TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ANNELERİN PSİKOLOJİK SAĞLAMLIK DURUMLARI VE SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖZELLİKLERİ

Betül ORHAN KILIÇ

SOSYAL PEDİATRI BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Betül ULUKOL

ANKARA
2021

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ANNELERİN PSİKOLOJİK SAĞLAMLIK DURUMLARI VE SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖZELLİKLERİ

Betül ORHAN KILIÇ

SOSYAL PEDİATRI BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Betül ULUKOL

ANKARA
2021

ETİK BEYAN

Ankara Üniversitesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Yüksek Lisans tezi olarak hazırlayıp sunduğum *"Annelerin Psikolojik Sağlamlık Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri"* başlıklı tez; bilimsel ahlak ve değerlere uygun olarak tarafımdan yazılmıştır. Tezimin hipotezi tümüyle tez danışmanım ve bana aittir. Tezde yer alan araştırma tarafımdan yapılmış olup, tüm cümleler, yorumlar bana aittir.

Yukarıda belirtilen hususların doğruluğunu beyan ederim.

Öğrencinin Adı Soyadı: Betül ORHAN KILIÇ

Tarih:
İmza:

KABUL VE ONAY

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalında Sosyal Pediatri Tezli Yüksek Lisans Programında Betül ORHAN KILIÇ tarafından hazırlanan

"Annelerin Psikolojik Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi:

İmza

Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi
Jüri Başkanı

İmza

İmza

Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi
Üye

Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi
Üye

Tez hakkında alınan jüri kararı, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından onaylanmıştır.

İmza
Unvanı Adı ve Soyadı
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

İÇİNDEKİLER

Etik Beyan	ii
Kabul ve Onay	iii
İçindekiler	iv
Önsöz	vii
Simgeler ve Kısaltmalar	ix
Şekiller	x
Çizelgeler	xi
1. GİRİŞ	1
1.1.1. İnternet Tanımı ve Tarihçesi	3
1.1.2. Sosyal Medya Tanımı ve Tarihçesi	4
1.1.3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları	5
1.1.4. Sosyal Medya Mecraları	6
1.1.4.1. Facebook	7
1.1.4.2. İnstagram	8
1.1.4.3. Twitter	9
1.1.4.4. Snapchat	10
1.1.5. Dünyada ve Türkiye'de Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri	10
1.1.6. Dijital Vatandaşlık ve İnternet Güvenliği	12
1.1.6.1. Dijital Vatandaşlık	12
1.1.6.2. İnternet Güvenliği	14
1.1.7. Problemli İnternet Kullanımı	16
1.1.8. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik Özellikler	19
1.1.8.1. Sosyal Medya Kullanımı ve Depresyon	20
1.1.8.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Narsisizm	23
1.1.8.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik Sağlamlık (Dayanıklık)	24
1.1.8.4. Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyumu	27
1.1.9. Annelerin Sosyal Medya Kullanımı	29
1.1.9.1. Annelerin Sosyal Medya Kullanım Özellikleri	30
1.1.9.2. Annelerin Sosyal Medya Paylaşımları ve Psikolojik Durumlar	33
1.1.10. Çocuk Mahremiyeti Açısından Sosyal Medya Paylaşımları	34
1.1.10.1. Çocuk Hakları Açısından Sosyal Medya Paylaşımları	35
1.1.10.2. Ulusal ve Uluslararası Mevzuat	36
2. GEREÇ ve YÖNTEM	38
2.1. Araştırmanın Türü	38
2.2. İzinler ve Etik Onay	38
2.3. Evren ve Örneklem	38
2.4. Araştırmaya Alınma Ölçütleri	39
2.5. Veri Toplama Tekniği ve Araçları	41
2.5.1. Anket Formu	41
2.5.2. Ölçekler	42

