleme özelliğine sahip olması, oluşturulan içeriklerin büyütülerek sitenin içinde veya başka bağlantılarla site dışında paylaşılabilmesi şeklinde özetlenebilir (Koçak, 2012).

Sosyal medya ayrıca günlük hayattaki daha derin sosyal bağları, çeşitli topluluk oluşumlarını, eğitim, kariyer, alışveriş gibi iş birliği projelerini hayata geçirmeyi sağlayan web tabanlı siteler olarak tanımlanabilmektedir (Hazar, 2011). Sosyal medya, yüksek düzeyde paylaşımın sağlandığı, çevrimiçi medyanın farklı bir türü olarak daha geniş bir yelpazede fırsatlar sunduğu bilgi çağının en yeni

oluşumlarından biridir (Vural ve Bat, 2010). Sosyal medya kullanıcılar için zaman ve mekân kısıtlaması olmadan, web tabanlı, bilgi paylaşımı, dönüt verme ve tartışmanın kolaylıkla sağlandığı bir insanî iletişim şeklidir (Dikme, 2013). Başka bir tanıma göre mevcut kültürel bağların sürdürülmesini ve bu bağlara ek olarak yeni iletişim bağlarının kurulmasını sağlayan çevrimiçi sosyal ağlardır. Akıllı telefonlarla birlikte erişimin çok kolay olduğu sosyal medyanın en önemli özelliği kişilerin kendilerini başkalarına İnternet kanalıyla net olarak ifade edebilmesidir (Hazar, 2011).

İnternet'i yani bilgisayar ağını bir iletişim aracı olarak düşünmek, herkesin, birden fazla insanla aynı anda paylaşım yapabileceği anlamına gelmekte ve sosyal paylaşım uygulamalarının en büyük özelliğinin isminden de anlaşılacağı gibi aynı anda çoklu paylaşım ve iletişime imkân verebilmesidir (Göker ve ark., 2010). Sosyal medyada kullanılan içerikler, klasik medyada olduğu gibi kendi takipçisine sahiptir fakat aradaki en büyük fark kullanıcılar tarafından üretilen ya da bazen başkalarından kopyaladıkları dijital içeriği paylaşmaktan zevk almalarıdır (Koçak, 2012).

Sosyal medya, düşünce ve bilgi paylaşımı için iletişime dayalı medyayı kullanarak çevrimiçi sistemde oluşan insan toplulukları arasındaki uygulamaları, fiilleri ve davranışları ifade etmektedir (Koçak, 2012). Sohbeta temelli medya; içeriğin metinler, fotoğraflar, videolar ve ses dosyaları biçiminde oluşturulmasını ve kolaylıkla paylaşılmasını mümkün kılan İnternet tabanlı uygulamalardır. Bu web uygulamaları, üyeler ve üyelerin beğenileriyle haberdar ettikleri çevrelerindeki kişilerin başvurularıyla gittikçe büyüyen bir iletişim sağlamaktadır (Dikme, 2013). Sosyal medya araçları ise sürekli gelişim evresindedir ve gelişim devam ederken değişime ve dönüşüme uğramaktadır (Lietsala ve Sirkkunen, 2008). Sosyal medyanın bireyler tarafından bir çeşit sosyalleşme unsuru olarak kullanıldığı, sosyalleşmenin ise aktif ve dinamik çok yönlü süreçlerden oluştuğu, bu süreçleri şekillendirmede de medyanın büyük bir role sahip olduğu görülmektedir (Ünal, 2015).

Sosyalleşme, bireyin kendine ait kimliğini oluşturması, toplumdaki mevcut inanç, değer ve normlarının toplumun üyelerine aktarılması sürecidir (Tokgöz-

Bakıroğlu, 2013). Sosyal medya, kişilerin bireysel olarak diğer insanlar ya da gruplarla etkileşim kurmasını sağlamaktadır (Koçak, 2012). Benzer dűřünce yapısına sahip bireyler tarafından oluşturulan bir ortam olan sosyal medyada yapılan etkileşimler, bireyden gruba ya da gruptan gruba olabilmekte ve sosyal medyanın kişilerde ve toplumlarda ortaya çıkardığı etkileri önceden bilmek mümkün değildir (Akar, 2010). Kiřiler, sosyal medya sayesinde kendilerine ait dűřncelerini, bakış aıllarını paylaşma ve bunu küresel çapta deneyimleme imkânı bulmuşlardır (Koçak, 2012). Sosyal medya, insanları, toplumsal değişimlerin yeni tetikleyicileri olma yönünde cesaretlendirmektedir.

Kendini sürekli geliştirerek yenileyen İnternet, sosyal medya uygulamalarıyla altın çağını yaşamakta, pek çok kişi çevresiyle görüşmek, arkadaşlarının resimlerine bakmak ve paylaşmalarını takip etmek, mesaj göndermek ve almak, boş zamanlarını değerlendirmek, bilgi edinmek, eğlenmek, gündemi takip etmek gibi özelliklerinden dolayı sosyal medyayı kullanmaktadır (Solmaz ve ark., 2013). Sosyal medya, küresel bakış açısıyla bakıldığında coğrafik sınırların ötesine geçen bir etkileşim ve iş birliğini sağlamasıyla çok yönlü demokratikleşme gücü olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medya, boř vaktin değerlendirildiği, eğlenilen, sohbet edilen, bilgi alişverişinde bulunulan, gündemin takip edildiği en popüler ve merkezi araç haline gelmiştir (Solmaz ve ark., 2013). Günümüzde sosyal medyanın kişisel bilgilerin paylaşılmasında, sanal gruplara katılabilmede, dűřncelerin kolaylıkla istenilen kişilere ifade edilebilmesinde ve kullanıcıların aktif katılım sağlamasındaki etkileri göz önüne alındığında, sosyal medyanın bireylerin sosyalleşme sürecinde fazlaca etkili rol oynadığı açıktır (Tutgun-nal, 2015). Sosyal medyada bireyler, günlük dűřncelerini yazmakta, yazdığı bu dűřnceleri tartışabilmekte ve yeni dűřnceler ortaya koyabilmekte, şahsi bilgilerinin yanında bilgi, duygu, fotoğraf ve video paylaşabilmekte, satış yapabilmekte, iř arayabilmekte, bulabilmekte, çeşitli eğitimler alabilmekte ayrıca bu sanal ortama yaşadığı gerçek dünyayı taşıyabilmektedir (Koçak, 2012). Sanal ve gerçek dünya arasındaki bu değişim gün geçtikçe bütün dikkatlerin bu dijital alana yönelmesine neden olmakta ve sürekli yenilenen sanal dünyaya önemli bir konum verilmektedir (Vural ve Bat, 2010).

### 2.3.4. Sosyal medyanın özellikleri

Sosyal medya uygulamalarında kullanıcılarına düşünce, doküman ve bilgi paylaşım imkânı sunarak karşılıklı etkileşim oluşturan online araçlar ve web sitelerini ortak ifade eden bir kavramdır (Sayımer, 2008). Sosyal medya araçları, kullanıcılarına kendi kişisel sayfalarını oluşturabilme ve sonuç olarak sınırsız iletişimde bulunabilme, başkalarıyla etkileşim kurabilme fırsatı sunmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015). Sosyal medya, bilginin, farklı düşüncelerin ve tecrübelerin toplumsal temelli web sitelerince paylaşımına imkân sağlayan ve İnternet'in hızlı dünyasını hayatın merkezine yerleştiren bir uygulama alanıdır. Sosyal medyanın diğer geleneksel medyadan ayrılan en önemli özelliği kişilerin kendilerini başkalarına açık ve net bir şekilde İnternet aracılığıyla ifade edebilmesidir (Hazar, 2011). Sosyal medya, her ne kadar medya olarak ifade edilse de onu geleneksel medyadan özgün kılan en önemli farklılık herkesin sosyal medya içeriği oluşturabilmesi, yorumda ve dönütte bulunabilmesi, belge, fotoğraf gibi bilgi paylaşımını hızlı ve kolayca sağlayabilmesidir. Sosyal medya türlerinin birçoğu aşağıdaki ortak özellikleri taşımaktadır.

- Katılım: Sosyal medya araçları, iletişim kurulan kişilerin dönüt vermelerini ve ihtiyaç hissedildiğinde katkı sağlamalarını kolaylaştırmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015). Medya ve izleyici arasındaki hattı daha silik hale getirmektedir (Koçak, 2012).

- Açıklık: Sosyal medya araçları kolayca girilip çıkılabilen, herkese açık ve neredeyse hiçbir engel olmayan bir yapıya sahiptir (Ceylan, 2021). Ayrıca bilgi paylaşımını, oylamayı, katkı sağlamayı ve yorum yapmayı destekler (Dikme, 2013).

- Karşılıklı konuşma: Klasik medya araçları bireylere daha çok tek yönlü bir iletişim sunmakta dolayısıyla dönüt vermek zor ve zaman almaktadır (Tutgun-Ünal, 2015). Buna karşılık sosyal medya araçları çift yönlü, aktif iletişime olanak tanıyan rahat bir yapıya sahiptir (Koçak, 2012).

• Topluluk: Sosyal medya araçları toplulukların ilgilendikleri konu veya olaylar üzerinde hızla konsantre olmasına ve buna bağlı olarak aktif bir şekilde iletişim kurabilmelerine izin vermektedir (Tutgun-Ünal, 2015). Böylece topluluklar, bilgi, fotoğraf, siyaset, sanat ya da ekonomi gibi ortak ilgi alanları ile ilgili düşüncelerinin etkin bir şekilde paylaşabilmektedirler (Koçak, 2012).

• Bağlantısallık: Sosyal medya araçları, diğer kaynaklar arasında link yoluyla köprüler kurarak kullanıcılarına zengin ve gelişmiş alternatifler sunmaktadır (Ceylan, 2021).

We Are Social (2021) araştırma sonuçlarına göre; dünyada bulunana 7,85 milyar kişiden 5,27 milyarı cep telefonuna sahiptir. Cep telefonu kullanıcıların 4,72 milyarı cep telefonu aracılığıyla İnternet'e bağlanmaktadır. Günlük İnternet'e bağlanma süresi ise 6,56 saat olarak belirlenmiştir. Sosyal medya araçlarının kullanım sıralaması ise; Facebook (2,79 milyar), Youtube (2,2 milyar), WhatsApp (2 milyar), Instagram (1,2 milyar), Tiktok (732 milyon), Twitter (396 milyon). Sosyal medya araçlarının kullanım yoğunluğu 18-44 yaş aralığındaki bireylerde daha çok görülmektedir.

### **2.3.5. Sosyal medya platformları ve özellikleri**

Sosyal medya uygulamaları her geçen gün hızla kullanım yaygınlığı kazanmakta ve yeni uygulama alanlarıyla insanların karşısına çıkmaya devam etmektedir (Koçak, 2012). Lietsala ve Sirkkunen (2008), en çok kullanılan sosyal medya sitelerinin temelde beş ortak özellik taşıdığını, bunlardan ilkinin paylaşılacak içerik için bir alanın olması, ikincisinin bu alandaki kullanıcıların paylaşılan tüm içeriği tasarlayabilmesi ve değerlendirebilmesi, bir diğerinin sosyal medya uygulamalarının sosyal etkileşimi sağlaması, dördüncü ortak özelliğin üretilen tüm içeriklerin başka ağlara link olarak verilebilmesi, beşinci ve son ortak özelliğin ise sosyal medya sitesine aktif olarak paylaşımda bulunan tüm kullanıcıların diğer üyelerle, dokümanlarla ve başka uygulamalarla bağlantısı olan kendi hesaplarının olması diye ifade etmektedir.



İnternet dünyasında bulunan pek çok sosyal medya uygulamasından en çok kullanılan sosyal medya araçlarının Facebook, Whatsapp, Instagram ve Twitter olduğu karşımıza çıkmaktadır.

### **2.3.5.1. Facebook**

Sosyal medya uygulamaları arasında en çok tanınan ve en çok kullanıcıya sahip olan (aylık ortalama 2,27 milyar kullanıcı) uygulama Facebook'tur. Facebook, Mark Zuckerberg ve üniversite arkadaşları tarafından 4 Şubat 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulmuştur (Solmaz ve ark., 2013). Daha sonra Boston civarındaki okullarda da kullanılmaya başlanan uygulama, iki ay gibi kısa bir süre içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını, takip eden ilk sene içerisinde de Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bütün okulları kapsamıştır". (Yağmurlu, 2011) Facebook uygulamasına aktif bir e-mail adresi olan herkes kaydolabilir, yönetici onay verdikten sonra üye olunabilmektedir (Ceylan, 2021). Uygulamanın çok tercih edilmesinin en önemli iki sebebi ise giriş yapma ve kullanımındaki kolaylıklardır. Ayrıca Facebook üyelerine, yeni arkadaşlıklar kurma, fotoğraf, video ve fikir paylaşma imkanlarını sağlamaktadır (Solmaz ve ark., 2013).

Ücretsiz bir uygulama olan Facebook uygulaması gelirini aldığı reklamlardan ve sponsorlardan temin etmektedir. Uygulama, kişilerin gerçek hayattaki sosyal bağlantılarının sanal haritasına yön vererek, sosyal bağlantılar yolu ile ilgili bilgi, doküman ve düşünce paylaşımını kolaylaştıran araçlar geliştirmektedir (Dikme, 2013). Facebook uygulaması, kendi duvarında mesaj, yazı, not, düşünce, fotoğraf, video paylaşabilir, etkinlikler bölümü ile planlama yapabilir ya da çevresindeki etkinliklerden haberdar olabilir. Kullanıcılar çok kolaylıkla kendi hesaplarından tercih ettikleri kişilerin görebileceği profiller oluşturabilir, başkalarının yapmış olduğu paylaşımlarına beğeni, düşünce veya çeşitli simgeler bırakabilirler (Ceylan, 2021).

Facebook uygulaması, her geçen gün özelliklerine yenilerini eklerken, taşınabilir cihazlarla uyumlu olan güncel versiyonu da akıllı telefonlarda sıklıkla tercih edilmektedir (Hazar, 2011). Facebook uygulaması kendini, kişilerin

arkadaşlarıyla, tanıdıklarıyla ve meslektaşlarıyla daha aktif olarak iletişim kurmasına olanak sağlayan sosyal bir olgu olarak açıklamaktadır (Dikme, 2013).

### **2.3.5.2. WhatsApp**

WhatsApp uygulaması, diğer sosyal medya araçları ile kıyaslandığında birçok yönüyle ön plana çıkmaktadır. Bu uygulama, 2009 yılında Jan Koum ve Brian Acton tarafından uygulamayı kullananların mobil telefonları vasıtasıyla birbirlerine özel ve kolayca mesaj paylaşımlarını sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. WhatsApp uygulaması ismini İngilizce “Naber?” anlamına gelen ifadeden almıştır. WhatsApp uygulaması kullanıcılarına İnternet ağını kullanarak fotoğraf, video, sesli ya da yazılı mesaj paylaşımı yapma imkânı sağlayan anlık mesajlaşma aracı olarak tanımlanmaktadır.

Tüm dünyada kullanılan mesajlaşma uygulamaları arasında kaydolma ve kullanım kolaylığı ile en çok tercih edilen mesajlaşma aracıdır. Ayrıca uygulama, telefon numarası ekleyen bütün kullanıcılar arası konuşma grupları kurma imkânı sağladığı için en yaygın mesajlaşma aracıdır. Uygulamanın ücretsiz olması; başka bir bağlantıya kayıt gerektirmemesi, mesaj gönderme emoji ve gif kullanma kolaylığı, görüntü ve video göndermeye olanağı tanınması onu, diğer mesajlaşma araçlarından farklı kılmaktadır (Uzun ve Uluçay, 2017).

### **2.3.5.3. Instagram**

Dünyada en çok kullanılan resim ve video paylaşım uygulaması olan Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılının mart ayında ABD’de kurulmuştur. Kelime anlamı olarak İngilizce anlık demek olan “instant” ve telgraf anlamına gelen “telegram” kelimelerinin birleşmesiyle ismi oluşturulan Instagram uygulaması erişimdeki kolaylığı ve kullanımındaki basitliği sebebiyle onu her yaşta insanın kullanabileceği hale getirmiştir (Ceylan, 2021). Uygulama kullanıcıları takip ettikleri sayfaların akışını, hikayelerini görebilmekte, yorum yapıp isterse kaydedebilmektedir. Ayrıca keşfet bölümü ile uygulama tarafından seçilen başlıca paylaşımlara göz atabilmekte, ya da Reels videoları ile daha uzun süreli

paylaşımları izleyebilmektedir. Mağaza sekmesi alışveriş için kolaylık sağlamakta iletişim konusunda da anlık yazışma ya da görüntülü konuşma imkanları da sunmaktadır. Yapılan paylaşımlarda etiketleme özelliği ile aynı başlık altındaki tüm paylaşımlara ulaşma kolaylığı sağlamaktadır. Uygulamayı ilgi çekici yapan önemli bir özellikte çekilen fotoğraflara ya da videolara filtrelerin hızlı, etkileyici ve kolayca uygulanabilmesi ve bu filtrelerle günlük hayatta karşılaşılan en basit manzaraların sanki usta bir sanatçının elinden çıkmış gibi sunulabilmesidir.

Her geçen gün yeni özellikler eklenerek zengin bir yelpazeye sahip olan uygulamada, kullanıcılar sadece beğeni toplamak amacıyla değil, aynı zamanda satın aldıkları ürünleri, gezip gördükleri mekanları veya durumlarını paylaşarak bu deneyimlerini takipçilerine bildirmek ve böylece çevresi ile devamlı iletişim halinde kalmaktır.

#### **2.3.5.4. Twitter**

En çok kullanılan sosyal medya uygulamalarından biri olan Twitter'ı, Jack Dorsey ve arkadaşları 2006 yılında kurmuştur (Ceylan, 2021). Twitter uygulamasında kullanıcılar istedikleri kişilerin tweetlerinden haberdar olmak için "follow" yani takip isteği gönderilebilmekte ayrıca bu takibin karşılıklı olma zorunluluğu bulunmamaktadır. (Hazar, 2011). Bazı üyeler yüzlerce kişiyi takip ederken, bazıları daha az kişiyi, bazı üyeler sadece tanıdıklarını, bazıları ise ilginç buldukları hesapları veya ünlüleri takip etmektedir (Boyd ve Ellison, 2007). Twitter'in, kullanım nedenlerinin başında sohbet ve diyalog özelliği, dayanışma ve düşünceleri destekleme, öz-ifade ve öz-iletişimi sağlama, kariyer ve bilgi güncelleme, fotoğraf, video ve haber paylaşımı, pazarlama ve reklam gibi faktörler bulunmaktadır. Türkçe karşılığı cıvıdamak demek olan "tweet"lerle yapılan yazışma 280 karakterlik metinlerle yapılmaktadır (Ceylan, 2021).

Twitter uygulamasında kullanıcılar kendi bağlantılarını oluşturabilmekte ve bu bağlantıları kullanarak iletişim sağlayabilmektedir (Hazar, 2011). Ayrıca kendi bağlantılarını kuran üyeler bu bağlantıları kullanarak iletişim ve destek halinde, takip ettikleri konular üzerinde hızlı ve kolay bir şekilde bilgi sahibi olabilmekte hatta

istedikleri bir konu hakkında kendi kendilerini eğitebilmektedir (Greenhow, 2009). Twitter uygulaması farklı seviyelerden ve farklı sınıftan insanların duygu, düşünce ve fikirlerini kısa yazılarla paylaştıkları sosyal medya aracıdır. Twitter, dünyada en çok konuşulan konuları (trend topic) popülerliğine göre listeler yaparak gündemde olan konuları sıralamakta ve üyeler aynı konu üzerinden fikirlerini paylaşmaktadırlar (Arık, 2013). Twitter, yazılı metin paylaşımı temelinde paylaşım yapılan bir uygulama olduğundan üyeler entelektüel becerileriyle daha öne çıkmakta ve takipçi sayısı fazla olan kullanıcıların gündem belirleme konusunda daha etkili olduğu görülmektedir (Ceylan, 2021).

Yukarıda günümüzde en çok kullanılan sosyal medya, iletişim ve haberleşme uygulamaları genel özellikleri ile tanıtılmış olup her geçen gün sanal dünyada yeniliklerin insanları beklediği unutulmamalıdır. Sosyal medya araçlarının özellikleri dikkate alındığında, bu sanal ortamları oldukça çekici hale getirecek özelliklerin kişileri derinden etkilediği ve hayatlarının önemli bir parçası yaparak devamlı bu ortamlarda bulunma isteği yarattığı net olarak görülmektedir (Hazar, 2011).

### **2.3.6. Sosyal medyanın tarihçesi**

Yakın tarihli bir olgu olan sosyal medya, İnternet'in teknik olan alt yapısının daha geniş tabanlı olarak geliştirilmesi, hızlı bir şekilde kişilerin ihtiyaçlarına yanıt vermeye başlaması ve özellikle Web 2.0 olarak isimlendirilen formatın piyasaya sürülmesi ile dinamik bir şekilde gelişmiştir (Köksal, 2012). Sosyal medya en hızlı gelişimini 2004'te Facebook ile yaşamış, sonrasında Youtube ve Twitter gibi uygulamalar sayesinde sosyal medya günlük yaşamın bir parçası haline almıştır.

Tarihi akış içinde sosyal medyanın gelişim sürecini ifade edecek olursak:

- 1971 yılında Tomlinson tarafından “QWERTYUIOP” içerikli ilk e-posta gönderdi.

•1979 yılında Duke Üniversitesi lisansüstü öğrencileri TomTruscott ve Jim Ellis Usenet’i kurdular (Hazar, 2011). Gruplandırılmış mesajları kişilerle paylaşmak için elektronik posta kavramını geliştirdiler (Yaylak, 2017).

•1988 yılında dosya ve bağlantı linki paylaşımı sağlayan IRC (Internet Relay Chat) kuruldu (Hazar, 2011).

•1991 yılında İnternet, world wide web yani dünyayı saran ağ (www) 6 Ağustos’ta halka açıldı (Yaylak, 2017).

•1994 yılında ilk sosyal ağ sitesi olan Geocities kuruldu (Yaylak, 2017).

•1995 yılında Randy Conrads tarafından Classmates.com oluşturuldu (Yaylak, 2017).

•1997 yılında günümüzde kullanılan sosyal ağlar uygulamaları gibi değerlendirilebilecek ilk İnternet sitesi SixDegrees.com dijital dünyaya açıldı (Köksal, 2012). SixDegrees.com sitesi ile kullanıcılar kendi profillerini oluşturmaya ve çevrimiçi arkadaşlıklar kurmaya başladılar (Hazar, 2011).

•1998 yılında MoveOn.com elektronik posta grubu olarak hayata geçti.

•1999 yılında kurulan LiveJournal sitesi ile sürekli yenilenen bloglar aracılığıyla kullanıcıların, diğer kullanıcıları takip etmesi, grup oluşturması ve diğer kullanıcılarla iletişime geçebilmesi konularında aktif olmaya başlamışlardır (Hazar, 2011).

•2000 yılında İsveçli LunarStorm adlı web topluluğu sosyal ağ sitesi özelliklerini taşıyor şekilde yenilenmiştir.

•2001 yılında Cyworld sosyal ağ olma özelliğini hayata geçirmiştir. Ayrıca yeni nesil sosyal paylaşım ağı uygulamalarından Ryze ve yine kullanıcıların içerik sağlayabildiği İnternet ansiklopedisi olan Wikipedia, Jimmy Wales ve Larry Sanger tarafından kurulmuştur.

•2002 yılında ilk modern ve bütüncül sosyal ağ Friendster kurulmuştur (Yaylak, 2017). Ayrıca fotoğraf yüklenebilen bir uygulama olan Fotolog kurulmuştur (Hazar, 2011).

•2003 yılında sosyal medya ilgi daha çok artmış bunun sonucunda Couchsurfing, Myspace, LastFm, Dogster, Tribe.net, Plaxo, LinkedIn, MyChurch, Hi5, Photobucket, Xing, Second Life, DeLicio.us gibi çok sayıda uygulama sisteme dahil olmuştur (Hazar, 2011). Bunlar arasında MySpace uygulaması ile özel mesaj

iletebilmek, dijital bülten oluşturulabilmek, kişisel profile yorum yapılabilme, diğer bir uygulama olan Hi5'te ise görsel doküman paylaşımı, kullanıcının gruplar oluşturabilmesi, dijital sosyal oyunlar oynanabilmesi ve kullanıcıların durum güncellemesi yapabilmeleri mümkündür (Yaylak, 2017).

•2004 yılında sosyal medya siteleri arasında tarihte en çok kullanılmış uygulama olan Facebook, Mark Zuckerberg ve üniversite arkadaşları tarafından sadece Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulmuştur. Yine bu yıl Digg, insanların İnternet'te karşılaştıkları haberleri paylaşabilmesi için sosyal haber uygulaması olarak, Flickr ise imaj için kurulan bir site olarak, Orkut ise Google tarafından dijital dünyada sosyal arkadaşlık uygulaması olarak kuruldu (Yaylak, 2017). Bunlara ek olarak Dogster, MultiPLY, Mixi, Dodgeball, Piczo, Care2, Ning, Catster, BiggerPockets, Hyves, ASmallWorld uygulamaları sanal dünyada hizmete başladı (Hazar, 2011).

•2005 yılında Jawed Karim, Steve Chen ve Chad Hurley, dünyanın en büyük video paylaşım sitesi olan YouTube'u kurdular. Yine sosyal haber paylaşım sitesi ve eğlence platformu olan Reddit kuruldu (Yaylak, 2017). Yahoo!360, Cyworld, Xang, Bebo siteleride bu yıl içinde hizmete giren sosyal ağlardan bazılarıdır (Hazar, 2011). Ayrıca sosyal medyanın tüm dünyada hızlı gelişiminde etkili olan Web 2.0 fikri, O'Reilly ve MediaLive International'ın yaptığı toplantıda ortaya atıldı (Köksal, 2012).

•2006 yılında 140 karakter limitli Twitter dijital dünyaya katılmıştır (Yaylak, 2017). Ayrıca yine bu yılda Mychurch, Stylehive, Fabulously40 siteleri de dikkat çekmiştir (Hazar, 2011).

•2007 yılında bir mikroblog sitesi olan Tumblr ve diğer sosyal medya kuruluşları olan FriendFeed, GlobalGrind, Osmosus ve Ustream kuruldu (Yaylak, 2017). Bu yılda yaşanan sosyal medyadaki hızlı büyüme sonucu Facebook ile Microsoft şirketleri uluslararası pazarları da kapsayacak tarzda reklam anlaşmalarını genişlettiler (Köksal, 2012).

•2008 yılında Facebook 21 dile çevrildi ve en çok tıklanan uygulama oldu (Akar, 2010). Spotify uygulaması müzik yayınına başladı ve Ping.Fm, Kontain, Yammer ve Soundcloud kullanıcıların hizmetine sunuldu (Yaylak, 2017).

•2009 yılında, Dennis Crowley ve Naveen Selvaurai tarafından, ABD merkezli, “Check in” yaparak, hangi mekânda olunduğunu kullanıcının çevresiyle ve mekânda bulunan diğer bireylerle paylaşılabilen bir uygulama olan Foursquare kurulmuştur (Ayan, 2016). Dünyanın en çok kullanılan bireysel ve toplu mesajlaşma programı WhatsApp, Jan Koum tarafından kurulmuştur. Ayrıca NetLog ve Posterous uygulamaları sisteme dahil olmuştur (Hazar, 2011).

•2010 yılında Instagram fotoğraf paylaşımı konusunda çığır açtı, Pinterest yayına başladı (Yaylak, 2017). Google ise Buzz ile Sportpost hizmetleri ile ön plana çıkmıştır (Hazar, 2011).

•2011 yılında Snapchat, Evan, Google Plus gibi sosyal ağ platformları kurulmuştur (Ayan, 2016).

•2012 yılında Vine, video paylaşım uygulaması olarak Twitter tarafından piyasaya sürülmüştür (Yaylak, 2017).

•2013 yılında Medium, Kleek, Viddy sosyal ağ siteleri yayına girdi.

•2014 yılında Learnist isimli sosyal paylaşım sitesi Pinterest’in daha gelişmiş sürümü olarak hizmete başladı (Yaylak, 2017). Atmospheir ve Pheed kuruldu.

•2015 yılında kullanıcılarına canlı yayın yapma fırsatı sunana Periscope, yayın hayatına başlamıştır (Yaylak, 2017).

•2016 yılında ByteDance tarafından Tik Tok uygulaması piyasaya sürüldü.

### **2.3.7. Türkiye’de sosyal medya**

İnternet, Web 2.0, sosyal medya uygulamalarındaki güncelleşmelerin, yeniliklerin yanı sıra tüm dünyada yaşanan Covid-19 salgınıyla birlikte insanların alışveriş, eğitim hatta temel yaşam şekilleri bile büyük değişikliklere uğramıştır. Sosyal medya ile iletişim, e-ticaret ile alışveriş, video oyunları ve Netflix gibi platformlarla ile sinema ve eğlence 2020 yılı hayatın daha da önemli parçası haline gelmiştir. Aynı paralellikte teknolojik gelişmelerle birlikte sanal dünyadaki hızlı değişim ve yenilikler ülkemizdeki insanlar tarafından da hızlı bir şekilde benimsenir hale gelmektedir (Dikme, 2013). Yakın bir zamanda İnternet kullanım süresinin neredeyse çok büyük bir zamanını sosyal medyanın alacağı düşünülmektedir. Çünkü sosyal medya araçları artık yalnızca iletişim kurmak için kullanılmamakta; alışveriş,

oyun, eğlence, bilgi edinme, etkinlik duyurma, arama yapma gibi birçok konuda kullanılarak, kişilerin hemen hemen bütün ihtiyacını bir tıkla sağlama niyeti içindedir (Demir, 2016). Türkiye’de sosyal medyanın varlığı birçok alanda kullanıcılar ve sektörler için önem arz etmektedir. Türkiye’ye kullanılan sosyal medya uygulamaları incelendiğinde bu alanların en başında arkadaşlık, çevre edinme ve edinilen çevrenin durumlarını takip etmek için kullanılan uygulamalar ilk sırada yerini almaktadır.

We Are Social Nisan 2021 raporunun verilerine göre Türkiye’de ise bireylerin %70,8 i sosyal medya kullanmakta ve günlük ortalama 2 saat 57 dakika sosyal medyada geçirmektedirler. Ayrıca Türkiye’de Facebook 38 milyon, Instagram 46 milyon kullanıcı sayısına sahip bulunmakta ve bu rakamlarla ülkemiz dünya ortalamalarının üzerinde yer almaktadır. Sonuç olarak bütün bu veriler sosyal medyanın her yıl hızla artan bir oranla hayatın merkezine yerleştiğini göstermektedir.

### **2.3.8. Teknolojik gelişmeler ve yeni medya**

Yeni iletişim teknolojileri kişilere, düşüncelerini ve duygularını paylaşacakları olanaklar sağlayan, paylaşım ve dönüt vermenin esas olduğu bir sosyal medya sunmakta, özellikle İnternet, yeni iletişim sisteminin merkezi olmaktadır (Koçak, 2012). Yeni medyalar sadece ilettikleri içerikler veya paylaşılan uzantılar yoluyla değil uygulama olarak kendileri de çeşitli anlamlar üretmektedir (Yanık, 2016). McLuhan ve Fiore (1967), yaşanan teknolojik gelişmelerin iletişim şekillerini ve etkileşim biçimlerini temelden değiştireceğini yaklaşık kırk yıl önce tahmin ederek medyaya çağının ilerisinde anlamlar yüklemiş, teknolojik gelişmeleri odak noktası haline getirmişlerdir. Başka aydınlar ise teknolojik ilerlemelerdeki yönün farklılaştığını vurgulayarak sadece sanal yapıda olan düzenin yerine fiziksel mekân ile birleşmiş ve artık bedeni yok saymayan yeni bir düzenin ve ortamın yükselişini 2000’li yıllara gelirken işaret etmiştir.

Dominant bir yapıya sahip olan yeni medyalar, sadece iletişimin temellerini değil, kişileri, işletmeleri, birçok sektörü, uluslararası regülasyonları, siyasi politikaları ve hatta yönetim şekillerini bile birbirine yakınlıştırarak dönüşümü ve değişimi sürekli hale getirmiş bu şekli ile yeni olmayı temel şart olarak ortaya



koymuştur (Yanık, 2016). Yeni medyanın bu sürekli dönüşüm ve gelişim özelliği, geleneksel medyayı kullananların iletişim akışındaki rolünü ve katılımını da bazı Şekillerde etkilemektedir (Binark, 2000). Karşılıklı etkileşim imkânı sağlayan İnternet, katılımcıları ayıran duvarları ortadan kaldırma imkânı sunarak, pasif bir katılımın ötesinde aktif bir katılıma sebep olmaktadır. Çağımızda, yeni medya Şeklinde adlandırılan iletişim araçları, bütün bilinen farklı araçları bir araya toplama kabiliyetine sahip bir özelliktedir (Koçak, 2012). Multimedya veya çoklu ortam denilen bu özellik, yazı, fotoğraf, hareketli görüntü, ses kaydı gibi ortamların birlikteliklerinden meydana gelmektedir (Vural ve Bat, 2010).

Rogers'e (1986) göre yeni medyanın en belirgin  özelliği kitlesizleştirme, eş zamansızlık ve özellikle etkileşimdir. Buna göre, yeni medyanın etkileşim kabiliyetleri geleneksel iletişim yöntemlerini değiştirerek kaynak ve hedefin alışveriş yaparak içeriği değiştirilebilecek bir iletişim seviyesine ulaşmasını sağlamıştır (Yanık, 2016). Eski medya araçları ise etkileşimlidir ancak sadece sesleri ve konuşmaları paylaşmakta ve dijital kodlar iletememektedir. Bilgisayar ve yazılım temelli medyanın çağımızda çok fazla kullanılması ve yeni medyanın esas olarak bilgiyi seçme, dönüştürme ve yönlendirme konusunda bir vasıta olması, genel olarak toplumsal kültürün yeniden oluşturulması konusunda da etkili olmaktadır. Özetle yeni medyanın yalnızca eğlendiren, haberleşmeyi sağlayan ve iletişim kurulan nesnel bir platform olmadığı, ayrıca kullanım izlerini takip eden, bilgileri depolayan, senkronize eden, verileri analiz edip anlamlı bağlantılar kuran, mevcut ilişkileri kullanarak kişilere mesaj da gönderen ve hatta bu mesaja göre oluşabilecek tepkilere göre mesajı güncelleyen bir donanıma doğru gittiği görülmektedir (Yanık, 2016). Ayrıca yeni medyanın geleneksel olana göre daha etkileşimli bir yapıya sahip olması, kullanıcıların g ve etki dengesinde de bir dönüşüm meydana gelmiştir. Dolayısıyla yeni medyanın mevcut etkileri ve sağladığı g bakımından sadece akademik ve kişisel olarak değil örgütsel ve toplumsal olarak da önemsenmesi gereken bir konudur (Yanık, 2016).

İnternet başlığı altında sayabileceğimiz yeni medya teknolojilerinin Şekilleri ve içeriği; günlük yaşam, iş, eğitim, siyaset, kültür ve boş zaman gibi hayatın normal bir parçası haline gelmiştir. Bu yeni teknolojilerin geleneksel iletişim teknolojilerinden

farklılık gösteren en önemli özelliği çoklu iletişim sağlama imkânı oluşturmaktır ve bu imkân kelime anlamıyla çoklu etkileşim olarak adlandırılmakta ve geri dönüt vermeyi sağlamaktadır (Koçak, 2012). Bu yeni dijital teknolojilerin kendine has yapısı yanında, geleneksel medya iletişim araçlarını da içine alan bir yapıya sahip olması, bu platformun yeni medya olarak isimlendirilmesini sağlamıştır (Altunbaş, 2001). Gündelik yaşamın her alanında artarak yaygın kullanım alanları bulan, hayatın rutinlerini dönüştüren tüm yazılım temelli teknolojiler yeni medya adı altında toplanabilmektedir (Binark, 2000).

Castells (2005), insanlık tarihinde ilk kez iletişiminin sözel, görsel ve yazılı biçimlerini aynı çatı altında birleştiren bir hiper metin ve dijital dil oluştuğunu; yazı, fotoğraf ve seslerin, tercih edilen bir zaman diliminde, şeffaf ve ulaşmanın maddi olarak sorun olmadığı evrensel bir ağ içinde istenilen noktalardan etkileşim halinde olarak klasik iletişimin tümüyle değiştirdiğini ifade etmiştir. Yeni medya, geleneksel medyadan (gazete, telefon, radyo gibi) farklı bir kavram olarak, dijital kodlama sistemine, iletişim kuran kişilerin arasında aynı anda ve çok yoğun oranda, yüksek hızda sarmal ve karşılıklı etkileşimin sağlandığı çoklu ortam şekline sahip bütün iletişim araçları kastedilmektedir (Binark, 2000). Yeni medya, eski medya araçlarıyla bilgisayar çiplerini ve sürücülerini bütünleştirerek ortaya çıkmış, klasik medyanın kullanıldığı ortamları ve bütün medyanın etkisini değiştirmiştir (Koçak, 2012). Artık geleneksel medya yeni dijital medyanın içindeki bir faktör olmuş ya da yeni medya şekline dönüşmüştür.

Bir topluma ait kültür, kişiler arası iletişimle başlatıldığı ve iletişimle aktarıldığı için yeni teknolojik sistemlerle kültürlerin kendileri, inanç sistemleri ve gelenekler temelden dönüşmüş ve zaman içinde hızla daha da fazla dönüşecektir (Koçak, 2012). Castells'e (2005) göre küresel etkileşime sahip olan bütün iletişim araçlarını bir araya toplayan, karşılıklı iletişim kurma gücüne sahip yeni bir dijital iletişim araçlarının ortaya çıkışı nesillerdir aktarılan kültürü ebediyen değiştiriyor ve değiştirmeye devam da edecektir.

Günümüzde kullanılan yeni dijital medyanın yeni olmasını sağlayan şey, bu medya aracılığıyla paylaşılan bilginin çok kolaylıkla iletilebilmesi, işlenebilmesi,

depolanabilmesi, dönüştürülebilmesi, yeniden tasarlanabilmesi, başka paylaşımlarla bağlantılı hale getirilebilmesi ve arandığında kolayca erişilebilmesidir (Koçak, 2012). Yeni medya uygulamaları, üyelerine çok daha fazla katkıda bulunabilme fırsatı sunmakta, kullanıcıların paylaşılan içeriğin pasif birer alıcısı değil, aynı zamanda bilginin aktif üreticileri olmalarını da sağlamaktadır. Yeni medya ile klasik medyanın birbirinden ayrıldığı noktalar; ulaşılan ya da aktarılan bilginin değiştirilebilmesi, bir araya getirilebilmesi ve anlık olması olarak ifade edilmektedir (Koçak, 2012). Ayrıca yeni medyanın özelliklerini sanal olması, karşılıklı etkileşimli olması, başka bağlantılar içeren metinleri taşıyor olması, ağ yapılı olması ve simüle edilmiş olması şeklinde sıralamak da mümkündür (Akar, 2010). Yeni medyayı klasik medyadan ayıran temel özellik karşılıklı etkileşim yani kullanıcının geri dönüt verebilme olanağı ve dijital kodlama sistemi ile çok fazla miktarda paylaşımı aynı anda yapabilmesidir (Koçak, 2012).

Sonuç olarak yeni medya, hayatın her anında daha çok yer almakta, sağlık, eğitim, iletişim, ticaret, politika, kariyer ve eğlence gibi günlük yaşamın içinde kullanılmaktadır (Koçak, 2012). Yeni medyanın günlük yaşamın doğal bir parçası şekline dönüşmesi, sosyal bilimlerin farklı alt alanlarında araştırma konusu olmuş, özellikle de iletişim ve kültür ile ilgili çalışmalarda “Yeni Medya Çalışmaları” adı altında her geçen gün artan ilgi ile incelenmektedir (Binark, 2000).

### **2.3.9. Sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması**

İnternet’le birlikte haber ve bilgi paylaşımına ulaşma hızı oldukça artmış, görsel ve işitsel iletişim kanalları güçlenmiş ve alternatifler çoğalmıştır. Web 2.0’in popülerlik kazanıp yaygın kullanımı ile birlikte, İnternet’in hizmet biçimleri de başkalaşmıştır (Koçak, 2012). Web’in yeni bir etkileşim kanalı olarak giderek çoğalan albenisi, insanların günlük hayatlarında ve geleneksel medya kullanımlarında da değişikliklere neden olmuştur. Web 2.0, görsel ve interaktif malzeme ve bilgiyi iletmek üzere kurulmuş siteler aracılığıyla, şahsiliğin göklere çıktığı mega demokratik bir platform şekline dönüşmüştür (Nalçaoğlu, 2007). Sosyal medya uygulamaları, İnternet’e demokrasi görünümü kazandırmış ve paylaşılan

içeriğin üreticisiyle onu tüketecek kişi arasındaki geleneksel ayrımın sınırlarını kaldırmıştır (Koçak, 2012). Tarihte ilk defa uygulama kullanıcıları, teknolojik bilgileri yeterli olmasa da içeriklere sosyal medya aracılığıyla katkıda bulunabilme, dokümanı dönüştürme imkanına erişmiştir (Koçak, 2012). Sosyal medyanın ortam olarak geleneksel medyadan farklı kablolar yerine bağlantı öbekleri ile kurulmuş bir etkileşim ortamı olmasıdır.

Sosyal medya, kişilere çok daha fazla alternatif ve üretilen içerik üzerinde çok daha fazla düzenleme olanağı sunmaktadır. Geleneksel medya tüketicilerine dönüt verme imkânı veremediği için bu konuda daha sığ kalmaktadır. Sosyal medyada okur, geleneksel medyadan ayrı olarak tepkisini hemen verebilme olanağına sahiptir ve bilginin oluşum sürecine de direk etki edebilmektedir (Yaylak, 2017). Sosyal medyayı, geleneksel medyanın bir seçeneği olarak değil de bir tamamlayıcısı olarak görmek daha faydalı olacaktır (Köksal, 2012). Çünkü sosyal medya kullananlar da geleneksel medyadan etkilenmektedir ancak aradaki fark interaktif kullanıcılar olaylara yorum katabilmekte, şahsi bakış açılarını yansıtabilmektedir.

Sosyal medya ortamları, geleneksel medya ile karşılaştırıldığında kişilerin kendilerine sunulan içeriklerin sadece birer tüketicisi olma rolünü kişilere izleyici, katılımcı ve de üretici gibi üç farklı role sahip olma şansının sunmuştur (Koçak, 2012). Ayrıca yeni medya paylaşımlarına ulaşmak oldukça kolay ve masrafsızdır (Yaylak, 2017). Sosyal medya uygulamaları ile içeriğin akışı geleneksel medyadaki gibi üreticiden izleyiciye yani yukarıdan aşağıya şeklinde olmamakta, içerik akışının aşağıdan yukarıya doğru olduğu, gün geçtikçe daha fazla kullanıcının katkı sağladığı yeni içeriklerle her kullanıcının birer yazar haline geldiği görülmektedir (Koçak, 2012).

Sosyal medyada kullanılan konu filtreleme teknikleriyle üyelere sadece ilgilendikleri konular hakkında haber ulaşmaktadır (Kolbitsch ve Maurer, 2006). Geleneksel medyada aynı zamanda olma zorunluluğu sosyal medya ile ortadan kalkmış, herhangi bir bilginin istenilen bir zamanda erişilebiliyor olması sebebiyle İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının istedikleri zaman dilimlerinde bilgiye ulaşabilmeleri söz konusudur (Göker ve ark., 2010). Yeni medya ile geleneksel

medyada yaşanan zaman ve mekân sınırlaması ortadan kalkarak İnternet'e ulaşma imkânı olunan her nokta, paylaşımlara ulaşma olanağı sağlamaktadır (Yaylak, 2017).

İnternet'le birlikte gelen yenilikler ve donanımsal özellikler sosyal medya platformlarında pazarlama anlayışına yeni bir bakış kazandırmakta, geleneksel medyada bulunmayan farklılıkları içermektedir (Köksal, 2012). Bu farklılıklar yalnızca teknolojik özelliklerden değil kişiler arasında ve kurumların kişilerle bire bir etkileşimi gibi sosyallik temelli ilişki ve iletişim kurma olanağından kaynaklanmaktadır.

Johnson ve Kaye (2004), blog uygulamalarını kullanan üyelerle ilgili yaptıkları çalışmalarında, üyelerin çoğunluğunun, blogları, daha özgür, mantıksal ve daha insani özellikleri barındırıyor olmaları sebebiyle, geleneksel medyaya nispeten daha güvenilir bulduklarını ifade etmektedirler. Kolbitsch ve Maurer (2006), kullanıcıların yeni uygulama ve hizmetlerle, geleneksel bilgi sağlayıcı medyalardan daha bağımsız bir form kazandığını belirtmektedirler.

Yeni medya platformlarında içerik üreten üyeler geleneksel medyada içerik üreten profesyonellerden daha fazla bilgi, paylaşım ve doküman üretme eğilimi göstermektedir (Yaylak, 2017). Araştırmacılar, blog gibi uygulama kullanıcılarının geleneksel medyayı her ne kadar eleştirseler de tamamen de görmezden gelemediklerini belirtmişlerdir (Johnson ve Kaye, 2004). Gelecekte büyük ihtimalle profesyonel editörlerin, bilginin küçük bir yüzdesini yazacağını ve yeni medya şirketleri tarafından paylaşılacağını, wiki, blog ve podcast benzeri uygulamaların içerik üreticisi olan platformlar olacağı tahmin edilmektedir (Kolbitsch ve Maurer, 2006). Yeni medya hizmetleri, kişilerin şahsi bilgilerini herkesin ulaşımına açık bir şekilde getirmeleri desteklemekte ve ortak aklın gelişmesine kaynak sağlamaktadır (Kolbitsch ve Maurer, 2006).

Geleneksel medyaya reklam vermenin mali karşılığı, sosyal medyanınkinden çok yüksek olduğu için kazanç yönünden küçük olan işletmelerin geleneksel medyaya reklam verme şansı bulunmamakta hatta geleneksel medya ismi ile nitelendirilen televizyon, radyo, gazete gibi araçlarda dahi kişiler markanın interaktif

sayfasına yönlendirilmeye çalışılmaktadır (Köksal, 2012). Sosyal medyada haber niteliğine uygunluk kaygısı olmaksızın piyasaya sürülen bu içerikler, büyük bir hızla yayılmakta, oluşan hatalar ise yeni medyanın imkanlarıyla aynı hızla düzeltilebilmektedir (Yaylak, 2017). Geleneksel medyada yapılan yanlışların düzeltilebilmesi ise çok zor ya da imkansızdır (Arık, 2013).

Sonuç olarak sosyal medya, başka seçenekler içeren bir medya olsa da ve geleneksel medyada mevcut olmayan bir esneklik, iletişim ve ifade imkânı sunsa da her iki medyanın birbirini dışlamayan, hatta uyumlu bir biçimde hareket eden, kaynaklarından karşılıklı beslenen ve hatta birbirine destek olan iki medya kanalı olarak görmek gerekmektedir (Koçak, 2012).

### **2.3.10. Sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkileri**

Dijital çağın etkisiyle insanın zihinsel yapısında ve düşünme biçimlerinde negatif ya da pozitif etkili kökten bir değişimin oluştuğuna dair henüz yeterince net kanıt bulunabildiğini söylemek güçtür (İnan-Kaya, 2021). Sosyal medya, kişinin kimlik oluşturma, olaylara tepki verme ve etkileşim kurma şekillerini kökten değiştirip çok başka formlara taşımaktadır (Koçak, 2012). Sosyal medyanın insanlara, zamana, olaya, yere ve konuya göre değişen tesirleri söz konusu olmaktadır (Hazar, 2011). Sosyal medya uygulamalarından herkesin beklentileri farklı olmaktadır ve bu uygulamalar, başka kullanım amaçlarına, bu amaçların gerçekleşmesi ile de başka doyumlara sebep olabilmektedir (Tutgun-Ünal, 2015). Aguiton ve Cardon (2007), sosyal medyadaki uygulamaların, sanal dünyanın sosyal topluluğuna dikkat çeken World Wide Web'in tasarımcıları tarafından öngörülenden çok daha bireysel olduğunu ifade etmişleridir. Sosyal medya uygulamalarının kullanıcıları, Bloggerlar kendi içeriklerin yayınlamak, Instagram veya Youtube kullanıcıları fotoğraf ya da videolarını depolamak, Wikipedia üyeleri ilgilendikleri konu ile ilgili makale yazmak gibi oldukça kişisel motivasyonlara ve gayelere sahiptirler (Koçak, 2012).

Sosyal ve medya kavramlarının birleşmesiyle daha demokratik, daha şeffaf ve herkesin ulaşımına açık bir etkileşimin söz konusu olması; insanları, kültürü,

politikayı, ekonomiyi ve günlük hayatı doğrudan etkilemekte ve dönüştürmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının birer içerik üreticilerine dönüşmesi, ortak aklın oluşturulması ve küresel demokrasi kültürünün yerleşmesi noktasında çok önemli bir gelişmedir (Civelek, 2009). Kullanıcının ürettiği içerikle birlikte ortaya çıkan değişiklikler, içeriklerin pasif bir biçimde tüketilmesi ve toplu dağıtım yerine karşılıklı etkileşimli ve çift yönlü katılımlı bir platforma bırakmaya başlamıştır (Koçak, 2012). Tüm dünyayı tek başına harekete geçiremeyecek küresel bir gücün, sosyal medya yardımıyla büyük oranda sağlanması, sosyal medyanın kitleleri etkileme gücünü ortaya çıkarmıştır (Tutgun-Ünal, 2015). Bu etkileme gücünü ise bireylerin iletişimleri için ücretsiz ve kolay bir kanal sunması, zaman sınırının ve mekân zorunluluğunun olmaması güçlendirmiştir (Hazar, 2011). Dünyanın küresel bir köy haline gelmesinin hız kazanması ve kapitalizmin de benzer şekilde yeniden yapılanması aşamasında yeni haberleşme teknolojilerinin ekonomik, politik ve kültürel alanların değişmesinde bazı önemli tesirlerde bulunduğu, İnternet'in özellikle sosyal medyanın yeni bir kültürel platform, özgürlük alanı ve ticari bir pazar olarak piyasaya çıkmasının yeni global değerlerin, bireysel kimliklerin ve alışkanlıkların hızlı bir biçimde dolaşmaya başlamasına imkân sağlamıştır. Sosyal medyaya toplumsal olarak bakıldığında, günümüzde kamuoyu ve politik etkileri gözlenmekte, siyasi bir olay karşısında bireylerin sosyal medya uygulamaları aracılığıyla protesto edebildiği, hatta sosyal medya araçlarını fikir birliği oluşturmak ve isteklerini ifade etmek için yoğun olarak kullandığı görülmektedir (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal medyanın Tunuslu bir bilgisayar mühendisinin intiharıyla başlayan oradan da Ortadoğu'ya sıçrayan protesto davranışları ve ayaklanmalar, sosyal medya araçlarının ve İnternet'in toplulukları yönetme, kitleleri harekete geçirebilme faaliyetinin ne kadar güçlü olduğunu göstermiştir (Dikme, 2013). Arap Baharında yaşanan akış özellikle genç bireylerin, dijital ortamda oluşturdukları iletişim bağlantılarıyla seri bir şekilde haberleşip büyük bir birliktelik oluşturabileceklerini tüm dünyaya göstermiştir (Bozkurt, 2011). Gün geçtikçe başka ülkelere de yayılan Arap Baharı protestolarının tek sorumlusunun Facebook olduğu düşüncesi mevcut durumu tam olarak ifade edemediği değerlendirilmesi, bunun yanında sosyal medyanın bölge halkının bilgilendirilmesinde, eğitilmesinde ve dünyayla

etkileşimlerinin sağlamaştırılmasında üstlendiği rolün öneminin yadsınamaz bir gerçek olduğu söylenmiş ve bu tarz gelişmelerin devletleri güçsüzleştirdiği, kişileri ise güçlendirdiği belirtilmiştir (Zakaria, 2011).