2.5.2.1. Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ) 42
2.5.2.2. Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ) 43
2.5.2.3. Bilişsel Üçlü Envanter (BÜE) 44
2.5.2.4. Narsistik Kişilik Envanteri (NKE) 45
2.5.3. İnstagram Kullanım Özelliklerine İlişkin Veri Formu 45
2.6. Araştırmanın Amaçları ve Hipotezleri 46
2.7. İstatistiksel Yöntem 48

3. BULGULAR 50
3.1. Sosyo-demografik Özellikler 50
3.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Özellikleri 52
3.3. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri 57
3.4. Katılımcıların İnstagram Hesaplarındaki Çocuklarına Ait Paylaşım Özellikleri 59
3.5. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Verileri 60
3.6. Duygu Durumları ile İlişkili Özellikler 61
3.6.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişki 61
3.6.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Özellikleri Arasındaki İlişki 63
3.6.2.1. Katılımcıların Duygu Durumları İle Kullandıkları Sosyal Medya Platformları Arasındaki İlişki 64
3.6.2.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki 67
3.6.2.3. Katılımcıların Duygu Durum İlişkileri ile Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri Arasındaki İlişki 72
3.6.2.4. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Platformlarına Giriş Süresi ve Sıklığı Arasındaki İlişki 75
3.6.2.4.1. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Depresif Belirti Düzeyi Arasındaki İlişki 77
3.6.2.4.2. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Yaşam Doyum Düzeyi Arasındaki İlişki 81
3.6.4.2.3. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyi Arasındaki İlişki 83
3.6.4.2.4. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Narsistik Kişilik Düzeyi Arasındaki İlişki 87
3.6.3. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişkisi 88
3.6.4. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram'daki Çocuklarına ait Paylaşımları Arasındaki İlişki 90
3.6.5. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki 94
3.7. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile İnstagram'daki Çocuklara Ait Paylaşımları Arasındaki İlişki 95
3.8. Katılımcıların İnstagram'daki Takipçi Sayısı ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişki 96

4. TARTIŞMA 99
4.1. Sosyodemografik Verilerinin Analizi 100
4.2. Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Analizi 100
4.3. İnstagram Profil Özelliklerinin Analizi 105
4.4. Duygu Durumlar ile İlişkili Özelliklerin Analizi 106
4.4.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi 107
4.4.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi 107
4.4.2.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Platformundaki Çocuklarına Ait Paylaşım Özelliklerinin İlişkisinin Analizi 109
4.4.2.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ve Süresinin İlişkisinin Analizi 110
4.4.3. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişkisi 113
4.5. İnstagram Takipçi Sayısının Profil Özellikleri ile İlişkisinin Analizi 115

5. SONUÇ ve ÖNERİLER 118
ÖZET 127
SUMMARY 129
KAYNAKLAR 131
EKLER 151
Ek-1. Etik Kurul Onayı 152
Ek-2. Bilgilendirilmiş Onam Formu 153
Ek-3. Anket Formu 155
Ek-4. Beck Depresyon Ölçeği 157
Ek-5. Yaşam Doyum Ölçeği 159
Ek-6. Bilişsel Üçlü Envanteri 160
Ek-7. Narsistik Kişilik Envanteri 161
Ek-8. Annenin İnstagram Hesabına İlişkin Veri Formu 162
Ek-9. Çizelgeler 163
ÖZGEÇMİŞ 171

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca bilgisi ve yaklaşımları ile her yönüyle kendime rol model aldığım, hayatıma sayısız güzel dokunuşlar yapan, her zorluğun nasıl güzelleştirildiğini öğrendiğim ve bir ömür izinden gideceğim saygıdeğer hocam Sayın Prof. Dr. Betül ULUKOL'a,

Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde Sosyal Pediatri Yüksek Lisans Eğitimi boyunca bilgi ve deneyimlerinden çok şey öğrendiğim, her an yanımda olduğunu hissettiğim saygıdeğer hocalarım Sayın Prof. Dr. Sevgi BAŞKAN, Prof. Dr. Filiz Şimşek ORHON ve Doç.Dr. Seda TOPÇU'ya, dostluğunu ve yardımlarını bir an olsun esirgemeyen Doç. Dr. Eda İLARSLAN'a,