Sosyal medya kanallarıyla kendini çok daha kolaylıkla ve daha fazlaca ifade edebilme şansı bulan kişi, diğer kişilerle hiç olmadığı kadar iletişime geçme, daha büyük topluluklarla buluşabilme, dijital içerik üreten ve etkin bir katılımcı olarak fikirlerini, tecrübelerini ve yorumlarını paylaşıp sosyalleşebilme imkânı bulmuştur (Koçak, 2012). Sosyal medyada bulunan içerikler, üyeler tarafından üretildiği için orijinallik önemli bir durum olmaya başlamış, sosyal medyanın içeriğini üreten bireyler ve sosyal medyayı takip eden bireyler arasındaki bakış açısı farklılıkları ortadan kalkarak dönüşümün hızı artmış, büyük bir katılım çağı doğmuştur (Dikme, 2013). Araştırmacılar, kişinin kendi kendine sanal dünyada üretim halinde olmanın hızlı yükselişinin ardındaki sosyolojik sebeplerin, kültürel malzemenin artması, orijinal ve görünür olma isteği, yeni şekillerde kimlik oluşturma denemeleri, popülerlik ve ünlü olma arayışı gibi modern toplumdaki bireyselleşme faktörlerinde aranabileceğini ifade etmektedirler (Koçak, 2012). Ayrıca kişisel düşüncelerin, fotoğrafların, toplumsal olaylarla ilgili fikirlerin, kültürlerle ilgili yorumların paylaşılabilmesi, bireyselleşmenin ön planda olduğu toplumlarda kimlik oluşturma sürecinin yeni bir şekli olarak belirlemektedir.

Sosyal medyanın imkanları bir yandan kullanıcıları bireyselleştirmekte, diğer taraftan da yeni bir şekilde sosyalleştirmektedir (Koçak, 2012). Sosyal medya, kullanıcılarını dijital ortamdaki toplumsal etkileşimlerini gerçek dünyadan bildiği ve güvenilir bulduğu sosyal medya uygulamaları üzerinden yeniden oluşturmakta ve dönüştürmektedir (Binark, 2000). İnsanlar, bireysel zevklerini ve yaşam şekillerini sosyal medya kanalıyla paylaşarak, bu tecrübelerle birbirleriyle bağlantılı duruma gelmekte ve grup kişilikleri inşa etmektedirler. Sosyal medyanın bireylerde ve buna bağlı olarak sosyal ilişkilerde görülen ve gün geçtikçe güç kazanan etkilerinden bir başkası da kısa zamanda ilişkileri bitirebilmek ve yeni bir ilişkinin kolayca kurulmasına imkân sağlamasıdır (Hazar, 2011).



Sosyal medya üyeliğinde oluşturulan profille tutarlı olma arzusu bireye bazı tedirginlikler yüklemekte, kişiyi belli bir forma sokmakta, kişinin rahat hareket etmesini engellemekte ki bu profiller aslında belli bir biçimi olamayan, durum, olay ve kişiler karşısında kültüre, menfaate göre farklı davranışlar gösterebilmektedir (Dikme, 2013). İnternet'in kendi sistemi içinde ortaya çıkan sanal topluluklarla beraber kişiler giderek yalnızlaşmakta, fiziki dünyadan kopmakta, çevrelerine ve kendine yabancılaşmaya, yüz yüze iletişim etkinliklerini azaltmaya, gerçek olmayan kimlikler edinerek kendini ve yakınlarını yanıltma yoluna gitmektedirler (Demir, 2006). Ayrıca; sosyal medya uygulamalarının bireylerin ailesi ve tanıdıklarıyla yüz yüze iletişim kurmasını engellemesi, mekânsal iletişimi azaltması gibi sosyal bağları zayıflatıcı etkilerinin olduğu görülmektedir (Hazar, 2011).

### **2.3.10.1. Sosyal medyanın aile bireyleri üzerindeki etkisi**

Dünyanın küresel bir köye dönüşme sürecinde her bölgeden farklı demografik niteliklere sahip kişilerin hayatlarını kolaylaştırabilecek bilgilere sosyal medya uygulamalarıyla ulaşabilmelerine imkân sağlayan İnternet, günümüzde birey olarak ve toplumsal anlamda etkileşimin ve bilgi alışverişinin odağını oluşturmaktadır (Bila, 2001). Son on yılda yaşanan teknolojik ve dijital dünyada gelişmelerle birlikte klasik iletişim kurma yöntemleri de başkalaşmıştır. Bu sanal dünyanın sunduğu kolay ve masrafsız iletişim kurma şekilleri bireyleri daha çok akıllı telefon ve benzeri araçlarla iletişime kurmaya itmiştir. Öyle ki kişi evden çıkmadan market alışverişini, giyim alışverişini hatta yemeğini sipariş verebilmekte, dünyanın neresinde olursa olsun istediği kişi ile canlı ve görüntülü görüşebilmekte, işini evindeki masasından sürdürebilmektedir. Bu kolaylıklar bireylerin çevre, akraba, iletişim, kültür, yaşam şekli gibi birçok alanda düşüncelerini şekillendirmiş ve dönüştürmüştür. Modern şehir ailesi, boş vakitlerin birlikte değerlendirilmesi açısından önemini kaybetmiştir (Güleç, 2018). Bu dönüşüm aile içi iletişimde de benzer durumları ortaya çıkarmış hatta bir odadan diğer odaya WhatsApp gibi uygulamalarla yazışarak haberleşmeler olmuştur. Bu durum özellikle birçok konuda kolaylık sağlayan dijital bir dünyanın içinde doğan yeni neslin bu teknolojiye entegre hızı ile daha da artmaktadır. Dinamik bir yapısı olan teknoloji, toplumsal düzende başlattığı etkileşim ile hayatın tüm kesimlerinde büyük değişiklikler başlatmıştır.

### **2.3.10.2. Sosyal medyanın çocuklar üzerinde etkisi**

Türkiye’de özellikle yeni neslin boş vakitlerini değerlendirme aktiviteleri daha çok pasif kalarak gerçekleşmektedir (Öksüz, 2012). Genç nüfusun büyük bir oranı, sosyal medya uygulamalarını sosyalleşme aracı olarak görmekte, boş vakitlerini değerlendirme aktivitesi olarak da bilgisayar, İnternet ve akıllı telefon kullanmaktadır (Güleç, 2018). Yeni nesil arasında aktiviteler fiilen olmaktan çok dijital dünyaya kaymış, sosyallik ve ilişkilerin çoğu da bu platform üzerinden yürütülmektedir. Sanal dünyada oluşan bu ilişkiler ağı ise gerçek dünya ile gençlerin çoğu zaman bağıını koparmakta, kurgu bir alem ile dış gerçeklik arasındaki uçurumu açmaktadır. Bu durumu daha da sorun haline getiren faktör ise anne babaların yeni nesil çocuklarda zamanın çoğunun ayrı ve sanal dünyada geçirilmesi probleminin farkında olmamalarıdır (Aslan ve Cansever, 2012). Güleç’e (2018) göre sosyal medya, çoğu zamanını ekranda geçiren yeni neslin fiziksel ve psikolojik gelişimde; görünüşte sosyalleştirse de genel anlamda bireysellik ve yalnızlık, sanal âlemde hareketlilik ancak fiziksel anlamda pasiflik, vaktin çoğunun ekran başında geçmesi ile hayal gücünde daralma gibi birçok ciddi olumsuzluklara maruz kalmaktadır. Bu noktada anne babalara düşen görev, vaktinin çoğunu ekran başında geçiren çocuğunun arkadaşlarıyla yüz yüze etkileşime geçmesi için fiziksel ve sosyal faaliyetlere teşvik etmesidir. Ayrıca anne babalar kendileri de bu konuda çocuklarına model olmalı, omlar için özel zaman ayırıp beraber vakit geçirmeye çaba harcamalıdır (Güleç, 2018).

### **2.3.10.3. Sosyal medya kullanımının ebeveynler üzerindeki etkisi**

2021’in bitmesine az bir zaman kalmış bugünlerde dünya nüfusunun %62’si gibi büyük bir oranda İnternet kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu durumu son iki yıldır yaşadığımız Covid-19 salgınına bağlı hareket kısıtlaması ve teknolojik yenilikler mutlaka tetiklemiştir. İnternet kullanımına paralel artışta çoğalan sosyal medya kullanımının kullanıcı sayısı da ciddi rakamlara ulaşmıştır (Güleç, 2018). Bu artışın nedenleri arasında sadece bilgi almak gibi amaçlar için kullanmak değil buna artı olarak tüm aile üyelerinin, pandemi sonrasında sosyal yaşamda ortaya çıkan ev ofis çalışma sistemi ya da zorunlu evde kalma süreçleri gibi yeni şartlarla birlikte iş

ve eğlence amacı ile de kullanımlarını artmıştır (İnan-Kaya, 2021). Günümüzde kişilerin İnternet'te geçirdiği vaktin diğer kişilerle iletişim kurmak için kullandıkları vakitten daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Demir, 2006). Buna karşın bilgi edinmenin yeni yolu olan İnternet'in insanlar tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması ile birlikte düşünceler, hedefler, hayaller, duygular ve değerler kişi ve ailelerin hayatlarını olumlu yönde de değiştirebilmektedir. Sosyal medyada vakit geçirmek, başka faaliyetlere ayrılan vakti azalttığı için bireylerin hayatları üzerinde bazı pozitif etkilerinin yanında zamanı öldürme aracı olarak ve bireylerin yüz yüze kurdukları iletişimi köreltme gibi negatif etkisi de mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Güleç, 2018). Sosyal medya araçlarının ve İnternet'in kişilere sınırsız özgürlükler kazandırdığı algısı, kişiye gerçek yaşamda yapamadığı pek çok davranışı kazandırdığı yeni dijital kimlikler sayesinde yapabilme cesaretini vermektedir. Araştırmalar ebeveynlerin online teknoloji ile ilgili beceri, bilgi ve ilgiler konusunda çocukların ve gençlerin gerisinde kaldıklarını ortaya koymaktadır. İnternet kullanımında çocuklar ve gençler, öğrenmeye daha yatkın, yeniliklerin kabulüne ve uygulamasına daha açık olmaları gibi nedenlerden dolayı büyük bir potansiyel oluşturmaktadırlar (Börü, 2001).

Sosyal medyanın yenilikleri ile birlikte anne, babalar ve çocukları arasındaki etkileşim de şekil değiştirmiş, teknolojik şartlara çabuk entegre olan çocukların öğrenme hızlarına uyum sağlayamayan anne babaların bazı konuları çocuklarından öğrenmeye istekli hale gelmişlerdir (Dikme, 2013). Bu öğrenme sonucunda sosyal medyaya kullanımı konusunda daha eğilimli bir pozisyon alan ebeveynler, çocuklarıyla da dijital platformu paylaşmaya başlamış, çocuklarının arkadaşlarını ve çevrelerini de sosyal medya kanalıyla yakından tanıma ve takip etme imkânı elde etmişlerdir (Bhuiyan, 2006).

#### **2.3.10.4. Sosyal medyanın aile iletişimindeki rolü**

İnsan yaşamının her döneminde etkisini hızlı ve güçlü bir biçimde gösteren yeni iletişim platformu sosyal medya, küçük-büyük herkesi inanç, dil veya ırk ayırt etmeden ortak bir zeminde bir araya getirmeyi başarabilen teknolojik bir mecra olarak günlük hayatın bir parçası olmuştur (Balcı ve ark., 2019). Birçok bireyin

yaşamında merkeze yerleşen sosyal medya, bireyin diğer bireylerle iletişim kurdukları, duygu ve fikirlerini ifade ettikleri sanal bir mecra olarak kişiler arası etkileşimi dijital ortamlara taşımış, özellikle mobil telefonların hızlı bir şekilde gelişmesiyle sosyal medya kullanımını fazlalaşmış ve kişiler arası yüz yüze iletişimde kopukluklara sebep olmuştur. Bu durum aile içi iletişimde de yaşanmaya başlamış, aile üyelerinin aynı çatı altında olmalarına rağmen azalan iletişimlerini araştırmalara konu olmuştur. Sosyal medyanın aile içi iletişime etkileri ile ilgili bazı araştırmalarda kişilerin ailesi ve sosyal çevresi ile yüz yüze iletişimlerinin negatif yönde etkilendiğini, aile üyelerinin sosyal medya uygulamalarını yoğun kullandığı zamanlarda aileler çocuklarını yeteri kadar takip etmeyip bu sürede kendilerine vakit ayırmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Demir, 2016). İnternet’te sosyalleşme ve iletişim için harcanan zamanın aslında beşerî ilişkiler noktasında önemli ve çok etkili olan yüz yüze kurulan iletişim için ayrılması gereken vakti çalması sosyal medya uygulamalarının aile içi iletişime etkisinin temel faktörüdür.

Aile içi iletişim için aile bireylerinin bir arada olması çok önemlidir ancak günümüzde sosyal medyanın varlığıyla birlikte bireylerin iletişim için bir arada olma şartı ortadan kalkmıştır (Güleç, 2018). Bu durum mesafeler arasını kısaltması açısından kolaylık olurken yakın mesafe iletişimlerinde tam tersine iletişim sorunları ortaya çıkarabilmektedir. Aile içi durumlardan haberdar olmayan hatta aynı ortamda konuşulduğunda dijital dünyadan kopmadığı için duymayan ya da tepkisiz kalan bireyler, aile içinde en çok şikâyet edilen durumlardan sadece biridir. Sosyal medya teknolojileri vasıtasıyla kurumlar ve insanlar, mesaj bombardımanı yaşayarak duyarsızlaşmakta ve duyarsızlık kişilerin farklı davranışlar göstermesine ve yeni beklentilere, yeni iletişim uygulamalarına yönelmesine neden olmaktadır (Vural ve Bat, 2010). Sosyal medyanın yoğun kullanımı ile birlikte oluşan bu ortamda gerek sosyal etkileşimlerde gerekse aile içi etkileşimde dijital dünyadan kopamayan kişiler gerçek dünyada etkileşimlerini aksatma yönünde problem yaşamaktadır (Güleç, 2018). Oluşan bu etkileşim sorununu çözenin yolu ise aile içinde yüz yüze ve açık iletişim kurma yani karşılıklı konuşmaktır. Aile üyelerinin aynı ortamda beraber zaman geçirmesi ve yüz yüze konuşma yoluyla etkileşim kurması, mekânsal birliktelik aile içinde kurulan en yalın iletişim şeklidir ve sorunları en kolay ve en hızlı çözüme ulaştırma yoldur (Güleç, 2018). Sosyal medya uygulamalarının

kullanılması ailede, kişilerin farklı mekânlarda olduğu, beden dili kullanılmadığı, yüz yüze iletişimin yapılamadığı aile içi etkileşim engeli ortaya çıkarmakta yani kişilerin arasında bulunan mekânsal uzaklık ne kadar çoksa aile içinde iletişimde de o kadar çok problem yaşanmasına sebep olmaktadır (Arabacı, 2011).

Teknolojik yenilikler kişilerin hayatında kolaylık sağlamasına rağmen, samimiyet, sevgi, ilgi, güven, sadakat, dayanışma gibi mevzulardan insanları mahrum bırakmış ve ruhsal bunalım, saldırganlık, şiddet, bencillik, ego, yalnızlık, kaygı, stres ve depresyon gibi problemleri de beraberinde getirmiştir (Aktaş ve Çopur, 2018). Yapılan bir araştırmada haftada, beş saatten fazla sosyal medya ve İnternet kullanan kişilerin ailelerine ve yakın çevrelerine ayırdıkları vakti azalttığı, bu bireylerin %10'unun ise sosyal medya ve İnternet nedeniyle ev dışı faaliyetlere az katıldıkları tespit edilmiştir (Dilber, 2019). Sosyal medyada harcanan zaman sebebiyle sağlıklı ailelerde olan beraber vakit geçirme, sadakat gösterme, takdir etme, iletişim kurma, inanç ve değerlerle problemlerin üstesinden gelme kabiliyetleri körelmekte bu durumun getirisi olarak aile iletişimine negatif etki olabilecektir (Aktaş ve Çopur, 2018).

Gençler sosyal aktivitelerde bulunmak yerine, odalarında ve yalnız, İnternet'te vakit geçirmeyi tercih ettikleri için sosyal yaşamdan izole olmakta ve sonuç olarak bu durum aile üyelerinin boş zamanlarını birbirinden ayrı geçirmeleri söz konusu olmaktadır (Aslan ve Cansever, 2012). Gençlerin odalarına çekilip İnternet ve sosyal medya hesaplarında gezmeleri ya da aile üyeleri ile beraberken İnternet'e bağlanma durumu anne babalarıyla olan ilişkilerini negatif yönde etkilemekte, aile bireyleri arası açık ve yüz yüze olan iletişimi sekteye uğratmaktadır (Güleç, 2018). Sosyal medya ve İnternet, ailelerin temel yapısına ve toplumsal yapıya zarar verdiği yapılan araştırmalarla tespit edilmiş, çözüm olarak sosyal medyanın süreli, dikkatli ve bilinçli kullanılması gerekmektedir (Yalçın ve Yalçın, 2018).

### **2.3.11. Sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalar**

Günümüzde klasik iletişim kurma şekillerinin yerine kullanılan sosyal medya araçları ile bireyler birbirleri ile kolaylıkla ve hızlıca iletişim kurabilmekte ve sosyal

medya uygulamaları ve sanal gruplar üzerinden paylaşımlar yapabilmektedir (Demir, 2016). Ancak bu kolaylıkla birlikte kişi hayatında olumlu olumsuz bazı değişiklikler yaşamaktadır. Yapılan araştırmalar teknoloji temelli geliştirilmiş olan sosyal medyanın yine teknoloji gibi hayatı kolaylaştırıcı birçok olumlu yönünün yanında her ne kadar sosyal ifadesi ile ifade edilse de sosyal medyanın ruhsal, sosyal ve toplumsal anlamda olumsuzluklara neden olduğu ifade etmektedir. Sosyalleşme ifadesi aynı kalmakla birlikte kişilerin bu sosyalleşme sürecini gerçekleştirmeleri artık değişen dünya ile birlikte farklı mekân ve vakitlerde olabilmekte, kişiler sabah uyaandıklarında ilk önce birbirlerine günaydın demeden mobil telefonları ile İnternet'e girip sosyal medya hesaplarına göz atar hale gelmişlerdir (Dikme, 2013). Sosyal medya uygulamalarının ve İnternet'in fazla kullanımının farklı ruhsal ve sosyal problemlere yol açtığını gösteren pek çok araştırma sonucu bulunmaktadır (Demir, 2016).

We are Social (2021) raporuna göre Türkiye'de nüfusun 60 milyonu yani toplam nüfusun yaklaşık %70,8'i sosyal medyayı günlük 2 saat 57 dakika kullanmaktadır. Türkiye, sosyal medyada zaman geçirme noktasında bu yıl 14. sırada yer almaktadır. Sosyal medya uygulamaları arasında en çok tercih edilenler sırasıyla YouTube, Instagram ve WhatsApp uygulamalarıdır. Habere ulaşmak için tercih edilen sosyal medya uygulamalarında %49 kullanım oranı ile ilk sırada Facebook bulunmaktadır.

Sosyal medya araçları teknolojik gelişmelerle birlikte artık yalnızca iletişimi sağlamamakta, eğlence, bankacılık işlemleri, oyun, bilgi edinme gibi pek çok konuda kullanılarak, kişilerin hemen hemen her ihtiyacını karşılamaya aday görünmektedir (Demir, 2016).

Sosyal medyanın ve sosyal medya araçlarının çok kullanılmasının kalitesiz ve yetersiz uyku, zihinsel meşguliyette artma, sosyal medya kullanımının kontrolü ya da sınır koyma konusunda tekrarlayan fikirler, erişim isteğini engellemede başarısızlık, her defasında İnternet'te daha fazla zaman harcamak, erişimde değilken özlemek, gerçek hayat aktivitelerinde azalma, akademik niteliklerde gerileme ve sosyal ilişki problemleri gibi tesirleri olabilmektedir.

Sosyal medyanın yoğun kullanımıyla ilgili yapılan bir çalışmada kişilerin ailesi ve akrabaları ile iletişimlerinde negatif etkileri olduğu belirtilmektedir (Demir, 2016).

Yapılan başka bir çalışmada kadın ve erkeklerin İnternet ve sosyal medya kullanım sıklıkları araştırılmıştır. Bir haftalık sosyal medya kullanım alışkanlıkları incelendiğinde İnternet ve sosyal medya uygulamaları kullanımında kadın kullanıcıların erkek kullanıcılara göre daha sık kullandığı görülmüştür (Balcı ve ark., 2019).

Araştırmalara göre İnternet'te ve sosyal medya uygulamalarında çok fazla vakit geçirilmesinin insanları ait olduğu sosyal ortamdan ayırıp yalnızlığa ittiği, akrabalık ve arkadaşlık bağlarını zayıflattığı, gerçek hayatta kendini açıkça ifade edemeyen kişilerin dijital dünyada kendilerini daha rahat ifade ettiği görülmektedir (Demir, 2016).

Barker'ın (2009) yaptığı araştırmaya göre kadınlar sosyal medya uygulamalarını akran gruplarıyla etkileşim, eğlence ve zaman geçirmek için kullanırken erkekler sosyal medya uygulamalarını sosyal denge kurmada bir vasıta olarak kullanmak için, sosyal kimlik doyumunu elde etmek için ve öğrenme amacıyla kullanmaktadır.

Gerek çocukların gerekse aile üyelerinin İnternet ve sosyal medyayı yoğun kullandığı zamanlarda aileler çocuklarını takip etmek yerine kendilerine vakit ayırmayı tercih etmektedirler (Demir, 2016). Ayrıca sürekli dijital dünyada sosyalleşmeye çalışan yetişkinlerin eşini ve çocuklarını ihmal ettiği görülmektedir (Harzadın, 2012). Dijital dünyada tanımadığı insanlarla yeni arkadaşlıklar kurmak için sosyal medyadan iletişime geçmek evliliklere de zarar vermekte ve bu durum çiftler arasında güven sorunu ortaya çıkararak tartışmalara sebep olabilmekte, tartışmaların artması sonucu oluşan bu durum çiftlerin boşanma oranını arttırmaktadır (Güleç, 2018).

Diğer taraftan, İnternet ve sosyal medyanın yoğun kullanımının romantik ilişkilerde oluşturduğu sorunun yanında uyku bozukluğu yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı gibi sorunların yanında ortaya çıkmış başka ruhsal problemleri de olabilir ve fazla sosyal medya kullanımının ya da sosyal medya bağımlılığı yaşama ihtimali gibi negatif sonuçlar da görülmektedir ki bazı bulgularla madde bağımlılığı ya da başka davranışsal bağımlılıklara benzetilmektedir (Kuntsche ve ark., 2008).

Aşırı şekilde durum ve konum bildirim yapma ihtiyacı üzerinde çalışılan psikologlar bu durumu sosyal bildirim bağımlılığı diye tanımlamaktadır (Güleç, 2018). Bu durumda olan kullanıcılar durum ya da konumlarını paylaşarak sosyalleşeceklerini planlamalarına rağmen kişi aslında asosyal olmakta, beyin gelen bildirimlerin tesiriyle sosyal kalmakta, gerçek hayattaki sosyal ilişkileri reddetmektedir (Çam ve İşbulan, 2012). Hemen bakıp çıkacağım mantığıyla zamanın büyük bir bölümünün sosyal medya uygulamalarında geçirildiği bilinmekte, sıklıkla yer bildirim yapma, durumunu paylaşma, beğeni ve yorum merkezli yaşama sosyal bildirim bağımlılığının belirtileri olarak görülmektedir (Güleç, 2018).

Çözüm olarak yoğun sosyal medya ve İnternet kullanımı kaynaklı aile bireyelerine vakit ayırmama durumunun ortadan kalkması için bu konuda ailelerin çeşitli programlarla eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir (Demir, 2006).



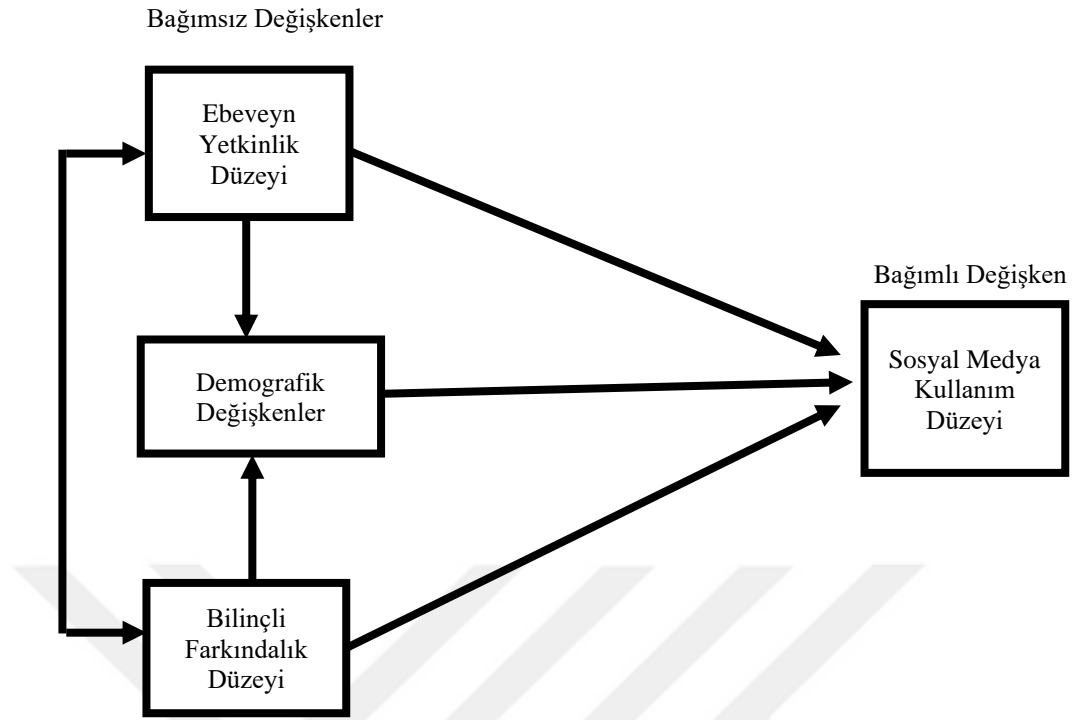
### 3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde; araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, veri toplama süreci ve araştırma verilerinin analizinde kullanılan istatistiksel yöntemlerle ilgili bilgilere yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelenmesini konu edinen bu çalışma ilişkisel tarama modelindedir.

İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok değişken arasında beraber değişim olup olmadığını, varsa derecesini belirlemeyi planlayan araştırma modelidir (Karasar, 2012). Bu araştırmada, demografik değişkenler, ebeveyn yetkinlik düzeyi, ebeveyn bilinçli farkındalık düzeyi bağımsız değişken; sosyal medya kullanım düzeyi ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Demografik değişkenlerin, ebeveyn yetkinlik düzeyinin ve bilinçli farkındalık düzeyinin birbirleri ile ve sosyal medya kullanım düzeyi ile ilişkisi olup olmadığı incelenecektir. Bu sebeple araştırma nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli ile desenlenmiştir. Araştırmanın değişkenlerine yönelik şema aşağıdaki gibidir;



**Şekil 3.1:** Araştırma Modeli

Şekil 3.1’de ifade edilen araştırma modelinde demografik değişkenler, ebeveyn yetkinliği ve bilinçli farkındalığın hem birbirleri ile hem de sosyal medya kullanımı ile olan ilişkisi şekillendirilmiştir.

### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2020-2021 eğitim-öğretim yılında İstanbul ilinde ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak araştırmacı için gerek ekonomik gerek ulaşılabilirlik açısından imkân dahilinde olmadığı için evren içerisinde örneklem alma yoluna gidilmiştir. Çalışmaya gönüllü olarak 432 ebeveyn katılmıştır.

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmacı tarafından araştırma için evreni temsil edeceği düşünülen ve örnekleme oluşturan veliler İstanbul şehirden rastgele olarak ve ulaşılabilir olmaları da dikkate alınarak seçilmiştir ve ölçekler uygulanmıştır. Ölçekler uygulanırken

gönüllülük esası dikkate alınmıştır. Uygulama sırasında velilerin ölçekleri doldurabilmesi için on beş günlük zaman sınırlaması verilmiştir. Uygulamada dijital ortamdan (googleform) destek alınmıştır. Gerekli izinler alındıktan sonra (Whatsapp, Telegram gibi) ulaşılan sınıf anneleri aracılığıyla velilere yönelik mesaj ile online ölçeğe ait link gönderilmiştir.

Araştırmada, Ek-1’de bulunan ebeveynler ile ilgili demografik bilgileri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu, ebeveynlerin yetkinlik düzeylerini ölçmek amacıyla Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği, ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeylerini ölçmek amacıyla Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve ebeveynlerin sosyal medya kullanım düzeylerini ölçmek amacıyla Sosyal Medya Kullanım Ölçeği kullanılmıştır.

### **3.3.1. Kişisel Bilgi Formu**

Bu çalışmada ortaokul öğrencisi çocuğa sahip velilere yönelik kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda velilerin cinsiyet, yaş, mezuniyet durumu, algılanan gelir durumu, medeni durum, çalışma durumu, çocuk sayısı, sosyal medya kullanma durumu, sosyal medyayı kaç yıldır kullandığı, sosyal medya hesap sayısı, sosyal medyayı kullanma sıklığı, sosyal medyada günlük geçirdiği süre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması ve sosyal medya kullanım amacı gibi kişisel bilgilerine yönelik toplam on dört soruyu cevaplandırmaları istenmiştir.

### **3.3.2. Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği (Perceived Parental Self Efficacy Scale)**

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinliklerine yönelik ölçüm için Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 11 maddeden oluşmuş olup 7’li Likert tipi derecelendirme ölçeğidir. Ebeveyn Yetkinlik Ölçeğinde tek faktör bulunmaktadır (Demir ve Gündüz, 2014). “Oldukça Yetersizim ve Oldukça Yeterliyim” arasında bulunan maddeler cevaplandırma kriterlerini oluşturmaktadır.

Ölçekten alınabilecek en düşük puan 11, en yüksek puan ise 77'dir. Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği, Caprara ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilmiş olup Türkçe uyarlaması Demir ve Gündüz (2014) tarafından yapılmıştır.

Ebeveyn Yetkinlik Ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasında geçerlik güvenirlik çalışmasına yer verilmiştir. Ölçeğin özgün formunda Cronbach Alfa katsayısı .92 olarak bulunmuştur.

### **3.3.3. Bilinçli Farkındalık Ölçeği (Mindful Attention Awareness Scale)**

Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeyini ölçmek amacıyla Brown ve Ryan (2003) tarafından geliştirilen Bilinçli Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Özyeşil ve arkadaşları (2011) tarafından yapılmıştır.

Gündelik hayattaki anlık tecrübelerin farkındalığında ve bu anlara karşı dikkatli olma şeklindeki yönelmeyi ölçen 15 maddelik ölçektir. Bilinçli Farkındalık Ölçeğinin yapı geçerliğini tespit etmek için yapılan açımlayıcı faktör analizi neticesinde ölçeğin tek faktörlü bir yapısı olduğu görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizi bulguları da ölçeğin tek faktörlü yapısı olduğunu doğrulamıştır (Brown ve Ryan, 2003). Ölçekten alınan sonuç, toplam puanı tek sonuç olarak verir ve toplam puanın yüksekliği kişinin bilinçli farkındalığının yüksek seviyede olduğunu ifade eder. Ölçekte yaşanan ana dikkatini vermemek, farkındasızlık ve otomatik pilot gibi bilinçli farkındalıkla örtüşmeyen nitelikleri barındıran maddeler bulunmaktadır. Bilinçli Farkındalık Ölçeği, 6 dereceli (Hemen hemen her zaman, çoğu zaman, bazen, nadiren, oldukça seyrek, hemen hemen hiçbir zaman), Likert türü bir ölçektir.

Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .82 olarak hesaplanmıştır. (Özyeşil ve ark., 2011). Bilinçli Farkındalık Ölçeği için yapılan madde toplam korelasyonu neticesinde ölçeğin tüm maddeleri için .40'ın üzerinde ilişki bulunmuştur. Bilinçli Farkındalık Ölçeğinde her madde için, madde faktör yükleri .48 ile .81 arasında değişerek test-tekrar test korelasyon .86 olarak hesaplanmıştır.

Bilinçli Farkındalık Ölçeği, ölçüt-bağıntılı geçerliği için yapılan korelasyon analizleri neticesinde de anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bilinçli Farkındalık Ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasında kullanılan İngilizce ve Türkçe formlardan çıkan toplam puanlar arasında pozitif ve anlamlı korelasyonlar saptanmıştır.

### **3.3.4. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (Social Media Use Integration Scale)**

Araştırmaya katılan ebeveynlerin sosyal medya kullanımı düzeylerini belirlemek için Deniz ve Tutgun-Ünal (2019) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte toplam 8 madde bulunmaktadır. Ölçek 5 dereceli, Likert tipi ölçek şeklinde hazırlanmış ve her maddeye katılımcıların, ilgili maddenin kendisini ne kadar ifade ettiğini belirtmek için “Bana Hiç Uygun Değil (1), Bana Az Uygun (2), Bana Orta Seviyede Uygun (3), Bana Çok Uygun (4), Bana Tamamen Uygun (5)” şeklinde ifadelendirilmiştir.

Ölçeğin alt ölçekleri de içeriklerine göre Süreklilik ve Yetkinlik alt ölçekleri olarak adlandırılmıştır ( Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin 1, 2, 3 ve 4. maddeleri Süreklilik boyutunu; 5, 6, 7 ve 8. maddeleri ise Yetkinlik boyutunu ölçmektedir. Süreklilik boyutu, bireyin sosyal medya kullanırken süreklilik sağlama derecesini ölçmektedir. Yetkinlik boyutu ise, bireyin sosyal medyada kendini hangi düzeyde yetkin gördüğünü ölçmektedir.

Güvenilirlik çalışmaları kapsamında Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .82; alt ölçeklerinin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları, Süreklilik .72; Yetkinlik ise .73 olarak hesaplanmıştır ( Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019).

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Veri toplama işlemi için 2021 yılı Eylül ayında, ortaokul öğrencisi çocuğa sahip, gönüllü 432 veliye ulaşılmıştır. Ölçeklerin uygulanması ve veri toplama dijital ortamda (googleform) yapılmıştır. Soruların tamamı katılımcı tarafından işaretlenmedikçe formlarda diğer sayfaya geçiş yapılmamıştır. Katılımcı

Bilgilendirme Formu ile katılımcıya, araştırmanın amacı, katılımcı araştırmaya katılırsa kişisel bilgilerin gizli tutulacağı, ankete verilecek cevapların, araştırmacı dışında herhangi bir kişi veya kurum ile paylaşılmayacağı, ancak araştırma sonuçları bilimsel platformlarda sözlü sunum, poster, yayın şeklinde paylaşılabilmesine dair bilgi verilmiştir. Aynı sayfada katılımcı tarafından onaylanan Aydınlatma Onam Formu ile katılımcılardan araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarına dair onay alınmıştır.

Araştırma anketi dört bölümden oluşmuştur. İlk bölümde demografik bilgilerin doldurulduğu form, ikinci bölümde ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyinin belirlendiği Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği yer almıştır. Üçüncü bölümde katılımcıların bilinçli farkındalık düzeylerinin belirlendiği Bilinçli Farkındalık Ölçeği ve son bölümde ise katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyinin saptandığı Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği yer almıştır. Toplamda 432 kişiye ulaşılmış, katılımcılardan 41'i sosyal medya kullanmadıkları için analizden çıkarılmış ve çalışma verilerinde 391 ebeveyn ele alınmıştır.

### **3.5. Araştırma Verilerinin Analizi**

Veri toplama ölçekleri ile googleform ile elde edilen veriler bilgisayar ortamına sayısal ifade olarak girilmiş ve bu veriler Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı (SPSS 22.0) kullanılarak istatistiksel sonuçlara dönüştürülmüştür. Örneklemi oluşturan bireylerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizi sonuçları incelenmiştir. Uygulanan ölçeklerden elde edilen ortalama puanları belirlemek üzere betimsel analizler kullanılmıştır. Kullanılacak diğer analiz tekniklerinin belirlenmesi için verilerin dağılım durumu incelenmiş ve normalliğin test edilmesi için veri setinin çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır. Aşağıdaki tabloda veri setine ait çarpıklık ve basıklık katsayıları verilmiştir.

**Tablo 3.1:** Ölçeklerin ve Alt Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

<b>Ölçekler ve Alt Ölçekler</b>	<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği	,091	-,512
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	,098	-,045
Sosyal Medya Kullanımı Alt ölçek Süreklilik	,077	-,800
Sosyal Medya Kullanımı Alt ölçek Yetkinlik	,290	-,731
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Toplam	,282	-,423

Tablo 3.1’de görüldüğü gibi araştırmada kullanılan Ebeveyn Yetkinlik Ölçeğinden elde edilen toplam puanların çarpıklık (,091) ve basıklık (-,512) değerleri, Bilinçli Farkındalık Ölçeğinden elde edilen toplam puanların çarpıklık (,098) ve basıklık (-,045) değerleri, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin alt faktörlerinden süreklilik için elde edilen toplam puanların çarpıklık (,077) ve basıklık (-,800) değerleri, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin alt faktörlerinden yetkinlik için elde edilen toplam puanların çarpıklık (,290) ve basıklık (-,731); Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden elde edilen toplam puanların çarpıklık (,282) ve basıklık (-,423) değerleri  $\pm 1,50$  aralığında olduğundan ölçekler normal dağılıma uymaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu nedenle analizler için normal dağılım (parametrik) testler kullanılmıştır.

Ebeveyn yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelemesi için pearson korelasyon analizinden faydalanılmıştır.

Araştırmada anlamlılık düzeyi .05, ileri derecede anlamlılık düzeyi de .001 olarak alınmıştır. Demografik değişkenler ile ölçek puanları arasındaki farkların anlamlılığı için ikili grupların karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t testi, üç veya daha fazla grubun karşılaştırılmasında Anova tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Levene testi ile homojen olduğu görülen dağılımlarda Anova analizi ve bu analiz sonucunda anlamlı farklılaşma varsa farkın kaynağını bulmak için çoklu karşılaştırma (Post Hoc) testlerinden Tukey testi, homojen olmayan dağılımlarda ise Welch’s testi ve farkın kaynağını bulmak için çoklu karşılaştırma (Post Hoc) testlerinden Tamhane testi kullanılmıştır.

Ölçekte yer alan maddelerin dağılımı ve bu araştırmada elde edilen Cronbach's Alpha güvenirlik değerleri tabloda şu şekildedir:

**Tablo 3.2:** Ölçeğin Maddeleri ve Boyutlara Ait Cronbach's Alpha Güvenirlik Değerleri

<b>Ölçekler ve Alt Ölçekler</b>	<b>Maddeler</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
Ebeveyn Yetkinliği	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	,95
Bilinçli Farkındalık	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15	,91
Süreklilik (Alt Ölçek)	1, 2, 3, 4	,78
Yetkinlik (Alt Ölçek)	5, 6, 7, 8	,84
Sosyal Medya Kullanımı (Toplam)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	,85

Tablo 3.2'de görüldüğü gibi Ebeveyn Yetkinliği Ölçeğinin Cronbach Alpha güvenirlik değeri ,95 olarak bulunmuştur. Bilinçli Farkındalık Ölçeğinin Cronbach's Alpha güvenirlik değeri ise ,91 olarak hesaplanmıştır. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin alt boyutu Süreklilik Cronbach Alpha güvenirlik değeri ,78; ikinci boyutu Yetkinlik ,84 olarak bulunmuştur. 8 maddelik Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin toplam Cronbach's Alpha güvenirlik değeri ise ,85 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler .70 sınırının üstünde olduğundan analizlerin yüksek derecede güvenirlikte olduğu görülmektedir.



## 4. BULGULAR

### 4.1. Verilerin Çözümlemesi

Bu araştırmada katılımcıların tamamladıkları Kişisel Bilgi Formu ve diğerk ölçeklerde yer alan bilgilerden elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Analizler sonucunda ölçeklerin betimsel analizleri ve elde edilen bulgular alt problemlere göre tablolar yardımıyla açıklanmıştır.

### 4.2. Betimleyici İstatistikler

#### 4.2.1. Demografik değışkenlerin frekans analiz sonuçları

**Tablo 4.1:** Demografik Değışkenlerin Frekans Analiz Sonuçları

		<b>n</b>	<b>%</b>
Cinsiyet	Kadın	311	79,5
	Erkek	80	20,5
Yaş	30-35	82	21
	36-40	115	29,4
	41-45	106	27,1
	46-50	64	16,4
	51 ve üzeri	24	6,1
Mezuniyet Durumu	İlkokul-Ortaokul	37	9,5
	Lise	86	22
	Lisans	222	56,8
Gelir Durumu	Lisansüstü ve Doktora	46	11,8
	Düşük	54	13,8
	Orta	315	80,6
Medeni Durum	Yüksek	22	5,6
	Evli	355	90,8
	Boşanmış	36	9,2
Meslek Durumu	Çalışıyor	211	54
	Çalışmıyor	180	46

**Tablo 4.2 (Devamı):** Demografik Değişkenlerin Frekans Analiz Sonuçları

		<b>n</b>	<b>%</b>
Çocuk Sayısı	Bir	84	21,5
	İki ve Üç	289	73,9
	Dört ve üzeri	18	4,6
Sosyal Medya Kullanım Yılı	1-5 Yıl	104	26,6
	6-10 yıl	164	41,9
	11-15 yıl	77	19,7
	15 ve üzeri	46	11,8
Sosyal Medya Hesap Sayısı	1	65	16,6
	2	146	37,3
	3-4	155	39,6
	5 ve Fazlası	25	6,4
Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı	Her Gün	342	87,5
	Gün Aşırı	34	8,7
	Haftada Bir	6	1,5
	Daha Seyrek	9	2,3
Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre	5 saatten fazla	20	5,1
	3-5 saat arası	53	13,6
	1-3 saat arası	229	58,6
	1 saatten az	89	22,8
	En sık kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları	Whatsapp	340*
	Instagram	292*	35,7
	Facebook	110*	13,4
	Twitter	76*	9,3
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Arkadaşlarla iletişim	340*	21,3
	Fotoğraf paylaşmak	109*	6,8
	Farklı arkadaşlar edinmek	7*	0,4
	Eğitim	266*	16,7
	Video-Müzik	138*	8,6
	Alışveriş yapmak	149*	9,3
	Düşünce paylaşmak	121*	7,6
	Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak	247*	15,5
	Çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak	179*	11,2

\* n sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 391 katılımcının 311’i (%79,5) kadın, 80’i (%20,5) ise erkektir. Katılımcıların 82’si (%21) 30-35 yaş, 115’i (%29,4) 36-40 yaş, 106’sı (%27,1) 41-45 yaş, 64’ü (%16,4) 46-50 yaş ve 24’ü (%6,1) 51 yaş ve üzeridir. Katılımcıların 37’si (%9,5) ilkokul-ortaokul, 86’sı (%22) lise, 222’si (%56,8) lisans, 46’sı (%11,8) lisansüstü-doktora mezunu bireylerdir. Katılımcıların 54’ü (%13,8) düşük gelire, 315’i (%80,6) orta düzeyde gelire, 22’si (%5,6) yüksek düzeyde gelire sahip bireylerdir. Katılımcıların 355’i (%90,8) evli,

36'sı (%9,2) boşanmış bireylerdir. Katılımcıların 211'i (%54) çalışan, 180'i (%46) çalışmayan bireylerdir. Katılımcıların 84'ü (%21,5) bir çocuğu olan, 289'u (%73,9) iki ya da üç çocuğu olan, 18'i (%4,6) ise dört ve üzeri çocuğu olan bireylerdir. Katılımcıların 104'ü (%26,6) 1-5 yıldır, 164'ü (%41,9) 6-10 yıldır, 77'si (%19,7) 11-15 yıldır, 46'sı (%11,8) 15 yıl ve üzerinde süredir sosyal medyayı kullanan bireylerdir. Katılımcıların 65'i (%16,6) 1 sosyal medya hesabı, 146'sı (%37,3) 2 sosyal medya hesabı, 155'i (%35,9) 3 ya da 4 sosyal medya hesabı, 25'i (%6,4) 5 ve daha fazla sosyal medya hesabı olan bireylerdir. Katılımcıların 342'si (%87,5) her gün, 34'ü (%8,7) gün aşırı, 6'sı (%1,5) haftada bir, 9'u (%23) daha seyrek sosyal medya kullanan bireylerdir. Katılımcıların 20'si (%5,1) günlük 5 saatten fazla, 53'ü (%13,6) 3-5 saat arası, 229'u (%58,6) 1-3 saat arası, 89'u (%22,8) bir saatten az sosyal medya kullanan bireylerdir.

Araştırma sonucunda en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarının yüzdelik dağılımına göre Whatsapp %41,6, Instagram %35,7, Facebook %13,4, Twitter ise %9,3 şeklinde bulunmuştur. Araştırmaya göre katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları yüzdelik dağılımına göre %21,9 arkadaşlarla iletişim kurmak, %7 fotoğraf paylaşmak, %0,4 farklı arkadaşlar edinmek, %17,1 eğitim, %8,9 video ya da müzik, %9,6 alışveriş yapmak, %7,8 düşünce paylaşmak %15,9 kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak, %11,5 çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak şeklinde bulunmuştur.

#### 4.2.2. Ölçeklerin betimsel analiz sonuçları

Araştırmadaki katılımcıların ebeveyn yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı düzeylerine ait görüşlerinin nasıl bir dağılım gösterdiğini, bütün maddelere verilen cevapların ortalamaları, standart sapmaları, boyut ortalamaları ve düzeyleri hesaplanıp tablo olarak verilmiştir.

**Tablo 4.3:** Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği Betimsel Analiz Sonuçları

	n	Minimum	Maksimum	$\bar{X}$	Ss
Ebeveyn Yetkinliği	391	11,00	77,00	42,41	13,73

Tablo 4.2’de görüldüğü gibi katılımcılar ölçekten ortalama  $42,41 \pm 13,73$  puan almıştır. Bu ölçekten 38 üstü puan alınması ebeveyn yetkinliğinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Katılımcıların  $42,41 \pm 13,73$  ortalama puanları nedeniyle ebeveyn yetkinliği düzeylerinin orta seviyede olduğu görülmüştür.

**Tablo 4.4:** Bilinçli Farkındalık Ölçeği Betimsel Analiz Sonuçları

	<b>n</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>
Bilinçli Farkındalık	391	21,00	90,00	55,83	14,11

Tablo 4.3’te görüldüğü gibi katılımcılar ölçekten ortalama  $55,83 \pm 14,11$  puan almıştır. Bu ölçekten 45 üstü puan alınması bilinçli farkındalığın yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Katılımcıların  $55,83 \pm 14,11$  ortalama puanları nedeniyle bilinçli farkındalık düzeylerinin orta seviyede olduğu görülmüştür.

**Tablo 4.5:** Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları Betimsel Analiz Sonuçları

	<b>n</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>
Süreklilik	391	4,00	20,00	11,79	4,19
Yeterlilik	391	4,00	20,00	11,17	4,32
Sosyal Medya Kullanımı					
Toplam	391	8,00	40,00	22,96	7,52

Tablo 4.4’te görüldüğü gibi katılımcılar süreklilik alt ölçeğinden ortalama  $11,79 \pm 4,19$  puan, Yetkinlik alt ölçeğinden ortalama  $11,17 \pm 4,32$  puan, sosyal medya kullanımı ölçeğinden ise ortalama  $22,96 \pm 7,52$  puan almıştır. Bu ölçekten 20 üstü puan alınması sosyal medya kullanımının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Katılımcıların  $22,96 \pm 7,52$  ortalama puanları nedeniyle sosyal medya kullanımının orta seviyede olduğu görülmüştür.

### 4.3. Araştırmanın Hipotezleriyle İlişkili Bulgular

**Tablo 4.6:** Ebeveyn Yetkinliği, Bilinçli Farkındalık, Sosyal Medya Kullanımı ve alt ölçekleri Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi

Ölçekler ve Alt Ölçekler		Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği	Bilinçli Farkındalık Ölçeği	Sosyal Medya Kullanımı	Sosyal Medya Kullanımı	Sosyal Medya
				Alt Ölçeği Süreklilik	Alt Ölçeği Yetkinlik	Ölçeği Toplam
Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği	r	1				
	p					
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	r	,209**	1			
	p	,000				
Alt Ölçek Süreklilik	r	-,124*	-,202**	1		
	p	,014	,000			
Alt Ölçek Yetkinlik	r	,024	-,086	,559**	1	
	p	,632	,090	,000		
Sosyal Medya Ölçeği	r	-,055	-,162**	,879**	,887**	1
Toplam	p	,278	,001	,000	,000	

\*\* p<0.01, \* p<0,05

Tablo 4.5'te görüldüğü gibi ebeveyn yetkinlik düzeyi ile bilinçli farkındalık düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), pozitif yönde, düşük düzeyde bir ilişki vardır. Yani ebeveyn yetkinlik düzeyi arttıkça bilinçli farkındalık düzeyi de artmaktadır. Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile süreklilik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.014$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki vardır. Ebeveyn yetkinlik düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımında süreklilik sağlama düzeyi azalmaktadır. Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile yetkinlik düzeyi arasında ( $p=.632$ ) bir ilişki yoktur. Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında ( $p=.278$ ) bir ilişki yoktur.

Bilinçli farkındalık düzeyi ile süreklilik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki vardır. Yani bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımında süreklilik sağlama düzeyi azalmaktadır. Bilinçli farkındalık düzeyi ile yetkinlik düzeyi arasında ( $p=.090$ ) bir ilişki yoktur. Bilinçli farkındalık düzeyi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.001$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki vardır. Bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça sosyal medya kullanım düzeyi azalmaktadır.

Süreklilik düzeyi ile yetkinlik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), pozitif yönde, orta düzeyde bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımında süreklilik sağlama, bireyin sosyal medyada kendini yetkin görmesi düzeyini artırmaktadır.

Süreklilik düzeyi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), pozitif yönde, yüksek düzeyde bir ilişki vardır. Yetkinlik düzeyi ile sosyal medya kullanım düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), pozitif yönde, yüksek düzeyde bir ilişki vardır.

#### 4.4. Demografik Değişkenlerle İlişkili Bulgular

##### 4.4.1. Demografik değişkenlere göre ebeveyn yetkinlik düzeyi analiz sonuçları

###### 4.4.1.1. Cinsiyete göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları

Cinsiyete göre ebeveyn yetkinlik düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.7:** Cinsiyete Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p
Ebeveyn Yetkinliği	Kadın	311	42,61	13,64	,543	389	,587
	Erkek	80	41,67	14,12			

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi cinsiyete göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389) = ,543$ ,  $p=.587$ ;  $p>.05$ .

###### 4.4.1.2. Yaşa göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Yaşa göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.8:** Yaşa Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	1351,914	4	337,978	1,806	,127
	Grup içi	72225,298	386	187,112		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.7’de görüldüğü gibi yaşa göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(4,386)=1,806$ ,  $p=.127$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.3. Mezuniyet durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları

Mezuniyet durumuna göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.9:** Mezuniyet Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	93,025	3	31,008	,163	,921
	Grup içi	73484,187	387	189,882		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.8’de görüldüğü gibi mezuniyet durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(3,387)=,163$ ,  $p=.921$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.4. Algılanan gelir durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Algılanan gelir durumuna göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.10:** Algılanan Gelir Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	1859,513	2	929,756	5,030	,007
	Grup içi	71717,699	388	184,839		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi algılanan gelir durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(2,388)= 5,030$ ,  $p=.007$ ;  $p<.05$ . Farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır.