Sosyal Pediatri Bilim Dalı'nda öğrenci oluşuma vesile olan ve varlığını hep arkamda hissetiğim Sayın Prof. Dr. Nejat AKAR'a ve bir abladan çok daha ötesi olan ve iyiki hayatımda dediğim Dr. Yelda MUMCU'ya, içini doldurarak dostum diyebildiğim Dr. Deniz ÇELİK'e,

Çocukluğum diyebileceğim ilk Tıp Fakültesi yıllarımdan yetişip bugünlere gelmemde annem ve babam kadar emeği olan, mesleğim ve hayata dair hep örnek aldığım saygıdeğer hocamlarım Sayın Prof. Dr. Esra BASKIN'a, Prof. Dr. Namık ÖZBEK'e ve Prof. Dr. Özlem ÖZBEK'e,

Hayatımın her aşamasında koca bir çınar gibi gölgelsinde nefes aldığım, varlığı ile güç bulduğum ve kızı olmaktan hep gurur duyacağım canım babam Cavit ORHAN'a,

Evimize sonsuz sevgisi ile güzellik katan ve keşke onun gibi bir anne olabilsem dediğim canım annem Ayfer ORHAN'a, hem tezim sırasında verdiği bilimsel katkılarla hem de manevi destekle hayatıma huzur katanım, sevgili kardeşim Av. Serdar ORHAN'a,

Hayatımda iyiki dediğim ve varlığı ile bana hep destek olan sevgili eşim Dr. Serhat KILIÇ'a, hayatıma geldiği günden beri mucize kaynağım olan güzel oğlum canım Ahmet Batu KILIÇ'a ve evimizin neşesi kızım Zeynep Ada KILIÇ'a,

Çalışmamıza katılarak bu tez çalışmasının gerçekleşmesine olanak sağlayan tüm hastalarıma ve katılımcılara ayrıca teşekkürlerimi sunarım.

Betül ORHAN KILIÇ

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BDÖ	Beck Depresyon Ölçeği
BÜE	Bilişsel Üçlü Envanteri
DSM	Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders
ICD	International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems
NKE	Narsistik Kişilik Envanteri
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TDK	Türk Dil Kurumu
YDÖ	Yaşam Doyum Ölçeği

ŞEKİLLER

Şekil 1.1. We Are Social 2021 Verilerine Göre Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanım Süresi 11

Şekil 3.1. Katılımcıların İnstagramdaki Takip Sayısına Göre Yüzdelik Dilimleri 57

Şekil 3.2. Sosyal Medya Platformlarına Günlük Giriş Süresine Ait Ortanca Değerler 76

Şekil 3.3. Günlük Sosyal Medya Platformlarına Giriş Sıklığına Ait Ortanca Değerler 76

ÇİZELGELER

Çizelge 3.1. Katılımcıların Sosyo-demografik verileri 51

Çizelge 3.2. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu 53

Çizelge 3.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları 54

Çizelge 3.4. Katılımcıların Sosyal Medyada Platformunda Çocuklarına ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği 55

Çizelge 3.5. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi 56

Çizelge 3.6. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklığı 56

Çizelge 3.7. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Ortalama Takipçi Sayıları 57

Çizelge 3.8. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri 58

Çizelge 3.9. Katılımcıların İnstagram Hesaplarındaki Çocuklarına ait Fotoğraf Özellikleri 59

Çizelge 3.10. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları 60

Çizelge 3.11. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile BDÖ Göre Depresif Belirti Düzeyinin İlişkisi 62

Çizelge 3.12. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Depresif Belirti Düzeyi Grupları ile İlişkisi 64

Çizelge 3.13. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Yaşam Doyum Düzeyi ile İlişkisi 65