**Tablo 4.11:** Gelir Grupları Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

<b>(I) Gelir Durumu</b>	<b>(J) Gelir Durumu</b>	<b>(I-J)</b>	<b>p</b>
Düşük	Orta	-6,05026*	,008
	Yüksek	-8,04377	,052
Orta	Düşük	6,05026*	,008
	Yüksek	-1,99351	,784
Yüksek	Düşük	8,04377	,052
	Orta	1,99351	,784

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi gelir durumu düşük olan katılımcıların ebeveyn yetkinlik puanları ile gelir durumu orta düzeyde olan katılımcıların ebeveyn yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.008$ ,  $p<.05$ ) olup; gelir durumu orta düzeyde olanların ( $\bar{X}=43,14$ ,  $Ss=13,54$ ) ebeveyn yetkinlik puanları, gelir durumu düşük olanların ( $\bar{X}=37,09$ ,  $Ss=13,35$ ) ebeveyn yetkinlik puanlarına göre daha yüksektir.

#### 4.4.1.5. Medeni duruma göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları

Medeni duruma göre ebeveyn yetkinlik düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.



**Tablo 4.12:** Medeni Duruma Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Evli	355	42,30	13,74	-,508	389	,612
	Boşanmış	36	43,52	13,79			

Tablo 4.11’de görüldüğü gibi medeni duruma göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389) = -,508$ ,  $p = ,612$ ;  $p > ,05$ .

#### 4.4.1.6. Meslek durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi T-test analiz sonuçları

Meslek durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.13:** Meslek Durumuna Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Meslek Durumu</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Çalışıyor	211	42,63	13,21	,343	389	,732
	Çalışmıyor	180	42,16	14,35			

Tablo 4.12’de görüldüğü gibi meslek durumuna göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389) = ,343$ ,  $p = ,732$ ;  $p > ,05$ .

#### 4.4.1.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Sahip olunan çocuk sayısına göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.14:** Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	753,396	2	376,698	2,007	,136
	Grup içi	72823,816	388	187,690		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi sahip olunan çocuk sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= 2,007$ ,  $p=.136$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.8. Sosyal medya kullanım yılına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Sosyal medya kullanım yılına göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.15:** Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	596,931	3	198,977	1,055	,368
	Grup içi	72980,281	387	188,580		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.14’te görüldüğü gibi sosyal medya kullanım yılına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,055$ ,  $p=.368$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları

Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.16:** Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	115,494	3	38,498	,203	,894
	Grup içi	73461,718	387	189,824		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.15'te görüldüğü gibi sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(3,387)=,203$ ,  $p=.894$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Sosyal medya kullanım sıklığına göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.17:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	727,876	3	242,625	1,289	,278
	Grup içi	72849,336	387	188,241		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.16'da görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığına göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,289$ ,  $p=.278$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.1.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre ebeveyn yetkinlik düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları

Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre ebeveyn yetkinliği toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.18:** Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Ebeveyn Yetkinlik Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Ebeveyn Yetkinliği	Gruplar arası	391,833	3	130,611	,691	,558
	Grup içi	73185,379	387	189,110		
	Toplam	73577,212	390			

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre ebeveyn yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(3,387)=,691, p=.558; p>.05$ .

#### 4.4.2. Demografik değişkenlere göre bilinçli farkındalık düzeyi analiz sonuçları

##### 4.4.2.1. Cinsiyete göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları

Cinsiyete göre bilinçli farkındalık düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.19:** Cinsiyete Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p
Bilinçli Farkındalık	Kadın	311	55,27	13,40	-,317	107,286	,173
	Erkek	80	58,01	16,50			

Tablo 4.18’de görüldüğü gibi cinsiyete göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(107,286)= -1,317, p=.173; p>.05$ .

##### 4.4.2.2. Yaşa göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Yaşa göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.20:** Yaşa Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	1691,107	4	422,777	2,146	,074
	Grup içi	76034,417	386	196,980		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi yaşa göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(4,386)= 2,146, p=.074; p>.05$ .

#### 4.4.2.3. Mezuniyet durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Mezuniyet durumuna göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.21:** Mezuniyet Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	508,524	3	169,508	,850	,467
	Grup içi	77217,001	387	199,527		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.20’de görüldüğü mezuniyet durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)=,850$ ,  $p=.467$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.4. Algılanan gelir durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Algılanan gelir durumuna göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.22:** Algılanan Gelir Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	356,027	2	178,014	,893	,410
	Grup içi	77369,497	388	199,406		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.21’de görüldüğü gibi algılanan gelir durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)=,893$ ,  $p=.410$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.5. Medeni duruma göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları

Medeni durumlarına göre bilinçli farkındalık düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.23:** Medeni Duruma Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Bilinçli	Evli	355	56,08	14,25	1,104	389	,270
Farkındalık	Boşanmış	36	53,58	12,58			

Tablo 4.22’de görüldüğü gibi medeni duruma göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389)= 1,104$ ,  $p=.270$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.6. Meslek durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi T-test analiz sonuçları

Meslek durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.24:** Meslek Durumuna Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Meslek Durumu</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Bilinçli	Çalışıyor	211	56,48	14,31	,981	389	,327
Farkındalık	Çalışmıyor	180	55,07	13,88			

Tablo 4.23’te görüldüğü gibi meslek durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389)= ,981$ ,  $p=.327$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Sahip olunan çocuk sayısına göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.25:** Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	791,567	2	395,783	1,996	,137
	Grup içi	76933,957	388	198,283		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.24'te görüldüğü gibi sahip olunan çocuk sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= 1,996$ ,  $p=.137$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.8. Sosyal medya kullanım yılına göre bilinçli farkındalık düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları

Sosyal medya kullanım yılına göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.26:** Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	1281,081	3	427,027	2,162	,092
	Grup içi	76444,443	387	197,531		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.25'te görüldüğü gibi sosyal medya kullanım yılına göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(3,387)= 2,162$ ,  $p=.092$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.2.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi Welch ANOVA analiz sonuçları

Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.27:** Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	74,041	3	24,680	,123	,947
	Grup içi	77651,483	387	200,650		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.26’da görüldüğü gibi sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(3,387)=,123$ ,  $p=.947$ ;  $p>.05$ .

#### **4.4.2.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sosyal medya kullanım sıklığına göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.28:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	1075,270	3	358,423	1,810	,145
	Grup içi	76650,255	387	198,063		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.27’de görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığına göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,810$ ,  $p=.145$ ;  $p>.05$ .

#### **4.4.2.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre bilinçli farkındalık düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre bilinçli farkındalık toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.



**Tablo 4.29:** Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Bilinçli Farkındalık Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Bilinçli Farkındalık	Gruplar arası	863,281	3	287,760	1,449	,228
	Grup içi	76862,244	387	198,610		
	Toplam	77725,524	390			

Tablo 4.28’de görüldüğü gibi sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre bilinçli farkındalık düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,449$ ,  $p=.228$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.3. Demografik değişkenlere göre sosyal medya kullanım düzeyi analiz sonuçları

##### 4.4.3.1. Cinsiyete göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları

Cinsiyete göre süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanım düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.30:** Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Kadın	311	11,60	4,05	-1,664	111,773	,099
	Erkek	80	12,55	4,64			
Yetkinlik	Kadın	311	10,95	4,14	-1,956	389	,051
	Erkek	80	12,01	4,89			
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Kadın	311	22,55	7,18	-2,134	389	,033
	Erkek	80	24,56	8,58			

Tablo 4.29’da görüldüğü gibi cinsiyete göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(111,773)= -1,664$ ,  $p=.099$ ;  $p>.05$ . Cinsiyete göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389)= -1,956$ ,  $p=.051$ ;  $p>.05$ . Cinsiyete göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $t(389)= -2,134$ ,  $p=.033$ ;  $p<.05$ . Buna göre erkeklerin ( $12,55\pm 4,64$ ) sosyal medya kullanım düzeyleri kadınlara ( $11,60\pm 4,05$ ) göre daha yüksektir.

#### 4.4.3.2. Yaşa göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Yaşa göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.31:** Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Gruplar arası	50,387	4	12,597	,715	,582
	Grup içi	6800,651	386	17,618		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	154,277	4	38,569	2,082	,082
	Grup içi	7149,242	386	18,521		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	318,990	4	79,748	1,415	,228
	Grup içi	21750,641	386	56,349		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.30'da görüldüğü gibi yaşa göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(4,386) = ,715$ ,  $p = .582$ ;  $p > .05$ . Yaşa göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(4,386) = 2,082$ ,  $p = .082$ ;  $p > .05$ . Yaşa göre sosyal medya kullanım düzeyleri anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(4,386) = 1,415$ ,  $p = .228$ ;  $p > .05$ .

#### 4.4.3.3. Mezuniyet durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Mezuniyet durumuna göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.32:** Mezuniyet Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Gruplar arası	21,191	3	7,064	,400	,753
	Grup içi	6829,848	387	17,648		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	206,440	3	68,813	3,752	,011
	Grup içi	7097,079	387	18,339		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	293,811	3	97,937	1,741	,158
	Grup içi	21775,821	387	56,268		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.31’de görüldüğü gibi mezuniyet durumuna göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= ,400$ ,  $p=.753$ ;  $p>.05$ . Mezuniyet durumuna göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 3,752$ ,  $p=.011$ ;  $p<.05$ . Yetkinlik düzeyinde farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır. İzleme (post-hoc) testi Tukey analiz sonuçları Tablo 4.32’de sunulmuştur.

Mezuniyet durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,741$ ,  $p=.158$ ;  $p>.05$ .

**Tablo 4.33:** Mezuniyet Durumu Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

	<b>(I) Mezuniyet Durumu</b>	<b>(J) Mezuniyet Durumu</b>	<b>(I-J)</b>	<b>p</b>
Yetkinlik	İlkokul-Ortaokul	Lise	-1,29981	,412
		Lisans	-2,13514*	,027
		Lisansüstü-Doktora	-2,73561*	,021
Lise	İlkokul-Ortaokul	Lisans	1,29981	,412
		Lisansüstü-Doktora	-,83532	,417
		Lisansüstü-Doktora	-1,43579	,258
Lisans	İlkokul-Ortaokul	Lisansüstü-Doktora	2,13514*	,027
		Lise	,83532	,417
		Lisansüstü-Doktora	-,60047	,823
Lisansüstü-Doktora	İlkokul-Ortaokul	Lise	2,73561*	,021
		Lisans	1,43579	,258
		Lisansüstü-Doktora	-,60047	,823

Tablo 4.32’de görüldüğü gibi ilkokul-ortaokul mezunu olan katılımcıların yetkinlik puanları ile lisans mezunu olan katılımcıların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.027$ ,  $p<.05$ ) olup; lisans mezunu olanların ( $\bar{X}=11,48$ ,  $Ss=4,25$ ) yetkinlik puanları, ilkokul-ortaokul mezunu olanların ( $\bar{X}=9,35$ ,  $Ss=4,37$ ) yetkinlik puanlarına göre daha yüksektir.

İlkokul-ortaokul mezunu olan katılımcıların yetkinlik puanları ile lisansüstü-doktora mezunu olan katılımcıların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.021$ ,  $p<.05$ ) olup; lisansüstü-doktora mezunu olanların ( $\bar{X}=12,08$ ,  $Ss=4,32$ ) yetkinlik puanları, ilkokul-ortaokul mezunu olanların ( $\bar{X}=9,35$ ,  $Ss=4,37$ ) yetkinlik puanlarına göre daha yüksektir.

#### 4.4.3.4. Algılanan gelir durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Algılanan gelir durumuna göre sosyal medya kullanımını ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.34:** Algılanan Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Süreklilik	Gruplar arası	14,590	2	7,295	,414	,661
	Grup içi	6836,448	388	17,620		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	21,783	2	10,892	,580	,560
	Grup içi	7281,736	388	18,767		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	5,498	2	2,749	,048	,953
	Grup içi	22064,134	388	56,866		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.33’te görüldüğü gibi algılanan gelir durumuna göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= ,414$ ,  $p=.661$ ;  $p>.05$ . Algılanan gelir durumuna göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= ,580$ ,  $p=.560$ ;  $p>.05$ . Algılanan gelir durumuna göre sosyal medya

kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= ,048$ ,  $p=.953$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.3.5. Medeni duruma göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları

Medeni duruma göre süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanım düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.35:** Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları

	Medeni Durum	n	$\bar{X}$	Ss	t	Sd	p
Süreklilik	Evli	355	11,79	4,13	-,095	389	,925
	Boşanmış	36	11,86	4,75			
Yetkinlik	Evli	355	11	4,27	-2,475	389	,014
	Boşanmış	36	12,86	4,55			
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Evli	355	22,79	7,46	-1,469	389	,143
	Boşanmış	36	24,72	7,99			

Tablo 4.34'te görüldüğü gibi medeni duruma göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389)= -,095$ ,  $p=.925$ ;  $p>.05$ . Medeni duruma göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $t(389)= -2,475$ ,  $p=.014$ ;  $p<.05$ . Buna göre boşanmış olanların ( $12,86\pm 4,55$ ) yetkinlik düzeyleri, evli olanların ( $11\pm 4,27$ ) yetkinlik düzeylerine göre daha yüksektir. Medeni duruma göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389)= -1,469$ ,  $p=.143$ ;  $p>.05$ .

#### 4.4.3.6. Meslek durumuna göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları T-test analiz sonuçları

Meslek durumlarına göre süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanım düzeyi toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık T-testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.36:** Meslek Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları T-Test Analiz Sonuçları

	<b>Meslek Durumu</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Çalışıyor	211	11,92	4,49	,677	388,983	,499
	Çalışmıyor	180	11,64	3,8			
Yetkinlik	Çalışıyor	211	11,71	4,41	2,691	389	,007
	Çalışmıyor	180	10,53	4,14			
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Çalışıyor	211	23,63	7,87	1,915	389	,056
	Çalışmıyor	180	22,18	7,03			

Tablo 4.35’te görüldüğü gibi meslek durumuna göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(388,983) = ,677$ ,  $p = .499$ ;  $p > .05$ . Meslek durumuna göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $t(389) = 2,691$ ,  $p = .007$ ;  $p < .05$ . Buna göre çalışanların  $(11,71 \pm 4,41)$  yetkinlik düzeyleri çalışmayanların  $(10,53 \pm 4,14)$  yetkinlik düzeylerine daha yüksektir. Meslek durumuna göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $t(389) = 1,915$ ,  $p = .056$ ;  $p > .05$ .

#### **4.4.3.7. Sahip olunan çocuk sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sahip olunan çocuk sayısına göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir.

Süreklilik ve yetkinlik altı ölçeği homojenlik varsayımını sağlamış elde edilen sonuçlar Tablo 4.36’da verilmiştir.

Sosyal medya kullanımı ölçeği homojenlik varsayımını sağlayamadığı için Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve sonuç Tablo 4.37’de verilmiştir.

**Tablo 4.37:** Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Süreklilik ve Yetkinlik Düzeyi ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Gruplar arası	10,847	2	5,423	,308	,735
	Grup içi	6840,192	388	17,629		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	90,642	2	45,321	2,438	,089
	Grup içi	7212,877	388	18,590		
	Toplam	7303,519	390			

Tablo 4.36’da görüldüğü gibi sahip olunan çocuk sayısına göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= ,308$ ,  $p=.735$ ;  $p>.05$ . Sahip oldukları çocuk sayısına göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(2,388)= 2,438$ ,  $p=.089$ ;  $p>.05$ .

**Tablo 4.38:** Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	113,318	2	56,659	1,001	,368
	Grup içi	21956,314	388	56,588		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.37’de görüldüğü gibi sahip olunan çocuk sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir, Welch  $F(2,388)= 1,001$ ,  $p=.368$ ;  $p>.05$ .

#### **4.4.3.8. Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.39:** Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Gruplar arası	91,993	3	30,664	1,756	,155
	Grup içi	6759,046	387	17,465		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	267,919	3	89,306	4,912	,002
	Grup içi	7035,600	387	18,180		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	645,329	3	215,110	3,886	,009
	Grup içi	21424,302	387	55,360		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.38’de görüldüğü gibi sosyal medya kullanım yılına göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermemektedir,  $F(3,387)= 1,756$ ,  $p=.155$ ;  $p>.05$ . Sosyal medya kullanım yılına göre yetkinlik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 4,912$ ,  $p=.002$ ;  $p<.05$ . Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya kullanım düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 3,886$ ,  $p=.009$ ;  $p<.05$ .

Yetkinlik düzeyi ve sosyal medya kullanım düzeyinde farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır. İzleme (post-hoc) testi Tukey analiz sonuçları Tablo 4.39’da sunulmuştur.

**Tablo 4.40:** Sosyal Medya Kullanım Yılı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

<b>Ölçek ve Alt Ölçekler</b>	<b>(I) Kullanım Yılı</b>	<b>(J) Kullanım Yılı</b>	<b>(I-J)</b>	<b>p</b>
Yetkinlik	1-5 Yıl	6-10 yıl	-1,10178	,168
		11-15 yıl	-1,89660*	,017
		15 ve üzeri	-2,52676*	,005
	6-10 yıl	1-5 Yıl	1,10178	,168
		11-15 yıl	-,79482	,532
		15 ve üzeri	-1,42497	,189
	11-15 yıl	1-5 Yıl	1,89660*	,017
		6-10 yıl	,79482	,532
		15 ve üzeri	-,63015	,858
	15 ve üzeri	1-5 Yıl	2,52676*	,005
		6-10 yıl	1,42497	,189
		11-15 yıl	,63015	,858



**Tablo 4.41 (Devamı):** Sosyal Medya Kullanım Yılı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

Ölçek ve Alt Ölçekler	(I) Kullanım Yılı	(J) Kullanım Yılı	(I-J)	p
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	1-5 Yıl	6-10 yıl	-2,10084	,111
		11-15 yıl	-2,89036*	,050
		15 ve üzeri	-3,92057*	,016
	6-10 yıl	1-5 Yıl	2,10084	,111
		11-15 yıl	-,78952	,869
		15 ve üzeri	-1,81972	,459
	11-15 yıl	1-5 Yıl	2,89036*	,050
		6-10 yıl	,78952	,869
		15 ve üzeri	-1,03021	,880
	15 ve üzeri	1-5 Yıl	3,92057*	,016
		6-10 yıl	1,81972	,459
		11-15 yıl	1,03021	,880

Tablo 4.39’da görüldüğü gibi 1-5 yıldır sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile 11-15 yıldır kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.017$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 11-15 yıldır kullananlarda ( $\bar{X}=11,93$ ,  $Ss=4,36$ ) 1-5 yıldır kullananlara ( $\bar{X}=10,03$ ,  $Ss=4,18$ ) göre daha yüksektir. 1-5 yıldır sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile 15 ve üzeri yıldır kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.005$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 15 ve üzeri yıldır kullananlarda ( $\bar{X}=12,56$ ,  $Ss=4,81$ ) 1-5 yıldır kullananlara ( $\bar{X}=10,03$ ,  $Ss=4,18$ ) göre daha yüksektir.

1-5 yıldır sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile 11-15 yıldır kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.050$ ,  $p\leq.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 11-15 yıldır kullananlarda ( $\bar{X}=23,94$ ,  $Ss=7,68$ ) 1-5 yıldır kullananlara ( $\bar{X}=21,05$ ,  $Ss=7,20$ ) göre daha yüksektir. 1-5 yıldır sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile 15 ve üzeri yıldır kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.016$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 15 ve üzeri yıldır kullananlarda ( $\bar{X}=24,97$ ,  $Ss=8,55$ ) 1-5 yıldır kullananlara ( $\bar{X}=21,05$ ,  $Ss=7,20$ ) göre daha yüksektir.

#### 4.4.3.9. Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları

Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.42:** Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		<b>KT</b>	<b>Sd</b>	<b>KO</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Süreklilik	Gruplar arası	137,660	3	45,887	2,645	,049
	Grup içi	6713,378	387	17,347		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	452,110	3	150,703	8,512	,000
	Grup içi	6851,409	387	17,704		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	1086,863	3	362,288	6,682	,000
	Grup içi	20982,769	387	54,219		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.40'ta görüldüğü gibi sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre süreklilik düzeyi anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 2,645$ ,  $p=.049$ ;  $p<.05$ . Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre yetkinlik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 8,512$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya kullanım düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 6,682$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ .

Süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanım düzeyinde farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır. İzleme (post-hoc) testi Tukey analiz sonuçları Tablo 4.41'de sunulmuştur.

**Tablo 4.43:** Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

Ölçek ve Alt Ölçekler	(I) Hesap Sayısı	(J) Hesap Sayısı	(I-J)	p
Süreklilik	1	2	-,04679	1,000
		3-4	-,78660	,577
		5 ve Fazlası	-2,27692	,095
	2	1	,04679	1,000
		3-4	-,73981	,414
		5 ve Fazlası	-2,23014	,066
	3-4	1	,78660	,577
		2	,73981	,414
		5 ve Fazlası	-1,49032	,346
	5 ve Fazlası	1	2,27692	,095
		2	2,23014	,066
		3-4	1,49032	,346
Yetkinlik	1	2	-,29305	,966
		3-4	-1,66154*	,039
		5 ve Fazlası	-4,14154*	,000
		2	,29305	,966
	2	3-4	-1,36849*	,026
		5 ve Fazlası	-3,84849*	,000
		3-4	1,66154*	,039
	3-4	2	1,36849*	,026
		5 ve Fazlası	-2,48000*	,033
		5 ve Fazlası	4,14154*	,000
	5 ve Fazlası	2	3,84849*	,000
		3-4	2,48000*	,033
1		-,33983	,990	
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	1	3-4	-2,44814	,112
		5 ve Fazlası	-6,41846*	,001
		2	,33983	,990
	2	3-4	-2,10831	,064
		5 ve Fazlası	-6,07863*	,001
		3-4	2,44814	,112
	3-4	2	2,10831	,064
		5 ve Fazlası	-3,97032	,061
		5 ve Fazlası	6,41846*	,001
	5 ve Fazlası	2	6,07863*	,001
		3-4	3,97032	,061

Tablo 4.41’de görüldüğü gibi 1 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları ile 3-4 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.039$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı 3-4 hesabı olanlarda ( $\bar{X}=11,80$ ,  $Ss=4,21$ ) 1 hesabı olanlara ( $\bar{X}=10,13$ ,  $Ss=4,12$ ) göre daha yüksektir. 1 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları ile 5 ve fazla sosyal medya hesabı olanların

yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 ve fazla hesabı olanlarda ( $\bar{X}=14,28$ ,  $Ss=5,09$ ) 1 hesabı olanlara ( $\bar{X}=10,13$ ,  $Ss=4,12$ ) göre daha yüksektir. 2 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları ile 3-4 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.026$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 3-4 hesabı olanlarda ( $\bar{X}=11,80$ ,  $Ss=4,21$ ) 2 hesabı olanlara ( $\bar{X}=10,43$ ,  $Ss=4,07$ ) göre daha yüksektir. 2 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları ile 5 ve fazla sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 ve fazla hesabı olanlarda ( $\bar{X}=14,28$ ,  $Ss=5,09$ ) 2 hesabı olanlara ( $\bar{X}=10,43$ ,  $Ss=4,07$ ) göre daha yüksektir. 3-4 sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları ile 5 ve fazla sosyal medya hesabı olanların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.033$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 ve daha fazla sosyal medya hesabı olanlarda ( $\bar{X}=14,28$ ,  $Ss=5,09$ ) 3-4 sosyal medya hesabı olanlara ( $\bar{X}=11,80$ ,  $Ss=4,21$ ) göre daha yüksektir.

1 sosyal medya hesabı olanların sosyal medya kullanım puanları ile 5 ve daha fazla sosyal medya hesabı olanların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.001$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı 5 ve fazla hesabı olanlarda ( $\bar{X}=27,88$ ,  $Ss=8,71$ ) 1 hesabı olanlara ( $\bar{X}=21,46$ ,  $Ss=7,81$ ) göre daha yüksektir. 2 sosyal medya hesabı olanların sosyal medya kullanım puanları ile 5 ve daha fazla sosyal medya hesabı olanların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.001$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı 5 ve fazla hesabı olanlarda ( $\bar{X}=27,88$ ,  $Ss=8,71$ ) 2 hesabı olanlara ( $\bar{X}=21,80$ ,  $Ss=7,02$ ) göre daha yüksektir.

#### **4.4.3.10. Sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Süreklilik altı ölçeği homojenlik varsayımını sağlamış elde edilen sonuçlar Tablo 4.42'de verilmiştir. Yeterlilik alt ölçeği ile

sosyal medya kullanımı ölçeği homojenlik varsayımını sağlayamadıkları için Welch ANOVA analizi ile incelenmiş ve sonuç Tablo 4.44’te verilmiştir.

**Tablo 4.44:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı Alt Boyutu Süreklilik ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Süreklilik	Gruplar arası	570,207	3	190,069	11,711	,000
	Grup içi	6280,832	387	16,230		
	Toplam	6851,038	390			

Tablo 4.42’de görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığına göre süreklilik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)= 11,711$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır.

**Tablo 4.45:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

	(I) Kullanım Sıklığı	(J) Kullanım Sıklığı	(I-J)	p
Süreklilik	Her Gün	Gün Aşırı	3,33677*	,000
		Haftada Bir	3,24854	,206
		Daha Seyrek	4,80409*	,003
	Gün Aşırı	Her Gün	-3,33677*	,000
		Haftada Bir	-,08824	1,000
		Daha Seyrek	1,46732	,766
	Haftada Bir	Her Gün	-3,24854	,206
		Gün Aşırı	,08824	1,000
		Daha Seyrek	1,55556	,884
	Daha Seyrek	Her Gün	-4,80409*	,003
		Gün Aşırı	-1,46732	,766
		Haftada Bir	-1,55556	,884

Tablo 4.43’te görüldüğü gibi sosyal medyayı her gün kullananların süreklilik puanları ile gün aşırı kullananların süreklilik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; süreklilik puanı, her gün kullananlarda ( $\bar{X}=12,24$ ,  $Ss=4,13$ ) gün aşırı kullananlara ( $\bar{X}=8,91$ ,  $Ss=3,18$ ) göre daha yüksektir. Sosyal medyayı her gün kullananların süreklilik puanları ile daha seyrek kullananların süreklilik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.003$ ,  $p<.05$ ) olup; süreklilik puanı, her gün kullananlarda ( $\bar{X}=12,24$ ,  $Ss=4,13$ ) daha seyrek kullananlara ( $\bar{X}=7,44$ ,  $Ss=2,65$ ) göre daha yüksektir.

**Tablo 4.46:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Yetkinlik ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyi Welch ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Yetkinlik	Gruplar arası	449,389	3	149,796	8,458	,000
	Grup içi	6854,130	387	17,711		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	1992,737	3	664,246	12,804	,000
	Grup içi	20076,894	387	51,878		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.44'te görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığına göre yetkinlik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir, Welch  $F(3,387)= 8,458$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Sosyal medya kullanım sıklığına göre sosyal medya kullanım düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir, Welch  $F(3,387)= 12,804$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tamhane analizi yapılmıştır.

**Tablo 4.47:** Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Post-hoc Tamhane Analiz Sonuçları

	(I) Sıklık	(J) Sıklık	(I-J)	p
Yetkinlik	Her Gün	Gün Aşırı	3,16133*	,000
		Haftada Bir	4,23977*	,014
		Daha Seyrek	2,68421	,302
	Gün Aşırı	Her Gün	-3,16133*	,000
		Haftada Bir	1,07843	,867
		Daha Seyrek	-,47712	1,000
	Haftada Bir	Her Gün	-4,23977*	,014
		Gün Aşırı	-1,07843	,867
		Daha Seyrek	-1,55556	,886
	Daha Seyrek	Her Gün	-2,68421	,302
		Gün Aşırı	,47712	1,000
		Haftada Bir	1,55556	,886
Sosyal Medya Kullanımı	Her Gün	Gün Aşırı	6,49811*	,000
		Haftada Bir	7,48830*	,020
		Daha Seyrek	7,48830*	,031
	Gün Aşırı	Her Gün	-6,49811*	,000
		Haftada Bir	,99020	,994
		Daha Seyrek	,99020	,998
	Haftada Bir	Her Gün	-7,48830*	,020
		Gün Aşırı	-,99020	,994
		Daha Seyrek	,00000	1,000
	Daha Seyrek	Her Gün	-7,48830*	,031
		Gün Aşırı	-,99020	,998
		Haftada Bir	,00000	1,000

Tablo 4.45'te görüldüğü gibi sosyal medyayı her gün kullananların yetkinlik puanları ile gün aşırı kullananların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, sosyal medyayı her gün kullananlarda ( $\bar{X}=11,57$ ,  $Ss=4,34$ ) gün aşırı kullananlara ( $\bar{X}=8,41$ ,  $Ss=3,01$ ) göre daha yüksektir. Sosyal medyayı her gün kullananların yetkinlik puanları ile haftada bir kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.014$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, sosyal medyayı her gün kullananlarda ( $\bar{X}=11,57$ ,  $Ss=4,34$ ) haftada bir kullananlara ( $\bar{X}=7,33$ ,  $Ss=1,96$ ) göre daha yüksektir.

Sosyal medyayı her gün kullananların sosyal medya kullanım puanları ile gün aşırı kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, sosyal medyayı her gün kullananlarda ( $\bar{X}=23,82$ ,  $Ss=7,45$ ) gün aşırı kullananlara ( $\bar{X}=17,32$ ,  $Ss=4,80$ ) göre daha yüksektir. Sosyal medyayı her gün kullananların sosyal medya kullanım puanları ile haftada bir kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.020$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, sosyal medyayı her gün kullananlarda ( $\bar{X}=23,82$ ,  $Ss=7,45$ ) haftada bir kullananlara ( $\bar{X}=16,33$ ,  $Ss=3,66$ ) göre daha yüksektir. Sosyal medyayı her gün kullananların sosyal medya kullanım puanları ile daha seyrek kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.031$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, sosyal medyayı her gün kullananlarda ( $\bar{X}=23,82$ ,  $Ss=7,45$ ) daha seyrek kullananlara ( $\bar{X}=16,33$ ,  $Ss=5,93$ ) göre daha yüksektir.

#### **4.4.3.11. Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre sosyal medya kullanım düzeyi ANOVA analiz sonuçları**

Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre sosyal medya kullanımını ölçeceği ve alt boyutlarından elde edilen toplam puan ortalamaları arasındaki farklılık ANOVA tek yönlü varyans analizi ile incelenmiş ve bulunan analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.48:** Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süreye Göre Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ANOVA Analiz Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	p
Süreklilik	Gruplar arası	1252,520	3	417,507	28,860	,000
	Grup içi	5598,518	387	14,466		
	Toplam	6851,038	390			
Yetkinlik	Gruplar arası	1082,940	3	360,980	22,458	,000
	Grup içi	6220,579	387	16,074		
	Toplam	7303,519	390			
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	4637,716	3	1545,905	34,320	,000
	Grup içi	17431,916	387	45,044		
	Toplam	22069,632	390			

Tablo 4.46’da görüldüğü gibi sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre süreklilik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)=28,860$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre yetkinlik düzeyi ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)=22,458$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre sosyal medya kullanım düzeyleri ileri derecede anlamlı farklılaşma göstermektedir,  $F(3,387)=34,320$ ,  $p=.000$ ;  $p<.001$ . Farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu ve farklılaşmanın yönünü incelemek için izleme (post-hoc) testlerinden Tukey analizi yapılmıştır.

**Tablo 4.49:** Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Sürenin Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları

Ölçek ve Alt ölçekler	(I) Günlük	(J) Günlük	(I-J)	p
Süreklilik	5 saatten fazla	3-5 saat arası	1,91509	,222
		1-3 saat arası	4,94978*	,000
		Bir saatten az	6,78090*	,000
	3-5 saat arası	5 saatten fazla	-1,91509	,222
		1-3 saat arası	3,03469*	,000
		Bir saatten az	4,86580*	,000
	1-3 saat arası	5 saatten fazla	-4,94978*	,000
		3-5 saat arası	-3,03469*	,000
		Bir saatten az	1,83112*	,001
	Bir saatten az	5 saatten fazla	-6,78090*	,000
		3-5 saat arası	-4,86580*	,000
		1-3 saat arası	-1,83112*	,001



**Tablo 4.50(Devamı): Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Sürenin Post-hoc Tukey Analiz Sonuçları**

Ölçek ve Alt ölçekler	(I) Günlük	(J) Günlük	(I-J)	p
Yetkinlik	5 saatten fazla	3-5 saat arası	2,95377*	,027
		1-3 saat arası	5,47664*	,000
		Bir saatten az	6,90056*	,000
	3-5 saat arası	5 saatten fazla	-2,95377*	,027
		1-3 saat arası	2,52286*	,000
		Bir saatten az	3,94679*	,000
	1-3 saat arası	5 saatten fazla	-5,47664*	,000
		3-5 saat arası	-2,52286*	,000
		Bir saatten az	1,42392*	,024
	Bir saatten az	5 saatten fazla	-6,90056*	,000
		3-5 saat arası	-3,94679*	,000
		1-3 saat arası	-1,42392*	,024
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	5 saatten fazla	3-5 saat arası	4,86887*	,030
		1-3 saat arası	10,42642*	,000
		Bir saatten az	13,68146*	,000
	3-5 saat arası	5 saatten fazla	-4,86887*	,030
		1-3 saat arası	5,55755*	,000
		Bir saatten az	8,81259*	,000
	1-3 saat arası	5 saatten fazla	-10,42642*	,000
		3-5 saat arası	-5,55755*	,000
		Bir saatten az	3,25504*	,001
	Bir saatten az	5 saatten fazla	-13,68146*	,000
		3-5 saat arası	-8,81259*	,000
		1-3 saat arası	-3,25504*	,001

Tablo 4.47 görüldüğü gibi günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların süreklilik puanları ile 1-3 saat arası kullananların süreklilik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; süreklilik puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=16,50$ ,  $Ss=3,00$ ) 1-3 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=11,55$ ,  $Ss=3,92$ ) göre daha yüksektir. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların süreklilik puanları ile bir saatten az kullananların süreklilik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; süreklilik puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=16,50$ ,  $Ss=3,00$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,71$ ,  $Ss=3,72$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların süreklilik puanları ile 1-3 saat arası kullananların süreklilik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; süreklilik puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=14,58$ ,  $Ss=3,65$ ) 1-3 saat arası sosyal medya kullananlara ( $\bar{X}=11,55$ ,  $Ss=3,92$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya

kullananların süreklilik puanları ile bir saatten az kullananların süreklilik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; süreklilik puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=14,58$ ,  $Ss=3,65$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,71$ ,  $Ss=3,72$ ) göre daha yüksektir. Günlük 1-3 saat arası sosyal medya kullananların süreklilik puanları ile bir saatten az kullananların süreklilik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.001$ ,  $p<.05$ ) olup; süreklilik puanı, 1-3 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=11,55$ ,  $Ss=3,92$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,71$ ,  $Ss=3,72$ ) göre daha yüksektir.

Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile 3-5 saat arası kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.027$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=16,35$ ,  $Ss=3,49$ ) 3-5 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=13,39$ ,  $Ss=4,28$ ) göre daha yüksektir. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile 1-3 saat arası kullananların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=16,35$ ,  $Ss=3,49$ ) 1-3 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=10,87$ ,  $Ss=4,12$ ) göre daha yüksektir. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile bir saatten az kullananların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=16,35$ ,  $Ss=3,49$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,44$ ,  $Ss=3,61$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile 1-3 saat arası kullananların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=13,39$ ,  $Ss=4,28$ ) 1-3 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=10,87$ ,  $Ss=4,12$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile bir saatten az kullananların yetkinlik puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; yetkinlik puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=13,39$ ,  $Ss=4,28$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,44$ ,  $Ss=3,61$ ) göre daha yüksektir. Günlük 1-3 saat arası sosyal medya kullananların yetkinlik puanları ile bir saatten az kullananların yetkinlik puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.024$ ,  $p<.05$ ) olup; yetkinlik puanı, 1-3 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=10,87$ ,  $Ss=4,12$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=9,44$ ,  $Ss=3,61$ ) göre daha yüksektir.

Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile 3-5 saat arası kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.030$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanları 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=32,85$ ,  $Ss=5,75$ ) 3-5 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=27,98$ ,  $Ss=7,09$ ) göre daha yüksektir. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile 1-3 saat arası kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=32,85$ ,  $Ss=5,75$ ) 1-3 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=22,42$ ,  $Ss=6,90$ ) göre daha yüksektir. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile bir saatten az kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 5 saatten fazla kullananlarda ( $\bar{X}=32,85$ ,  $Ss=5,75$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=19,16$ ,  $Ss=6,14$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile 1-3 saat arası kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=27,98$ ,  $Ss=7,09$ ) 1-3 saat arası kullananlara ( $\bar{X}=22,42$ ,  $Ss=6,90$ ) göre daha yüksektir. Günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile bir saatten az kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında ileri derecede anlamlı farklılaşma ( $p=.000$ ,  $p<.001$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 3-5 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=27,98$ ,  $Ss=7,09$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=19,16$ ,  $Ss=6,14$ ) göre daha yüksektir. Günlük 1-3 saat arası sosyal medya kullananların sosyal medya kullanım puanları ile bir saatten az kullananların sosyal medya kullanım puanları arasında anlamlı farklılaşma ( $p=.001$ ,  $p<.05$ ) olup; sosyal medya kullanım puanı, 1-3 saat arası kullananlarda ( $\bar{X}=22,42$ ,  $Ss=6,90$ ) bir saatten az kullananlara ( $\bar{X}=19,16$ ,  $Ss=6,14$ ) göre daha yüksektir.

#### **4.4.4. Demografik değişkenlerin sosyal medya uygulamalarına göre dağılımı**

Demografik değişkenlerin sosyal medya uygulamalarına göre dağılımı Tablo 4.48'de sunulmuştur.

**Tablo 4.51:** Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı

		Sosyal Medya Uygulamaları									
		Whatsapp		Instagram		Facebook		Twitter		Toplam	
		n*	%	n*	%	n*	%	n*	%	n*	%
Cinsiyet	Kadın	272	80	247	84,6	78	70,9	50	65,8	311	79,5
	Erkek	68	20	45	15,4	32	29,1	26	34,2	80	20,5
Yaş	30-35	68	20	72	24,7	19	17,3	12	15,8	82	21,0
	36-40	107	31,5	87	29,8	31	28,2	18	23,7	115	29,4
	41-45	88	25,9	77	26,4	30	27,3	29	38,2	106	27,1
	46-50	55	16,2	43	14,7	21	19,1	12	15,8	64	16,4
	51 ve üzeri	22	6,5	13	4,5	9	8,2	5	6,6	24	6,1
Mezuniyet Durumu	İlkokul	34	10	25	8,6	10	9,1	4	5,3	37	9,5
	Ortaokul	75	22,1	69	23,6	23	20,9	8	10,5	86	22
	Lise	191	56,2	165	56,5	70	63,6	48	63,2	222	56,8
	Lisansüstü	40	11,8	33	11,3	7	6,4	16	21,1	46	11,8
	Doktora	47	13,8	39	13,4	13	11,8	9	11,8	54	13,8
Gelir Durumu	Düşük	272	80	233	79,8	89	80,9	63	82,9	315	80,6
	Orta	21	6,2	20	6,8	8	7,3	4	5,3	22	5,6
	Yüksek	305	89,7	263	90,1	102	92,7	73	96,1	355	90,8
Medeni Durum	Evli	35	10,3	29	9,9	8	7,3	3	3,9	36	9,2
	Boşanmış	185	54,4	153	52,4	72	65,5	45	59,2	211	54
Meslek Durumu	Çalışıyor	155	45,6	139	47,6	38	34,5	31	40,8	180	46
	Çalışmıyor	72	21,2	64	21,9	25	22,7	22	28,9	84	21,5
Çocuk Sayısı	Bir	253	74,4	218	74,7	81	73,6	49	64,5	289	73,9
	İki ve Üç 4 ve üzeri	15	4,4	10	3,4	4	3,6	5	6,6	18	4,6
Sosyal Medya Kullanım Yılı	1-5 Yıl	146	42,9	127	43,5	44	40	26	34,2	164	41,9
	6-10 yıl	66	19,4	62	21,2	29	26,4	22	28,9	77	19,7
	11-15 yıl	40	11,8	28	9,6	17	15,5	13	17,1	46	11,8
	15 ve üzeri	52	15,3	44	15,1	10	9,1	7	9,2	65	16,6
Sosyal Medya Hesap Sayısı	1	129	37,9	122	41,8	40	36,4	13	17,1	146	37,3
	2	138	40,6	110	37,7	49	44,5	45	59,2	155	39,6
	3-4	21	6,2	16	5,5	11	10	11	14,5	25	6,4
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	5 ve Fazlas	299	87,9	260	89	95	86,4	72	94,7	342	87,5
	Her Gün	29	8,5	26	8,9	9	8,2	4	5,3	34	8,7
	Gün Aşırı	3	0,9	2	0,7	2	1,8	0	0	6	1,5
	Haftada Bir	9	2,6	4	1,4	4	3,6	0	0	9	2,3
	Daha Seyrek										

**Tablo 4.52(Devamı):** Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı

		Sosyal Medya Uygulamaları									
		Whatsapp		Instagram		Facebook		Twitter		Toplam	
		n*	%	n*	%	n*	%	n*	%	n*	%
Günlük	5 saatten	18	5,3	14	4,8	8	7,3	7	9,2	20	5,1
Geçirilen	fazla										
Süre	3-5 saat	49	14,4	44	15,1	18	16,4	11	14,5	53	13,6
	1-3 saat	196	57,6	179	61,3	60	54,5	41	53,9	229	58,6
	1 saatten az	77	22,6	55	18,8	24	21,8	17	22,4	89	22,8

\* n sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

#### 4.4.5. Demografik değişkenlerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre dağılımı

Demografik değişkenlerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre dağılımı Tablo 4.49’da sunulmuştur.

**Tablo 4.53:** Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı

		Sosyal Medya Kullanım Amaçları									
		Arkadaşlarla iletişim	Fotoğraf paylaşmak	Farklı arkadaşlar edinmek	Eğitim	Video-Müzik	Alışveriş yapmak	Düşünce paylaşmak	Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak	Çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak	Toplam
		n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*
Cinsiyet	Kadın	265	89	4	215	108	130	90	210	164	311
	Erkek	75	20	3	51	30	19	31	37	15	80
Yaş	30-35	73	31	3	56	30	36	26	53	53	82
	36-40	102	42	3	81	48	50	35	67	55	115
	41-45	87	16	0	76	35	34	24	72	44	106
	46-50	54	16	0	39	20	22	23	41	20	64
	51 ve üzeri	24	4	1	14	5	7	13	14	7	24
Mezuniyet Durumu	İlkokul	30	10	0	12	9	11	9	16	15	37
	Ortaokul										
	Lise	74	22	0	46	27	35	22	53	36	86
	Lisans	196	61	6	171	84	89	71	148	112	222
	Lisansüstü										
	Doktora	40	16	1	37	18	14	19	30	16	46

**Tablo 4.54(Devamı):** Demografik Değişkenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı

		Sosyal Medya Kullanım Amaçları									
		Arkadaşlarla iletişim	Fotoğraf paylaşmak	Farklı arkadaşlar edinmek	Eğitim	Video-Müzik	Alışveriş yapmak	Düşünce paylaşmak	Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak	Çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak	Toplam
		n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*	n*
Gelir	Düşük	46	14	1	35	19	13	17	37	30	54
Durumu	Orta	275	85	6	214	111	124	97	195	138	315
	Yüksek	19	10	0	17	8	12	7	15	11	22
Medeni	Evli	306	95	5	234	125	134	106	218	161	355
Durum	Boşanmış	34	14	2	32	13	15	15	29	18	36
Meslek	Çalışıyor	191	67	5	151	79	73	70	126	78	211
Durumu	Çalışmıyor	149	42	2	115	59	76	51	121	101	180
Çocuk	Bir	74	29	5	60	31	35	26	57	38	84
Sayısı	İki ve Üç	249	77	1	195	101	104	88	176	131	289
	Dört ve üzeri	17	3	1	11	6	10	7	14	10	18
Sosyal	1-5 Yıl	84	21	2	67	27	32	24	64	41	104
Medya	6-10 yıl	147	57	2	110	60	62	52	110	83	164
Kullanım	11-15 yıl	69	23	1	57	32	38	25	49	41	77
Yılı	15 ve üzeri	40	8	2	32	19	17	20	24	14	46
Sosyal	1	52	12	1	43	17	22	16	41	26	65
Medya	2	125	36	3	96	45	56	38	95	75	146
Hesap	3-4	141	51	2	109	62	62	52	97	72	155
Sayısı	5 ve Fazla	22	10	1	18	14	9	15	14	6	25
Sosyal	Her Gün	301	102	6	241	130	136	109	219	156	342
Medya	Gün Aşırı	28	4	1	20	6	11	6	22	19	34
Kullanım	Haftada 1	5	1	0	0	0	0	3	4	1	6
Sıklığı	Daha Seyrek	6	2	0	5	2	2	3	2	3	9
Günlük	5 saatten	19	7	2	14	9	12	9	14	8	20
Geçirilen	fazla										
Süre	3-5 saat	48	25	3	36	24	30	17	34	20	53
	1-3 saat	196	64	1	163	91	83	70	147	115	229
	1 saatten az	77	13	1	53	14	24	25	52	36	89

\* n sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

#### 4.4.6. Sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medya uygulamalarına göre dağılımı

Sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medya uygulamalarına göre dağılımını Tablo 4.50’de sunulmuştur.

**Tablo 4.55:** Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı

		Sosyal Medya Uygulamaları				
		Whatsapp	Instagram	Facebook	Twitter	Toplam
		n*	n*	n*	n*	n*
Sosyal	Arkadaşlarla iletişim	307	253	99	71	340
Medya	Fotoğraf paylaşmak	102	94	38	19	109
Kullanım	Farklı arkadaşlar edinmek	7	6	4	2	7
Amaçları	Eğitim	235	202	80	56	266
	Video-Müzik	119	110	46	41	138
	Alışveriş yapmak	136	127	49	31	149
	Düşünce paylaşmak	111	82	38	36	121
	Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak	221	198	72	53	247
	Çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak	163	150	50	42	179
	Toplam	340	292	110	76	391

\* n sayısı örneklem hacmini geçmektedir.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda yapılan analizlerden elde edilen bulgular alan yazın doğrultusunda tartışılarak öneriler sunulmuştur.

### 5.1. Tartışma ve Sonuç

Araştırmada ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynler yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelenmiştir. Ayrıca demografik değişkenlere göre farklılaşma olup olmadığı incelenmiş ve araştırmanın hipotezleri ile alt problemleri için aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

391 katılımcıya uygulanan Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği'nden elde edilen sonuca göre katılımcıların ebeveyn yetkinlik düzeyi ( $\bar{X}=42,41$ ) orta seviyede bulunmuştur. Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile bilinçli farkındalık düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), pozitif yönde, düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani ebeveyn yetkinlik düzeyi arttıkça bilinçli farkındalık düzeyi de artmaktadır. McCaffrey'e (2015) göre yetişkinler için düzenlenen bilinçli farkındalık eğitimleri, bireyin yetkinlik düzeyini, mutluluk düzeyini artırmada yıllardır kullanılan bir yöntemdir. Bilinçli farkındalık düzeyi ve ebeveyn yetkinlik düzeyi bireylerde paralel bir şekilde hareket etmektedir. Yine başka bir çalışmaya göre bilinçli farkındalık çalışmaları, ebeveynler üzerinde ebeveynliğin kalitesini, çiftler arası uyumunu artıran, stresi azaltan etkilere sahip bir uygulamadır (Bögels ve Restifo, 2013). Bilinçli farkındalık uygulaması yapan anne babalar, ebeveynlik konusunda diğer anne babalara göre kendilerini daha yetkin hissetmektedir.



Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile süreklilik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.014$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani ebeveyn yetkinlik düzeyi arttıkça sosyal medya kullanırken süreklilik sağlama düzeyi azalmakta ya da sosyal medyada geçirilen sürenin artması ebeveyn yetkinliğini azaltmaktadır. Şentürk-Dızman'a (2019) göre sosyal medya ile hızla artan sanal ilişkilerle birlikte bireylerin evlilik sorumluluklarından kaçınmalarına ve eşlerin ayrılmasına sebebiyet vermektedir. Kraut ve arkadaşları (1998) ise yaptıkları araştırmada kişilerde yalnızlık durumundaki artışları ve aile içi iletişimin azalmasını sosyal medya kullanımının artışı ile ilişkilendirmişlerdir. Sosyal medyanın aile içi iletişimi engellediği, sosyal medyanın ebeveyn ve çocuklarını yalnızlaştırdığı ise bir başka araştırma bulgusudur (Dilber, 2019). Koçak (2012) tarafından yapılan araştırmada katılımcılar sosyal medyanın zaman kaybı gibi dezavantajları olduğunu ifade etmişlerdir. Hatta Güleç'e (2018) göre ebeveynlerin sürekli sosyal medya kullanmalarına bağlı boşanma yüzdesinin artışı söz konusudur.

Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile yetkinlik alt boyutu arasında ( $p=.632$ ) ilişki bulunamamıştır. Ebeveyn yetkinlik düzeyi ile sosyal medya kullanımı düzeyi arasında ( $p=.278$ ) ilişki bulunamamıştır. Sosyal medya kullanım düzeyi ve alt boyutu olan sosyal medyayı kullanırken bireyin kendini yetkin hissetmesi, ebeveynin yetkinlik algısı ile ilişkili değildir.

Katılımcıların ebeveyn yetkinlik düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılaşması aşağıdaki gibi tespit edilmiştir. Gelir durumu değişkeninin dışında diğer değişkenlerde farklılaşma gözlemlenmemiştir. Gelir durumu orta düzeyde olanların, gelir durumu düşük olanlara göre ebeveyn yetkinliği daha yüksektir. Demir (2015), yapmış olduğu araştırma bulguları ile aylık gelir düzeyi en düşük aralıkta olan anne babaların ebeveyn yetkinlik puanlarının diğer gelir düzeyi yüksek anne babalara göre daha düşük olduğu bulgusu ile paralel bir sonuca ulaşmışlardır. Yani Demir'e (2015) göre ekonomik yoksunluğun, ebeveyn yetkinliğinin düzeyini olumsuz yönde etkilediği düşünülebilir. Yine başka bir araştırmada düşük gelir durumu olan ailelerin bu durumu talihsizlik olarak görüp aile içinde düşük yetkinlik düzeyine sahip bireyler gibi davrandıkları ifade edilmiştir (Zahn-Waxler ve ark., 2002)

391 katılımcıya uygulanan Bilinçli Farkındalık Ölçeği'nden elde edilen sonuca göre katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyi ( $\bar{X}=55,83$ ) orta seviyede bulunmuştur. Bilinçli farkındalık düzeyi ile süreklilik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.000$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça sosyal medya kullanırken süreklilik sağlama düzeyi azalmaktadır. Yapılan başka bir çalışmada bireylerin bilinçli farkındalık düzeylerinin psikolojik semptomlarda ve sosyal medyanın sürekli kullanılmasında anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu; bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça psikolojik semptom ve sosyal medya bağımlılığı anlamlı bir şekilde düştüğünü görülmüştür (Karadağ ve Akçınar, 2019).

Bilinçli farkındalık düzeyi ile yetkinlik düzeyi arasında ( $p=.090$ ) ilişki bulunamamıştır. Yani sosyal medya kullanım düzeyi alt boyutu olan sosyal medyayı kullanırken bireyin kendini yetkin hissetmesi, bilinçli farkındalık düzeyi ile ilişkili değildir.

Bilinçli farkındalık düzeyi ile sosyal medya kullanımı düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ( $p=.001$ ), negatif yönde, düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani bilinçli farkındalık arttıkça sosyal medya kullanım düzeyi azalmaktadır. Bilinçli farkındalık seviyeleri yüksek olan kişiler, sosyal medya kullanım düzeylerini ihtiyaçlarına göre ayarlayabilmekte bunun sonucu olarak bilinçli farkındalık düzeyleri yüksek olan kişilerin bilinçli farkındalık düzeyleri, düşük olan kişilere göre psikolojik semptom seviyeleri daha düşük bulunmuştur (Karadağ ve Akçınar, 2019). Araştırma bulgusuna paralel olarak Özyeşil ve arkadaşlarının (2011) yapmış olduğu çalışma sonucuna göre bireylerin bilinçli farkındalık düzeyleri sosyal medya kullanırken süreklilik sağlama ve psikolojik semptomlar ile ilişkisi ise negatif yönlüdür.

Katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Katılımcı Bilgi Formunda ele alınan on dört değişken ile yapılan analiz sonucunda demografik değişkenler bilinçli farkındalık düzeyine göre farklılaşmamaktadır.

391 katılımcıya uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nden ve alt ölçeklerinden elde edilen sonuçlara göre katılımcıların süreklilik düzeyi ( $\bar{X}$ =11,79), yetkinlik düzeyi ( $\bar{X}$ =11,17), sosyal medya kullanım düzeyi ( $\bar{X}$ =22,96) orta seviyede bulunmuştur. Katılımcıların süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanım düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılaşması aşağıdaki gibi tespit edilmiştir. Erkeklerin, kadınlara göre sosyal medya kullanım düzeyi daha yüksektir. Benzer bir bulgu Çam ve İşbulan (2012) tarafından yapılan çalışmada elde edilmiştir. Çalışmaya göre erkeklerde sosyal medya kullanımı kadınlara göre daha yüksektir. Lisans mezunlarının ilkökul-ortaokul mezunlarına göre; lisansüstü-doktora mezunlarının da ilkökul-ortaokul mezunlarına göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Ortaokul eğitim düzeyindeki bireyler lise, üniversite ve yüksek lisans eğitim düzeyindeki bireylere göre sosyal medya kullanım yetkinliğinin daha düşük olduğu başka bir araştırma bulgusudur (Demir, 2021). Eğitim düzeyi arttıkça bireylerin sosyal medyada kullanımında kendilerini yetkin görme düzeyleri artmaktadır. Boşanmışların, evlilere göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Boşanmış bireyler sosyal medya kullanırken kendilerini sosyal medya kullanımı konusunda evlilerden daha yetkin görmektedir. Çalışanların, çalışmayanlara göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Herhangi bir işte çalışan bireyler sosyal medya kullanırken kendilerini sosyal medya kullanımı konusunda çalışmayan bireylerden daha yetkin görmektedir. 11-15 yıldır sosyal medya kullananların, 1-5 yıldır kullananlara göre; 15 yıl ve üzeri kullananların, 1-5 yıldır kullananlara göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Sosyal medyayı daha uzun yıllardır kullanan bireyler, sosyal medya kullanımı konusunda kendilerini daha yetkin görmektedir. Yetkinlik düzeyini kullanım yılı artırmaktadır. 11-15 yıldır sosyal medya kullananların, 1-5 yıldır kullananlara göre; 15 ve üzeri yıldır kullananların, 1-5 yıldır kullananlara göre sosyal medya kullanımı düzeyi daha yüksektir. Sosyal medyayı daha önce kullanmaya başlayan bireylerin sosyal medya kullanım düzeyi daha yüksektir. Sosyal medya kullanım düzeyini, kullanım yılı artırmaktadır. 3-4 sosyal medya hesabı olanların, 1 ve 2 hesabı olanlara göre; 5 ve fazla hesabı olanların, 1, 2 ve 3-4 hesabı olanlara göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Daha çok sosyal medya hesabına sahip olmak bireylerin sosyal medya kullanırken kendilerini daha yetkin hissetmelerini sağlamaktadır. 5 ve fazla hesabı olanların, 1 ve 2 hesabı olanlara göre sosyal medya kullanım düzeyi daha yüksektir. Sosyal medya hesap sayısı bireylerin sosyal medya kullanım düzeylerini artırmaktadır. Bireyin sahip

olduğu hesap sayısı arttıkça sosyal medya kullanım düzeyi de artmaktadır. Her gün sosyal medyayı kullananların, gün aşırı ve haftada bir kullananlara göre yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Sosyal medyayı kullanım sıklığı, bireyin sosyal medyayı kullanırken kendini daha çok yetkin hissetmesini sağlamaktadır. Günlük 5 saatten fazla sosyal medya kullananların, 3-5 saat arası, 1-3 saat arası ve bir saatten az kullananlara göre; günlük 3-5 saat arası sosyal medya kullananların, 1-3 saat arası ve bir saatten az kullananlara göre; günlük 1-3 saat arası sosyal medya kullananların, bir saatten az kullananlara yetkinlik düzeyi daha yüksektir. Sosyal medyada geçirilen sürenin artması bireylerin sosyal medya kullanımını konusunda kendilerini daha yetkin görmesini sağlamaktadır. Deniz ve Tutgun-Ünal'a (2019) göre de sosyal medyada daha fazla süreklilik sağlayan bireyler kendilerini daha yetkin bulmaktadır.

Katılımcılar (227 kadın, 68 erkek) sosyal medya uygulamalarından en çok Whatsapp uygulamasını kullanmakta, uygulama kullanımında 115 kişi ile 36-40 yaş arası öne çıkmaktadır. Yine sosyal medya uygulamalarını en çok lisans mezunları (222 kişi), orta düzeyde gelire sahip ebeveynler (315 kişi), evli olanlar (355 kişi), çalışanlar (211 kişi), çocuk sayısı 2-3 olan ebeveynler (289) kullanmaktadır.

Sosyal medyayı 6-10 yıldır kullananların (164 kişi), sosyal medya hesap sayısı 3-4 olanların (155 kişi), sosyal medyayı her gün kullananların (342 kişi) ve gün içerisinde 1-3 saat arası kullananların (229 kişi) sosyal medya uygulamalarını tercih etme oranları daha yüksektir.

Tüm demografik değişkenlerde ve sosyal medya uygulama tercihlerinde sosyal medya kullanım amacı en çok arkadaşlarla iletişim ve devamında eğitim, kişisel gelişim ve çocuk gelişim konularını içeren kategorilerdir. Bu çalışmaya paralel başka bir çalışmada sonucunda sosyal medya kullanım avantajları arasında katılımcılar tarafından en çok ifade edilen avantaj iletişim olmuştur (Koçak, 2012).

## 5.2. Öneriler

Gelir durumu orta düzeyde olanların ebeveyn yetkinlik düzeylerini artırmak için orta düzeyde gelire sahip ailelerin yaşadığı bölgelerde ebeveyn eğitim

programları düzenlenebilir. Aynı tür programlar genel olarak orta düzeyde bulunan ebeveyn yetkinlik düzeyinin artması için tüm ülkede tertiplenebilir.

Tamamı sosyal medya kullanıcısı olan katılımcıların, sosyal medyayı iletişimden sonra en çok eğitim, kişisel gelişim ve çocuk gelişimi kategorilerinde kullanmayı tercih etmeleri sosyal medyanın olumlu yönlerinin dengeli bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Sosyal medya üzerinden ebeveynlere yönelik yapılan programları daha da kalitelendirilerek devam edilmelidir.

Genel olarak orta düzeyde bulunan bilinçli farkındalık düzeyinin artması için ebeveynlere bilinçli farkındalık programları düzenlenebilir ya da özel kuruluşlar tarafından düzenlenen çeşitli programlara katılmak için teşvik edilebilir.

Bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımının düşük düzeyde negatif yönlü ilişkisinin olması ebeveynlerin bilinçli farkındalık hallerinin daha çok artması için sosyal medya kullanımı konusunda daha dikkatli olmaları gerektiğini göstermektedir. Sosyal medyada geçirilen süreyi ölçen dijital sayaçlar ya da sosyal medya diyeti gibi uygulamaların yaygınlaşması planlanabilir.

Sosyal medya kullanımı düzeyinin erkeklerde kadınlara göre daha yüksek olmasını iş, sosyal doyum, stres, hobiler, Covid-19'un yaşam tarzlarını etkileyerek sınırlı alanlarda hareket etmek zorunda kalmak, bununla birlikte e-ticaret gibi alternatif ekstra iş olanakları gibi faktörlerle ele alınarak başka çalışmalarda değerlendirilmelidir.

## KAYNAKÇA

### MAKALELER

- Aday, B., Çetinkaya, D., Cankan, İ., Özen, İ. S., Şengiz, İ., İğnak, T., Yağlı, Ş. N. ve Acar, İ. H., Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık ve Çocuk Gelişimi, *Özyeğin Üniversitesi Çocuk Gelişim ve Öğrenme Çalışmaları Laboratuvarı*, 2021.
- Aguiton, C. & Cardon, D., The Strength of Weak Cooperation: An Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0., *Communications & Strategies*, 65, 2007, 51-65.
- Ajzen, Icek, "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, And The Theory of Planned Behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2002, 1-20.
- Akın, Ü., Akın, A., ve Abacı, R., "Öz-Duyarlık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 33, 2007, 1-10.
- Aksoy, V. ve Diken, İ. H., "Annelerin Ebeveynlik Öz-Yeterlik Algıları ile Gelişimi Risk Altında Olan Bebeklerin Gelişimleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 10(1), 2009, 59-68.
- Aktaş, M. ve Çopur, Z., "Sosyal Medya Kullanımının Eşler Arasındaki Strese Etkisi", *International Journal Of Education Technology and Scientific Researches*, 6, 2018, 142-153.
- Aktepe, İ. ve Tolan, Ö., "Bilinçli Farkındalık: Güncel Bir Gözden Geçirme", *Psiyatrîde Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 12(4), 2020, 534-561.
- Alikılıç, Ö. ve Onat, F., "Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar", *Journal of Yaşar University*, 2(8), 2007, 899-927.
- Altunbaş, Hüseyin, "Yeni Medya ve İnteraktif Reklamcılık", *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 18(18), 2001, 369-384.
- Ardelt, M. & Eccles, J.S., "Effects of Mothers' Parental Self-Efficacy Beliefs and Promotive Parenting Strategies on Inner-City Youth", *Journal of Family Issues*, 22, 2001, 944-972.

- Arık, Emel, “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği”, *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 2013, 273-287.
- Arnold, D. S., O’Leary, S. G., Wolff, L. S. & Acker, M. M., The Parenting Scale: A Measure Of Dysfunctional Parenting In Discipline Situations, *Psychological Assessment*, 5, 1993, 137-144.
- Aslan, N. ve Cansever, B., Ergenlerin Boş Zaman Değerlendirme Algısı, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 2012, 23-35.
- Baer, R. A., Smith, G. T., Hopkins, J., Krietemeyer, J. & Toney, L., Using Self-Report Assessment Methods to Explore Facets of Mindfulness, *Assessment*, 13(1), 2006, 27-45.
- Balcı, Ş., Gölcü, A. ve Arsal Gölcü, A., Sosyal Medya Kullanımı ile Kendini Gizleme ve Yaşam Doyumu Arasında Bir Bağlantı Var mı?, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 2019, 173-190
- Barker, Valerie, “Older Adolescents’ Motivations for Social Network Site Use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self-Esteem”, *CyberPsychology & Behavior*, 12, 2009, 209-213.
- Bayar, Havva, **Ebeveynlik Tarzları**, 2021, <https://www.tavsiyedyorum.com/makale22090.htm>, Erişim Tarihi: 06.9.2021.
- Bhuiyan, Serajul I., “Impact of New Media Technology on Society”, *The Daily Star*, 5(810), 2006
- Biehle, S. & Mickelson, K.D., Personal and Co-Parent Predictors of Parenting Efficacy Across the Transition to Parenthood, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 30 (9), 2011, 985-1010.
- Bishop, S. R., Lau, M., Shapiro, S., Carlson, L., Anderson, N. D., Carmody, J. & Devins, G., Mindfulness: A Proposed Operational Definition, *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11(3), 2004, 230-241.
- Boyd D. M. & Ellison, N. B., Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007, 10-230.
- Bozkurt, Aslıhan, “Ayaklanmalar, İnternet ve Sosyal Medyanın Devrim’i mi?”, *Bilişim Dergisi*, 130, 2011, 12-16.
- Börü, Deniz, “Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımına İlişkin Bir Araştırma”, *Öneri Dergisi*, 4(15), 2001, 47-51
- Breitenstein, S.M., Gross, D., Fogg, L., Ridge, A., Garvey, C., Julion, W. & Tucker, S., The Chicago Parent Program: Comparing 1-Year Outcomes for African

- American and Latino Parents of Young Children, *Res Nurs Health*, 35(5), 2012, 475-89.
- Brown, K. W. & Ryan, R. M., The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-Being, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 2003, 822-848.
- Brown, K.W., Ryan R.M. & Creswell, J.D., Mindfulness: Theoretical Foundations and Evidence for its Salutary Effects, *Psychol Inq*, 18, 2007, 211-237.
- Bugay, A. ve Erdur-Baker, Ö., Ruminasyon Düzeyinin Toplumsal Cinsiyet ve Yaşa Göre İncelenmesi, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 2011, 191-201.
- Caprara, G., Pastorelli, C., Regalia C., Scabini, E. & Bandura A., Impact of Adolescents Filial Self-Efficacy on Quality of Family, *Journa of Research on Dolescence*, 15(1), 2005, 71-97.
- Caprara, G., Regalia, C., Scabini, E., Barbanelli, C. & Bandura A., Assessment of Filial, Parental, Marital, and Collective Family Efficacy Beliefs, *European Journal of Psychological Assessment*, 20(4), 2004, 247-26.
- Coleman, P.K. & Karraker, K.H., Parenting Self-Efficacy Among Mothers of School-Age Children: Conceptualization, Measurement and Correlates, *Family Relations*, 49, 2000, 5-11.
- Cruncec, R., Barnett, B. & Matthey, S., Review of Scales of Parenting Confidence, *Journal of Nursing Measurements*, 18, 2010, 210-240.
- Çakıroğlu, Ahmet, “Üstbiliş”, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 2007, 21-27.
- Çam, E. ve İşbulan, O., A New Addiction for Teacher Candidates: Social Networks, *The Turkish, Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 2012, 14-19
- Çatak, P. D. ve Ögel, K., Farkındalık Temelli Terapiler ve Terapötik Süreçler, *Klinik Psikiyatri*, 13(1), 2010, 85-91.
- Çeviker, Gizem, **Ebeveynliğin İnsan Gelişimindeki Kritik Rolü**, 2016, [https://www.tavsiyeediyorum.com/makale\\_16544.htm](https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_16544.htm) Erişim Tarihi: 19.10.2021.
- de Montigny, F. & Lacharite, C., Perceived Parental Self-Efficacy: Concept Analysis, *Journal of Advanced Nursing*, 49, 2005, 387-386.
- Demir, Sezai, “Ebeveyn Yetkinliğinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(29), 2015, 33-148.



- Demir, S., ve Gündüz, B., Ebeveyn Yetkinlik Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 2014, 309-322.
- Demir, Sude Zeynep, Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı ile İlişkisi: Narsisizmin Aracı Rolü, *YDÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 2021, 245-271.
- Demir, Ümit, “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 2016, 27-50.
- Deniz, L. ve Tutgun-Ünal, A., Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması, *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 2019, 1025-1057.
- Deniz, M. E., Erus, S. M. ve Büyükcebeci A., Bilinçli Farkındalık ile Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Duygusal Zekanın Aracılık Rolü, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7(47), 2017, 17-31.
- Desjardin, Jean L., “Family Empowerment: Supporting Language Development İn Young Children Who Are Deaf Or Hard Of Hearing”, *The Volta Review*, 106(3), 2006, 275-298.
- Diken, İ. ve Diken, Ö., Turkish Mother’s Verbal Interaction Practices And Self Efficacy Beliefs Repairing Their Children With Expensive Language Delay. *International Journal Of Special Education*, 23(3), 2008, 110-117.
- Dilber, Fadime, “Aile İçi İletişimde Sosyal Medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(33), 2019, 334-381
- Donovan, W. L., Leavitt, L. A. & Walsh, R. O., Cognitive Set and Coping Strategy Affect Mothers’ Sensitivity to İnfant Cries: A Signal Detection Approach, *Child Development*, 68, 1997, 760-772.
- Duncan, L. G., Coatsworth, J. D. & Greenberg, M. T. A Model of Mindful Parenting: İmplications for Parent-Child Relationships and Prevention Research, *Clinical Child and Family Psychology Review*, 12(3), 2009, 255-270.
- Dunn, K., Elsom, S. & Cross, W., Self-Efficacy and Locus of Control Affect Management of Aggression by Mental Health Nurses, *Issues in Mental Health Nursing*, 28, 2007, 201-217.
- Dymond, S. & Barnes, D., Behavior-Analytic Approaches to Self-Awareness, *Psychol Rec*, 47, 1997, 181-200.

- Fonagy, P. & Target, M., Early Intervention and The Development of Self-Regulation, *Psychoanalytic Inquiry*, 22(3), 2002, 307-35.
- Fuller, J. L. & Fitter, E. A., Mindful Parenting: a Behavioral Tool for Parent Well-Being, *Behavior Analysis in Practice*, 13(4), 2020, 767-771.
- Giallo, R., Kienhuis, M., Treyvaud, K. & Matthews, J., A Psychometric Evaluation of the Parent Self-Efficacy in Managing the Transition to School Scale, *Australian Journal of Educational & Developmental Psychology*, 8, 2008, 36-48.
- Göker, G., Doğan, A. ve Demir, M., Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(2), 2010, 184-206.
- Gördesli, M. A., Aslan, R., Çekici, F., Sünbül Z. A. ve Malkoç, A., The Psychometric Properties of Mindfulness in Parenting Questionnaire (MIPQ) in Turkish Sample, *European Journal of Education Studies* 5(5), 2018, 175-188.
- Greenhow, Christine, "Tapping The Wealth of Social Networks For Professional Development", *Learning & Leading With Technology*, 36(8), 2009, 10-11.
- Grolnick, W. S., Benjet, C., Kurowski, C. O. & Apostoleris, N. H., Predictors of Parent Involvement in Children's Schooling, *Journal of Educational Psychology*, 89(3), 1997, 538-548.
- Gross, D., Fogg, L. & Tucker, S., The Efficacy of Parent Training for Promoting Positive Parent-Toddler Relationships, *Res Nurs Health*, 18(6), 1995, 489-499.
- Güleç, Vusala, "Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü", *Yeni Medya Elektronik Dergi*, İstanbul, 2(2), 2018, 105-120.
- Halpern, L.F. & McLean, W.E., Hey, Mom, Look at Me!, *Infant Behavior and Development*, 20(4), 1997, 515-529.
- Hayes, A. M. & Feldman, G., Clarifying the Construct of Mindfulness in The Context of Emotion Regulation and The Process of Change in Therapy, *Clinical Psychology Science and Practice*, 11, 2004, 255-262.
- Hazar, Çetin Murat, "Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması", *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 2011, 151-175.
- Holloway, S. D., Suzuki, S., Yamamoto, Y. & Behrens, K. Y., Parenting Self-Efficacy Among Japanese Mothers, *Journal of Comparative Family Studies*, 36(1), 2005, 61-76.
- Johnson, H.C., Cournoyer, D.E., Fisher, G.A., McQuillan, B.E., Moriarty, S. & Richert, A., Children's Emotional and Behavioral Disorders: Attributions of

- Parental Responsibility by Professionals, *American Journal of Orthopsychiatry*, 70(3), 2000, 327-339.
- Johnson T. J. & B. K. Kaye, Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 2004, 622-642.
- Jones, T.L. & Prinz, R.J., Potential Roles of Parental Self-Efficacy in Parent and Child Adjustment: A Review, *Clinical Psychology Review*, 25(3), 2005, 341-363.
- Junttila, N., Vauras, M. & Laakkonen, E., The Role Of Parenting Self-Efficacy In Children's Social And Academic Behavior, *European Journal of Psychology of Education*, 22, 2007, 41-61.
- Kara, E., ve Ceyhan, A. A., Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Düzeylerinin Bilinçli Farkındalık ile İlişkisi: Öz-Kontrolün Aracılık Rolü, *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 6(1),2017, 9-14
- Karacaoğlan, B. ve Şahin, N. H., Bilgece Farkındalık ve Duygu Düzenleme Becerisinin İş Tatminine Etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 2016, 421-444.
- Karadağ, A. ve Akçınar, B., Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki, *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 2019, 154-166.
- Karal H. ve Kokoç M., Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 1(3), 2010, 251-263.
- İnan-Kaya, Gamze, “Dijital Çağda Çocuk Yetiştirme ve Eğitim: Değişen Roller”, *İnsan ve İnsan*, 8(27), 2021, 83-100
- Killingsworth, M. A., & Gilbert, D. T., A Wandering Mind is an Unhappy Mind, *Science*, 330, 2010, 932-932.
- Kolbitsch, J. & Maurer, H., The Transformation of The WEB: How Emerging Communities Shape the Information we Consume, *Journal of Universal Computer Science*, 12(2), 2006, 187-213.
- Kraut R., Patterson M., Lundmark V., Kiesler S., Mukophadhyay T. & Scherlis W., Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?, *American Psychologist*, 53(9), 1998, 1017-1031.
- Kuntsche, E., Stewart, S. H. & Cooper, M. L., How Stable is The Motive-Alcohol Use Link? A Cross-National Validation of The Drinking Motives Questionnaire Revised Among Adolescents From Switzerland, Canada, and

- the United States, *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 69(3), 2008, 388-396.
- Lackaye, T., Margalit, M., Ziv, O. & Ziman, T., Comparisons of Selfefficacy, Mood, Effort, and Hope Between Students With Learning Disabilities and Their Non-LD-Matched Peers, *Learning Disabilities Research & Practice*, 21(2), 2006, 111-121.
- Lamborn, S. D., Mounts, N. S., Steinberg, L. & Dornbusch, S. M., Patterns of Competence and Adjustment Among Adolescents from Authoritative, Authoritarian, İndulgent, and Neglectful Families, *Child Development*, 62, 1991, 1049-1065.
- Mason, O. & Hargreaves, I., A Gualitative Study of Mindfulness-Based Cognitive Therapy for Depression, *British Journal of Medical Psychology*, 74(2), 2001, 197-212.
- Neff, Kristin D., “The Development and Validation of a Scale to Measure Self Compassion”, *Self and Identity*, 2, 2003, 223-250.
- Nolen-Hoeksema, Susan, “Sex Differences in Unipolar Depression: Evidence and Theory”, *Psychological Bulletin*, 101(2), 1987, 259-282.
- Özyeşil, Z., Arslan, C., Kesici, Ş. ve Deniz, M. E., Bilinçli Farkındalık Ölçeğini Türkçeye Uyarlama Çalışması, *Eğitim ve Bilim*, 36(160), 2011, 224-235.
- Parmaksız, İzzet, “Yaşam Doyumla Bilinçli Farkındalık Arasındaki İlişki: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma”, *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(1), 2020, 157-176
- Ritchie, T. D. & Bryant, F. B., Positive State Mindfulness. A Multidimensional Model of Mindfulness in Relation to Positive Experience, *International Journal of Wellbeing*, 2(3), 2012, 150-181.
- Roemer, L., Lee, J. K., Salters-Pedneault, K., Erisman, S. M., Orsillo, S. M. & Mennin, D. S., Mindfulness and Emotion Regulation Difficulties in Generalized Anxiety Disorder: Preliminary Evidence for İndependent and Overlapping Contributions, *Behavior Nyanaponika Therapy*, 40(2), 2009, 142-154.
- Sanders, M. R. & Woolley, M. L., The Relationship Between Maternal Self-Efficacy and Parenting Practices: Implications For Parent Training, *Child: Care Health and Development*, 31(1), 2005, 65-73.
- Scheel, M. J. & Rieckmann, T., An Empirically Derived Description Of Empowerment for Parents of Children Identified as Psychologically Disordered, *The American Journal of Family Therapy*, 26, 1998, 15-27.

- Schunk, D. H. & Gunn, T. P., Self-efficacy and Skill Development: Influence Of Task Strategies And Attributions, *Journal of Educational Research*, 79, 1986, 238-244.
- Seligman, M. & Csikszentmihalyi, M., Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 2000, 5-14.
- Shapiro, S. L., Carlson, L. E., Astin, J. A. & Freedman, B., Mechanisms of Mindfulness, *Journal of Clinical Psychology*, 62(3), 2006, 373-386.
- Smith, J. D. & Dishion, T. J., Mindful Parenting in the Development and Maintenance of Youth Psychopathology, *The Guilford Press*, 2013, 138-158.
- Solmaz, B., Tekkin, G., Herzem, Z. ve Demir, M., İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama, *Selçuk İletişim*, 7(4), 2013, 23-32
- Spot, R., Randall, G. K. & Shin, C., Increasing School Success Through Partnership-Based Family Competency Training, *National Institutes of Health*, 23(1), 2008, 70-89.
- Stifter, C. A. & Bono, M. A., The Effect of Infant Colic On Maternal Self-Perceptions and Mother-Infant Attachment. *Child Care, Health and Development*, 24, 1998, 339-351.
- Şentürk-Dızman, Zeynep, “Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkileri”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 2019, 548-555.
- Teti, D. & Gelfand, D., Behavioral Competence Among Mothers Of İnfant in The First Year: The Mediational Role of Maternal Self-Efficacy, *Child Develeopment*, 62, 1991, 918-929.
- Tokgöz-Bakıroğlu, Cemile, “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”, Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013, Antalya.
- Townsend, M. & Choi, S. F., Reading Achievement In New Zealand: Effects Of Self-Efficacy And Children’s Motivation. British Educational Research Association Annual Conference, *University of Manchester*, 9, 2004, 1-15.
- Ulus, Leyla, “Bir Ebeveyn Tutumu Olarak Bilinçli Farkındalık”, *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)*, 5, 2018, 44-45.
- Uzun, K. ve Uluçay, D. M., İş Ortamında Whatsapp Kullanımı ve Kesintiye Uğrama, *Selçuk İletişim*, 10(1), 2017, 216-231.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M., Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Yaşar University*, 20(5), 2010, 3348-3382.