Çizelge 3.14. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi 66

Çizelge 3.15. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Narsistik Kişilik Düzeyi ile İlişkisi 67

Çizelge 3.16. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ileİlişkisi 68

Çizelge 3.17. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi 69

Çizelge 3.18. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi 69

Çizelge 3.19. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi 70

Çizelge 3.20. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi 71

Çizelge 3.21. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi 72

Çizelge 3.22. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi 73

Çizelge 3.23. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi 74

Çizelge 3.24. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi 75

Çizelge 3.25. Katılımcıların Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanım Süresi Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi 78

Çizelge 3.26. Katılımcıların Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanım Süresi ile Depresif Belirti Düzeylerinin İlişkisi 79

Çizelge 3.27. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi 80

Çizelge 3.28. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Depresif Belirti Düzeylerinin İlişkisi 81

Çizelge 3.29. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi 82

Çizelge 3.30. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi 83

Çizelge 3.31. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi 84

Çizelge 3.32. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi 84

Çizelge 3.33. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi 85

Çizelge 3.34. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi.86

Çizelge 3.35. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi 87

Çizelge 3.36. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi 87

Çizelge 3.37. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi 89

Çizelge 3.38. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri ile Yaşam Doyum, Psikolojik Sağlamlık ve Narsistik Kişilik Düzeylerinin İlişkisi 90

Çizelge 3.39. Katılımcıların İnstagramdaki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi 91

Çizelge 3.40. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Yaşam Doyum Düzeyi ile İlişkisi. 92

Çizelge 3.41. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi 93

Çizelge 3.42. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Narsistik Kişilik Düzeyi ile İlişkisi 94

Çizelge 3.43. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Takipçi Sayısının Profil Özellikleri ile İlişkisi 96

Çizelge 3.44. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Takipçi Sayıları ile Çocuklarına Ait Fotoğraflar Özelliklerinin İlişkisi 97

1. GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesi, bilgisayarların ve akıllı telefonların yaşamımıza girmesi ile birlikte iletişim farklı bir şekil almaktadır. Bu gelişimlerle birlikte geleneksel medya yerini sosyal medyaya bırakmaya başlamıştır. Bireylere aktif ve hızlı iletişim imkânı sunan internet ve sosyal medya her geçen yıl daha fazla kullanıcı tarafından tercih edilmektedir. En son istatistiksel verilere göre 4,2 milyar kişi sosyal medya platformlarını kullanmaktadır (Digital, 2021a).

Sosyal medya kullanımın yaygınlaşması ile birlikte anneler bebeği ve kendisi ile ilgili birçok konuda bilgi ve destek almak amacıyla sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır (Lupton, 2016). Sosyal medya henüz yeni anne olmuş, dikkatini bebeği ve bebeği ile ilgili konulara vermiş ve ev dışı aktiviteleri kısmen azalmış bir kadın için mükemmel bir iletişim aracıdır. Bazı araştırmalarda; annelerin sosyal medya platformları aracılığıyla kendilerini daha az yalnız hissettiği gösterilmiştir (Mandai ve Kaso, 2018). Diğer taraftan sosyal medya platformlarının bilinçli ve uygun kullanılmadığı zaman anneleri ve çocuklarını olumsuz etkileyebileceği akılda tutulmalıdır. Nasıl ki anne gerçek yaşantısında çocuğunun en iyi şekilde büyüyüp gelişmesi için uygun bir ortam sağlamakla yükümlü ise; sosyal mecralarda da çocuğun büyümesini ve gelişmesini olumsuz etkileyebilecek her tür davranıştan kaçınmak zorundadır. 21. yüzyıl ile birlikte belki de birçok ebeveyne bilinçli ebeveyn olmanın bir alt başlığı olarak bilinçli bir dijital ebeveyn olmanın gerekliliği öğretilmelidir. Ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımları sıkça yapması sonucunda "Sharenting" kavramı gündeme gelmeye başlamıştır. İngilizce kökenli olan "sharing" ve "parenting" kavramlarından oluşan terim genellikle ebeveynlerin çocuklarına ait paylaşım yapması olarak ifade edilmektedir. Bu açıdan henüz rıza yetkisi olmayan çocuğa ait paylaşımlarla ilgili ebeveynlerin tutum ve davranışlarını inceleyen çalışmalar mevcuttur (Günüç, 2020). Çocuğun mahremiyeti ve özeli ile ilgili paylaşım yapma konusunda ebeveynlerin