- Webster-Stratton, Carolyn, “Stress: A Potential Disruptor of Parent Perceptions and Family Interactions”, *Journal of Clinical Child Psychology*. 19(4), 1990, 302-312.
- Wong K., Hicks L. M., Seuntjens T. G., Trentacosta C. J., Hendriksen T. H. G., Zeelenberg M. & Heuvel, M.I., The Role of Mindful Parenting in Individual and Social Decision-Making in Children, *Front Psychol*. 10, 2009, 1-10.
- Yağmurlu, Aslı, “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 2011, 5-15.
- Yalçın, M. ve Yalçın, M., Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(57), 2018, 738-743.
- Yanık, Akan, “Yeni Medya Nedir Ne Değildir?”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 2016, 898-910.
- Yıldırım, G. ve Atilla, G., Öz Yeterliğin Bilinçli Farkındalık ve Benlik Saygısına Etkisi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 2020, 59-84.
- Yıldız, A. ve Demir, F. M., Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği, *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi Girişimcilik Özel Sayısı*, 17(37), 2016, 18-36.
- Yılmaz, M., Köseoğlu, P., Gerçek, C. ve Saran, H., Yabancı Dilde Hazırlanan Bir Öğretmen Öz-Yeterlik Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 2004, 260-267.
- Zahn-Waxler, C., Duggal, S. & Gruber, R., “Parental Psychopathology”, In Marc H. Bornstein (Ed.) **Handbook of Parenting**, 4, 2002, 295-327, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey.

## **TEZLER**

- Alpay, Merve Rümeysa, **Farkındalık Temelli Beden Eğitimi Derslerinin İlkokul 3. Ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Bilinçli Farkındalık ile Duygusal ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Üzerine Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2021.
- Arabacı, Nalan, **Ana-Baba-Çocuk İletişimini Değerlendirme Aracı'nın (ABCİDA) Geliştirilmesi ve Ana-Baba-Çocuk İletişiminin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, 2011.

- Aydın, Yunus Emre, **Özel Yetenekli Çocukların Ebeveynlerinin Akılcı Olmayan İnançları ve Ebeveyn Yetkinliklerinin İncelenmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, 2019.
- Bağatarhan, Tuba, **Ebeveyn Eğitim Programının Annelerin Ebeveynlik Öz-Yeterliliklerine Etkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2012.
- Bila, Ceylan, **Bireysel ve Kitle İletişim Aracı Olarak İnternet ve Toplumsal Etkileri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, 2001.
- Ceylan, Davut, **18-45 Yaş Arası Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Narsistik Kişilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, 2021.
- Çebi, Sıla, **Ergenlerde Ebeveyn Tutumlarına Göre Bilinçli Farkındalık, Öz-Anlayış ve Bağlanma Stillerinin İncelenmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, 2020.
- Çiftci-Topaloğlu, Zeynep, **4-5 Yaş Çocuklarının Sosyal Yetkinlik, Saldırganlık, Kaygı Düzeyleri ile Anne-Babalarının Ebeveyn Özyeterliliği Algısı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, 2013.
- Demir, Emel, **Birey ve Aile Yaşamına İlişkin Konularda İnternet Kullanımının Belirlenmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2016
- Demir, Sezai, **Ebeveynlerin Yetkinlikleri ile Depresyon, Olumsuz Benlik ve Anksiyete Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, 2013.
- Demir, Volkan, **Bilinçli Farkındalık Temelli Hazırlanan Eğitim Programının Bireylerin Depresyon ve Stres Düzeyleri Üzerine Etkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, 2014
- Dikme, Gökhan, **Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, 2013.
- Eminoğlu-Küçüktepe, Seval, **İlköğretim Öğretmenlerinin Öz-Oluşum Türleriyle, Mesleki Etkililik Alguları ve Tercih Ettikleri Öğretme Stilleri Arasındaki İlişki**, Yayınlanmış Doktora Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi, 2007.
- Güldal, Şeyma, **Bilinçli Farkındalık Temelli Ergenlere Yönelik Psikoeğitim Programının Karakter Güçleri, Bilinçli Farkındalık ve Akademik Başarı Gelişimine Etkisinin İncelenmesi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2019.

- Güldalı-Dereli, Sibel, **48-72 Aylık Çocuğa Sahip Annelerin-Ebeveynlik Yetkinliği ile Çocuklarını Beslenme Tarzı Arasındaki İlişki**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, 2019.
- Işık, Esra, **Bilinçli Farkındalık Aile Eğitim Programının Ebeveynlerin Bilinçli Farkındalıkları, Yetkinlik Algıları ve İletişim Düzeyleri ile Çocukların Davranış Sorunları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, 2020.
- Kınay, Fatoş, **Beş Boyutlu Bilinçli Farkındalık Ölçeğini Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi, 2013.
- Koçak, N. Gizem, **Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarını ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de bir Uygulama**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, 2012.
- Kotil, Çiğdem, **Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Yeni Başlayan 5 Yaş Çocukların Sosyal-Duygusal Uyum Düzeylerine Annenin Ebeveyn Öz Yeterlik Algısı ile Okul Beklentilerine Uyum Düzeyinin Etkisi**, Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, 2010.
- Köksal, Yüksel, **Bir Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkileri**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, 2012.
- McCaffrey, Stacey, **Mindfulness In Parenting Questionnaire (MIPQ): Development and Validation of a Measure of Mindful Parenting**, Doctoral Dissertation, Nova Southeastern University, 2015.
- Öksüz, Ekrem, **Yüksek Öğretim Yurtlar Kurumu ile Özel Yurtlarda İkamet Eden Öğrencilerin Boş Zaman Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi: Balıkesir İli Örneği**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, 2012.
- Özdoğan, Hande, **Yetişkinlerin Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin İyimserlik ve Yaşam Doyumlarına Etkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2018.
- Özyeşil, Zümra, **Üniversite Öğrencilerinin Öz-anlayış Düzeylerinin Bilinçli Farkındalık Kişilik Özellikleri ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, 2011.
- Sansom, Lisa, **Confident Parenting-Book Prospectus**, Published Master of Applied Positive Psychology’s Thesis, University of Pennsylvania, 2011.



Swanlund Laura J., **Home-School Collaboration and Children with Emotional and Behavioral Disorders: An Examination of School Services**, Doctoral Dissertation, Loyola University, 2010.

Tuncer, Nur, **Bir Grup Üniversite Öğrencisinde Belirlenen Sosyal Anksiyete Düzeylerine Göre Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Doyumu Düzeylerinin İncelenmesi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi, 2017.

Tutgun-Ünal, Aylin, **Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2015.

Ülev, Esra, **Üniversite Öğrencilerinde Bilinçli Farkındalık Düzeyi ile Stresle Başa Çıkma Tarzının Depresyon, Kaygı ve Stres Belirtileriyle İlişkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, 2014.

Yaylak, Erhan, **Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Eğitimde Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri ve Görüşleri**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, 2017.

Yılmam, Busecan, **Bilinçli Farkındalık ve Öz-Duyarlılığın Öznel İyi Oluş Üzerindeki Etkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, 2019.

## **KİTAPLAR**

Akar, Erkan, **Sosyal Medya Pazarlaması**, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2010.

Atalay, Zümra, **Mindfulness-Bilinçli Farkındalık: Farkındalıkla Anda Kalabilme Sanatı**, İnkılap Yayınevi, İstanbul, 2019.

Ayan, Buğra, **Sosyal Ağlar Tarihi**, Abaküs Yayınları, İstanbul, 2016.

Aziz, Aysel, **İletişime Giriş**, 6. Baskı, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2008.

Bandura, Albert, **Self-efficacy: The Exercise of Control**, 12th Print, W. H. Freeman and Company, New York, 1997.

Bandura, Albert, **Self-Efficacy in Changing Societies**, 4th Print, Cambridge University Press, New York, 1995.

Binark, Mutlu, **Yeni Medya Çalışmaları**, Dipnot Yayınları, Ankara, 2000.

Borges, Bernie, **Marketing 2.0 Bridging the Gap Between Seller and Buyer Through Social Media Marketing**, Published by Wheatmark, Tucson, 2009.

Bögels, Susan M., & Restifo, K., **Mindful Parenting in Mental Health Practitioners**, Springer, New York, 2013.

- Castells, Manuel, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür**, Ebru Kılıç (Çev.), 2. Baskı, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005.
- Civelek, Mustafa Emre, **İnternet Çağı Dinamikleri**, 1. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2009.
- Eley, B. & Tilley, S., **Online Marketing Inside Out**, Sitepoint Pty. Ltd., Australia, 2009.
- Frey, Alexandra & Totton, A., **Şimdi, Buradayım**, Karen Alguadiş Çelikoğlu (Çev.), 1. Baskı, Destek Yayınları, İstanbul, 2016.
- Germer, Christopher K., Siegel, R. D. & Fulton, P., **Mindfulness and Psychotherapy**, Guilford, New York, 2005.
- Hanh, Thich Nhat, **The Miracle of Mindfulness: An Introduction to The Practice of Meditation**, Beacon Press, Boston, 1987.
- Kabat-Zinn, Jon, **Coming to Our Senses: Healing Ourselves and The World Through Mindfulness**, Hyperion, New York, 2005.
- Karasar, Niyazi, **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, 31. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara, 2012.
- Lietsala, Katri & Sirkkunen, E., **Social Media: Introduction to the Tools and Processes of Participatory Economy**, Tampere University Press, Finland, 2008.
- McLuhan, Marshall, & Fiore, Q., **The Medium is the Massage: An Inventory of Effects**, Gingko Press, Corte Madera, 1967.
- Mithen, Steven, "From Domain Specific to Generalized Intelligence: a Cognitive Interpretation of the Middle/Upper Palaeolithic Transition", **In The Ancient Mind: Elements of Cognitive Archaeology**, Renfrew, Colin & Zubrow, Ezra B. W. (Eds.), Cambridge University Press, Cambridge, 1994.
- Moniz, Richard & Slutzk, H., "A Brief Introduction to Mindfulness: Origins, Science, the Brain, and Practice", **In The Mindful Librarian: Connecting The Practice of Mindfulness to Librarianship**, Moniz Richard, Eshleman Joe, Henry Jo, Slutzky Howard, Moniz Lisa (Eds.), Elsevier, New York, 2015.
- Nalçaoğlu, Halil, "İnternet ve Görselin İmhası: İnternet İçeriğini Analiz Etmek İçin Kuramsal Model Arayışları", **Yeni Medya Çalışmaları**, Binark, Mutlu (Ed.), 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007.
- Ögel, Kültegin, **Farkındalık (Ayrımsama) ve Kabullenme Temelli Terapiler**, 2. Baskı, HYB Yayıncılık, Ankara, 2012.

- Pruett, K. & Pruet, M. K., **Partnership Parenting**, Da Capo Press, Philadelphia, 2009.
- Rogers, Everett M., **Communication Technology: The New Media in Society**, Free Publishing, New York, 1986.
- Sayımer, İdil, **Sanal Ortamda Halkla İlişkiler**, 2. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 2008.
- Schmidt, Stefan, **Neuroscience, Consciousness and Spirituality**, Walach Harald, Schmidt, Stefan, Jonas Wayne B. (Eds.), Springer, Dordrecht, 2011.
- Selvili-Çarmıklı, Zeynep, **Pembe Fili Düşünme**, 5. Baskı, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2018.
- Senemoğlu, Nuray, **Gelişim, Öğrenme ve Öğretim. Kuramdan Uygulamaya**, 27. Baskı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2012.
- Siegel, Ronald D., **The Mindful Brain**, W.W. Norton, New York, 2007.
- Stahl, Bob & Goldstein, E., **A Mindfulness-Based Stress Reduction Workbook**, New Harbinger Publications, Oakland, 2010.
- Snyder, C. R., & Lopez, S. J., **Handbook of Positive Psychology**, Lopez Shane J., Snyder C. R. (Eds.), Oxford University Press, New York, 2005.
- Tabachnick, Barbara G. & Fidell, L. S., **Using Multivariate Statistics (Sixth Edition)**, Pearson Education, United States, 2013.
- Thera Nyanaponika, **The Power of Mindfulness**, Wheel Publication, Sri Lanka, 2008.
- Tuncer, Oya, **Çocuk Aile ve Çevresi**, Koç, Nizamettin (Ed.), "Çocuk ve Eğitim", TED Yayınları, Ankara, 1980.
- Uzun, Bilge, **En Uzun Yollar Tek Adımla Başlar**, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2020.
- Ün-Açıkgöz, Kamile, **Etkili Öğrenme ve Öğretme**, 7. Baskı, Biliş Eğitim Yayınları, İzmir, 1998.

#### **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

- Altan-Aytun, Özge, **Bilinçli Ebeveynlik**, <https://psikolojistanbul.com/2013/05/14/bilincli-ebeveynlik/> Erişim Tarihi: 12.17.2021.
- Ateş, Sena, **Bilinçli Farkındalık, Bilinçli Ebeveynliğe Nasıl Yardımcı Olabilir: Bilinçli Ebeveynlik İçin Birkaç Öneri**, 2020, <https://www.uplifers.com/bilincli-farkindalik-bilincli-ebeveynlige-nasil-yardimci-olabilir-bilincli-ebeveynlik-icin-birkac-oneri/> Erişim Tarihi: 15.10.2021.

Burhanoğlu, Sabri, **Ruminasyon (Rumination) Kavramı Nedir?** 2016, <https://www.sabriburhanoglu.com/ruminasyon-rumination-kavrami-nedir> Erişim Tarihi: 13.07.2021.

Harzadın, Timur, **Facebook Bağımlılığı**, 2012, <http://www.dengeliyasam.net/dengeli-yasam/facebookbagimliliği>, Erişim Tarihi: 12.10.2021.

Türk Dil Kurumu, **Aile**, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 27.09.2021.

Türk Dil Kurumu, **Bilinçlilik**, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.09.2021.

Türk Dil Kurumu, **Ebeveyn**, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.09.2021.

Türk Dil Kurumu, **Yetkinlik**, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.09.2021.

Türkçe Bilgi, **Sosyal**, <https://www.turkcebilgi.com/sosyal#post>, Erişim Tarihi: 23.10.2021.

Vikipedi, **Farkındalık**, 2020, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Fark%C4%B1ndal%C4%B1k> Erişim Tarihi: 21.09.2021.

Vikipedi, **Medya**, 2021, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Medya> Erişim Tarihi: 21.09.2021.

We are Social, **Digital 2021**, 2021, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>, Erişim Tarihi: 19.10.2021.

Zakaria, Faredd, **Why There's No Turning Back in the Middle East**, 2011, <https://fareedzakaria.com/columns/2011/02/17/why-theres-no-turning-back-in-the-middle-east>, Erişim Tarihi:15.11.2021.

## **EKLER**

**EK-1:** Anket Soruları

**EK-2:** Etik Kurul İzni



## EK-1: Anket Soruları

### Katılımcı Bilgilendirme Formu

Değerli Katılımcı;

Bu anket, Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik, bilinçli farkındalık ve sosyal medya kullanımı açısından incelenmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik **bilgilerin** doldurulacağı bir form mevcuttur Ortaokul öğrencisi çocuğa sahip ebeveynlerin yetkinlik düzeyinin belirlenmesi için “**Ebeveyn Yetkinlik Ölçeği**” yer almaktadır. Üçüncü bölümde katılımcıların bilinçli farkındalık düzeylerini belirlemek için “**Bilinçli Farkındalık Ölçeği**” bulunmaktadır. Son bölümde ise katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyini saptamak amacıyla “**Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği**” yer almaktadır.

Araştırma kapsamında, ankete vereceğiniz cevaplar, araştırmacı dışında herhangi bir kişi veya kurum ile paylaşılmayacaktır. Ancak araştırma sonuçları bilimsel platformlarda sözlü sunum, poster, yayın şeklinde paylaşılabilir. Anketten elde edilen veriler toplu olarak değerlendirileceğinden isim yazmanıza gerek yoktur.

Soruları dikkatlice okuduktan sonra, sizin durumunuzu ya da görüşünüzü en iyi yansıttığını düşündüğünüz ifadenin ya da maddenin karşısına “**X**” işareti koymanızı beklemekteyiz. Cevaplarınızın çalışmaya dahil edilerek analiz edilebilmesi için **ANKETTE BULUNAN TÜM SORULARI CEVAPLADIĞINIZDAN EMİN OLUNUZ. SORU ATLAMAYINIZ VE BOŞ BIRAKMAYINIZ.**

Bilimsel bir araştırmaya destek verdiğiniz için teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Hüsniye ALTINKAYA  
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
Psikoloji Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

## Aydınlatma Onam Formu

Bana yukarıda konusu ve amacı belirtilen araştırma ile ilgili yazılı/sözlü açıklama Hüsniye ALTINKAYA tarafından yapıldı. Bu araştırmaya gönüllü olarak katıldığımı, istediğim zaman gerekçeli veya gerekçesiz olarak araştırmadan ayrılabileceğimi biliyorum. Söz konusu araştırmaya, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın kendi rızamla katılmayı kabul ediyorum.



## Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formunda yer alan soruları yanıtlarken sizin durumunuza en uygun olan bilginin bulunduğu parantezin içerisine **X** işareti koymanız yeterli olacaktır.

### 1. Cinsiyetiniz:

1 ( ) Erkek                      2 ( ) Kadın

### 2. Yaşınız:

.....

### 3. Mezuniyet Durumunuz:

- 1 ( ) İlkokul-Ortaokul  
2 ( ) Lise  
3 ( ) Lisans  
4 ( ) Lisansüstü ve Doktora

### 4. Algılanan Gelir Durumu

1 ( ) Düşük                      2 ( ) Orta                      3 ( ) Yüksek

### 5. Medeni Durum

1 ( ) Evli                      2 ( ) Boşanmış

### 6. Meslek Durumu

1 ( ) Çalışıyor                      2 ( ) Çalışmıyor

### 7. Çocuk Sayısı

1 ( ) Bir                      2 ( ) İki ve Üç                      3 ( ) Dört ve üzeri

### 8. Sosyal Medya Kullanma Durumu

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır

Cevap evet ise

### 9. Sosyal Medyayı Kaç Yıldır Kullanıyorsunuz?

..... Yıl

### 10. Sahip Olunan Sosyal Medya Hesabı Sayısı

1 ( ) 1                      2 ( ) 2                      3 ( ) 3-4                      4 ( ) 5 ve Fazlası

### 11. Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

1 ( ) Her Gün                      2 ( ) Gün Aşırısı                      3 ( ) Haftada Bir                      4 ( ) Daha Seyrek

### 12. Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre

- 1 ( ) 5 saatten fazla  
2 ( ) 3-5 saat arası  
3 ( ) 1-3 saat arası  
4 ( ) Bir saatten az



**13. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Aracı (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

1 ( ) Whatsapp 2 ( ) Instagram 3 ( ) Facebook 4 ( ) Twitter

**14. Sosyal Medya Kullanım Amaçları (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- 1 ( ) Arkadaşlarla iletişim
- 2 ( ) Fotoğraf paylaşmak
- 3 ( ) Farklı arkadaşlar edinmek
- 4 ( ) Eğitim
- 5 ( ) Video/Müzik
- 6 ( ) Alışveriş yapmak
- 7 ( ) Düşünce paylaşmak
- 8 ( ) Kişisel gelişim ile ilgili bilgilere ulaşmak
- 9 ( ) Çocuk gelişimiyle ilgili bilgilere ulaşmak



## EBEVEYN YETKİNLİK ÖLÇEĞİ

		1	2	3	4	5	6	7
<p>Vereceğiniz cevaplar "Oldukça Yetersizim (1) ve Oldukça Yeterliyim (7)" arasında derecelendirilmiştir. Size uygun gelen 1-7 arasındaki herhangi bir sütunu işaretleyiniz.</p> <p><b>Oğlunuz ya da kızınızla ilişkilerinizde aşağıdaki davranışları ne kadar yeterli düzeyde sergileyebiliyorsunuz.</b></p>		Oldukça Yetersizim		Yetersizim		Yeterliyim		Oldukça Yeterliyim
1	Başkalarıyla yaşadığı sorunlarla başa çıkmasında oğlunuza/kızınıza yardım edebilme							
2	Çocuğunuzun beklenti ya da talepleri karşılama konusunda yetersiz kaldığınızı hissettiğinizde ona kendi ayakları üzerinde durabilmesi için destek olabilme							
3	İstemese bile oğlunuz/kızınıza yardım önerisinde bulunabilme							
4	Kişisel, ailevi ya da işle ilgili sorunlarınıza rağmen oğlunuz/kızınızla ilgilenebilme							
5	Oğlunuz/kızınız kurallara ya da verdiği sözlere uymadığında bu durumu tavizsiz idare edebilme							
6	Oğlunuzun ya da kızınızın özeline girmeden ona rehberlik edebilme							
7	Kaygılarıyla ilgili sizinle özelini paylaşmasını sağlama							
8	Sizinle ilgili eleştirilerini gücenmeden/bozulmadan kabullenebilme							
9	Son derece kişisel sorunlarını sizinle paylaşabilmesini sağlayabilme							
10	Oğlunuz ve kızınızla aranızdaki ilişkiyi ve birbirinizle ilgili duygularınızı konuşabilme							
11	Gerçekçi hedefler belirlemesine ve bunları başarabilmesine yardımcı olma							

## BİLİNÇLİ FARKINDALIK ÖLÇEĞİ

**Açıklama:** Aşağıda sizin günlük deneyimlerinizle ilgili bir dizi durum verilmiştir. Lütfen her bir maddenin sağında yer alan 1 ile 6 arasındaki ölçeği kullanarak her bir deneyimi ne kadar sık veya nadiren yaşadığınızı belirtiniz. Lütfen deneyimizin **ne olması gerektiğini değil, sizin deneyiminizi gerçekten neyin etkilediğini** göz önünde bulundurarak cevaplayınız. Lütfen her bir maddeyi diğerlerinden ayrı tutunuz.

1	2	3	4	5	6
Hemen hemen her zaman	Çoğu zaman	Bazen	Nadiren	Oldukça Seyrek	Hemen hemen hiçbir zaman
1. Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim.					1 2 3 4 5 6
2. Eşyaları özensizlik, dikkat etmeme veya başka bir şeyleri düşündüğüm için kırırım veya dökerim.					1 2 3 4 5 6
3. Şu anda olana odaklanmakta zorlanırım.					1 2 3 4 5 6
4. Gideceğim yere, yolda olup bitenlere dikkat etmeksizin hızlıca yürüyerek gitmeyi tercih ederim.					1 2 3 4 5 6
5. Fiziksel gerginlik ya da rahatsızlık içeren duyguları, gerçekten dikkatimi çekene kadar fark etmeme eğilimim vardır.					1 2 3 4 5 6
6. Bir kişinin ismini, bana söylendikten hemen sonra unuturum.					1 2 3 4 5 6
7. Yaptığım şeyin farkında olmaksızın otomatik bağlanmış gibi yapıyorum.					1 2 3 4 5 6
8. Aktiviteleri gerçekte ne olduklarına dikkat etmeden acele ile yerine getiririm.					1 2 3 4 5 6
9. Başarmak istediğim hedeflere öyle çok odaklanırım ki o hedeflere ulaşmak için şu an ne yapıyor olduğumun farkında olmam.					1 2 3 4 5 6
10. İşleri veya görevleri ne yaptığımın farkında olmaksızın otomatik olarak yaparım.					1 2 3 4 5 6
11. Kendimi bir kulağımla birini dinlerken; aynı zamanda başka bir şeyi de yaparken bulurum.					1 2 3 4 5 6
12. Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyor, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum.					1 2 3 4 5 6
13. Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum.					1 2 3 4 5 6
14. Kendimi yaptığım işlere dikkatimi vermemiş bulurum.					1 2 3 4 5 6
15. Ne yediğimin farkında olmaksızın atıştırıyorum.					1 2 3 4 5 6

## SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ

**Yönerge:** Aşağıda sosyal medya kullanımına yönelik çeşitli ifadeler yer almaktadır. Her ifadeye yer alan durumun sizin için ne kadar uygun olduğunu yanda belirtilen derecelmeli ölçek üzerinde işaretlemeniz (X) istenmektedir. Katkınız için teşekkür ederim.

	Bana Hiç Uygun Değil	Bana Az Uygun	Bana Orta Seviyede Uygun	Bana Çok Uygun	Bana Tamamen Uygun
1. Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissedirim.					
2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
3. Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					
4. Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.					
5. Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.					
6. Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.					
7. Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.					
8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.					

## EK-2: Etik Kurul İzni



T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
REKTÖRLÜK

Sayı : E-31675095-100-2100007674  
Konu : Etik Kurul Raporu (Hüsniye  
ALTINKAYA)

08.07.2021

Sayın Araştırmacı Hüsniye ALTINKAYA

“Ortaokul Öğrencisi Çocuğa Sahip Ebeveynlerin Yetkinlik, Bilinçli Farkındalık ve Sosyal Medya Kullanımı Açısından İncelenmesi” konulu çalışmanız 29.06.2021 tarih 2021/05 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda görüşülmüş olup; Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin değerlendirmesi sonucunda söz konusu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Barış BULUNMAZ  
Rektör Yardımcısı

**Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Doğrulama Kodu: 7CCS32E

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

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34087, Balat - İstanbul  
Tel: 4447696 Faks: +90 212 6214503  
E-Posta: [info@ayvansaray.edu.tr](mailto:info@ayvansaray.edu.tr) Elektronik Ağı: [www.ayvansaray.edu.tr](http://www.ayvansaray.edu.tr)  
Kep Adresi: [istanbulayvansarayuniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:istanbulayvansarayuniversitesi@hs01.kep.tr)

Bilgi: İpek FURTUN  
Yazı İşleri Sorumlusu  
Tel: 4447696 Dahili: 308



## ÖZGEÇMİŞ

Hüsniye ALTINKAYA ilkokul, ortaokul ve lise eğitimini sonraki yıllarda çok gezme ümidi ile yaşadığı şirin, küçük ilçesinde okudu. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği bölümünü bitirdi. Çeşitli özel kurumlarda sınıf öğretmeni olarak görev yaptı.1. sınıf test kitabı yazdı, yayınlandı. Bu ona yetmedi; 2019 yılında Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Sosyoloji bölümünü bitirdi. Bulunduğu her ortamda konuşmayı, insanların hayatına renk katmayı çok sevdiğini fark ettikten sonra sertifikasyon deryasına daldı. Aile ve Sosyal Yaşam Danışmanlığı, Eğitim Danışmanlığı, Öğrenci Koçluğu, Çocuk Objektif Testleri Uygulayıcılığı (12 Test), WISC-R Zekâ Testi Uygulayıcılığı, Hızlı Okuma Eğitmenliği, Mindfulness Temel Eğitimlerini aldı. Halen İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Genel Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi, evli ve bir çocuk annesidir. Hayatına renk katarak, güzel anılar biriktirerek yeni şeyler öğrenerek tekâmülü için yaşamaya devam etmektedir.