endişeli olmasına rağmen çocuklarına ait paylaşım yapmaya devam ettikleri görülmektedir (Wagner ve Gasche, 2019). Bu noktada paylaşım yapan ebeveynlerin ruhsal durumu ve bu açıdan çocuklarına ait paylaşımlarının niteliği ve niceliği ile ilgili çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Hayatımızı birçok yönü ile etkileyebilen sosyal medya platformlarının bireyin ruh halini nasıl etkilediği hep merak konusu olmuştur. Özellikle annelerin sosyal medya kullanımları ile psikolojik durumları arasındaki ilişki dolaylı olarak çocuğu da etkileyeceği için önem arzetmektedir. Psikolojik durumlardan bireylerin günlük yaşamdaki işlevselliğini büyük ölçüde etkileyen ve sık olarak görülen depresyonun, depresyona karşı koruyucu olabileceği düşünülen yaşam doyumunun ve psikolojik sağlamlığın ve son yirmi yılda artış gösteren narsistik kişilik örüntüsünün sosyal medya kullanımı ile ilişkisi birçok araştırmada incelenmiştir. Bu anlamda annelerin psikolojik durumları ve sosyal medya kullanımlarını inceleyen çalışmalarda genel popülasyona benzer şekilde net bir neden sonuç ilişkisi gösterilememiş olsa da sosyal medya kullanımının annenin ve bebeğin ruh halini etkileyebileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak çağa ayak uydurmak ve teknolojinin bize sunduğu imkânlardan faydalanmak elbette önemli ve gereklidir. Ancak sosyal medya platformlarının beraberinde getiridiği riskler açısından dikkatli olunmalıdır. Bu noktada annelerin çocuklarına ait paylaşımların niteliği ve niceliği önem arz etmektedir. Annelerin henüz söz hakkı bulunmayan çocuğuna ait paylaşımları, özellikle de çocuğun mahremiyetine zarar verir nitelikte veya kimlik bilgilerini ifşa eden tarzda paylaşımları çocukları her tür kötü muameleye karşı savunmasız bırakmaktadır (Duygulu, 2019). Bu açıdan annelerin çocukları üstünde sonsuz egemenliğinin olmadığının, çocukların herşeyden evvel bir birey olduğunun ve çocuğun üstün yararını gözetilecek şekilde davranılması gerekliliğinin kabullenilmesi gerekir.

1.1. Genel Bilgiler

1.1.1. İnternet Tanımı ve Tarihçesi

Kelime Anlamı “genel ağ” olan internet, İngilizce “international” ve “network” kelimelerinin biraraya gelmesinden oluşmaktadır. Arpanet, 1960 yılında İnternet Protokolü'nü (IP) kullanan ilk ağdır, sonrasında birçok ağ sistemi (NPL network, CYCLADES, Merit Network, Tymnet ve Telenet vb) kullanılmaya başlanmıştır (Kılıç, 2020). Donald Davies, İngiltere’de ilk kez paket anahtarlamalı bir ağ sistemi kurarak internet tarihinde bir devrimi başlatmıştır (David, 1997).

Dünya çapında bir ağ olarak bilinen World Wide Web (www), 1989 yılında, Avrupa Nükleer Araştırma Örgütü’nde (European Organization of Nuclear Research) çalışan bir bilgisayar bilimcisi tarafından ortaya sürülmüştür (Çayırlı, 2017). İlk ortaya sürülen Web 1.0’de kullanıcı inaktif durumda olup içerik üretmeden sadece okuma yetkisine sahipti (Ergenç, 2011). Web 2.0’nin gelişmesi ile birlikte kullanıcılar aktif olarak içerik oluşturup paylaşmaya başlamıştır (Yeşim, 2017).

Ülkemizdeki ilk internet bağlantısı ise 1987 yılında Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile Ortadoğu Teknik Üniversitesi’nde oluşturulmuştur. Yurt dışındakine benzer şekilde ilk başlarda üniversitelerde ve akademik kadrolarda kullanılan İnternet, sonrasında ülke genelinde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Arısoy, 2009).

Dünyada ve ülkemizde internet bilgi edinme, bilgi aktarma, fotoğraf paylaşma, mesajlaşma vb. birçok sebeple kullanılmaktadır. Ülkemizdeki Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2020) verilerine göre internet kullanımının dağılımı;

mesajlaşma (%95,1), internet üzerinden telefon ve video ile görüşme (%88,1) ve sosyal medya ile profil oluşturma, mesaj gönderme ve içerik paylaşma (%80,2) şeklindedir. En son TÜİK verilerinden de anlaşılacağı üzere sosyal medya uygulamaları bireylerin interneti en fazla kullandığı alanlardan biridir.

1.1.2. Sosyal Medya Tanımı ve Tarihçesi

Teknoloji çağı ile birlikte iletişim yeni bir boyut kazanmaktadır (Çoklar, 2010). Zamanla bireylerin daha hızlı ve kolay haberleşmesine fırsat tanıyan mecralara ihtiyaç duyulmuştur. Bu açıdan sosyal medya paylaşım, mesajlaşma, yorum ve beğeni yapma gibi özellikleri ile çağımızın popüler iletişim şekli olmaya başlamıştır (Çam, 2012).

Sosyal medya, kullanıcıların içerik üretip paylaşabildiği, mevcut içerikleri beğenip bunlar hakkında yorum yapabildiği kişiler ve gruplar arası iletişimi sağlayan web tabanlı ağların bütünüdür (Gökgül, 2016; Kaplan ve Haenlein, 2010). Bir başka ifade ile sosyal medya; fotoğraf, video, bilgi paylaşımına olanak sağlayan Bloglar, Twitter vb. platformlardan oluşan, bireylere düşünce, ilgi ve bilgilerini paylaşma imkânı sunan internet tabanlı uygulamaların tamamıdır (Aktan ve Kayış, 2018; Sayımer, 2008). Sosyal medyayı, geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliği ise bireylerin sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, içeriği hakkında yorumda bulunabilmesi, yeni fikirler ve görüşler ortaya koyarak bireye ve topluma katkıda bulunabilmesidir (Yağmurlu, 2011).

Sosyal medya, 1988 yılında “Internet Relay Chat” isimli link paylaşılabilen sitenin kurulması ile yaşamımıza girmiştir. Sonrasında sırasıyla kullanıcılara profil oluşturarak sanal dünyada arkadaşlık yapabilme imkânı sunan “SixDegrees” ve

bireylere grup oluşturma imkânı sunan ”Live Journal” siteleri oluşturulmuştur (Türkel, 2018). Günümüz sosyal medyasının ilki olarak kabul edilen “Friendster” ve sonrasında birçok sosyal medya platformu (Myspace, LastFm, Tribe.net, Linkedln, Yahoo, Youtube, Twitter vb.) hayatımızdaki yerini almıştır (Hazar, 2011). 2004 yılında Facebook'un[1] kurulması ile birlikte ise sosyal medya adeta çağ atlayıp bireylere bilgi, ses, görüntü paylaşabilme, arkadaşlarının gönderilerini takip edebilme, beğenme ve karşılıklı mesajlaşma gibi özellikler sunmaya başlamıştır. 2010 yılına gelindiğinde ise dünyada geniş kitlelere hitap eden yeni bir sosyal medya platformu olan İnstagram'ın oluşturulduğu görülmektedir.

1.1.3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Sosyal medyanın kullanım amaçları ve özellikleri zaman içerisinde merak konusu olup birçok araştırmada incelenmiştir. Kietzman ve ark. (2011), sosyal medyanın kullanım amaçlarını yedi alt başlık altında incelemişlerdir. Bunlar; kişiler ve gruplar arası sohbet, kişinin kendi kimliğine ait bilgileri paylaşması, yeni ilişkilere başlamak ve/veya mevcut ilişkilerin iyileştirilmesi, içerikleri paylaşma, grup oluşturma veya gruba dâhil olma, itibar kazanma olarak belirtilmiştir. Whiting ve ark. (2013) ise sosyal medya kullanım amaçlarını; “sosyal olarak iletişim halinde olma, bilgi elde etme, zaman geçirme, eğlenme ve rahat hissetme ya da hayatı kolaylaştırma” şeklinde sıralamıştır.

Ülkemizdeki üniversite öğrencilerinin dâhil edildiği bir araştırmada, katılımcıların çoğunun eğlenmek ve rahatlamak için sosyal medyayı kullandıkları gösterilmiştir (Küçükali, 2016). Yine üniversite öğrencilerinin dâhil edildiği başka bir çalışmada sosyal medya kullanım amaçlarının araştırma yapmak, iletişimi

1: Facebook, İnstagram, Twitter, Snapchat vb. sosyal medya platformlarını TDK özel isim olarak kabul etmektedir. Ancak bu kelimelere gelen eklerin nasıl yazılacağı hakkında net bir karar yoktur. Mevcut kelimerin Türkçe telaffuzu farklı olduğu için bu kelimlere gelen ekler apastrof ile ayrılmıştır.

sürdürebilmek, eğlenmek, sosyal etkinlik planlamak ve iletişim başlatmak şeklinde olduğu görülmüştür (Başoğlu ve Yanar, 2017). Yetişkinlerin sosyal medya kullanım özelliklerinin incelendiği bir araştırmada; yetişkinlerin daha çok iş bulma ve iş bağlantıları sağlama gibi konular için sosyal medyayı kullandığı gösterilmiştir (Colwell ve Kato, 2003). Sosyal medya kullanımının amaçları, bireylerin kişilik özellikleri, cinsiyetleri ve yaşlarına göre de farklılık gösterebilmektedir. Bu açıdan Horzum (2016), üniversite öğrencilerini dâhil ettiği bir araştırmada; erkek ve kadın öğrencilerin sosyal medya kullanım özelliklerini incelemiştir. Erkeklerin Facebook'u kendini ifade etmek, yeni insanlarla tanışmak, bilgileri biriktirmek ve düzenlemek için, kadınların ise eğitim amacıyla kullandığı görülmüştür. Yine kuşak farkı ile sosyal medya kullanımı amaçları arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırmada; tüm kuşakların interneti ortak kullanım amacının eğlenme ve içerik paylaşımı olduğu görülmüştür (Sarıtaş ve Barutçu, 2015). Öztürk ve Talas (2015), eğitimin sosyal medya kullanım amaçlarından biri olduğunu göstermişlerdir. Özetle sosyal medya platformları birçok amaçla kullanılmakta olup en çok diğer inşalarla iletişim ve etkileşim halinde olmak için kullandığını bilinmektedir.

1.1.4. Sosyal Medya Mecraları

Sosyal medya ile ilgili tam net bir sınıflandırma olmasa da farklı şekilllerde gruplandırıldığı görülmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Farklı özellikler içeren sosyal medya platformlarının hayatımıza girmesi ile birlikte sosyal medya sınıflamasında da değişiklikler olmaktadır. Genel olarak sosyal medya; sosyal ağ siteleri, forumlar, bloglar, mikrobloglar, wikiler, video ve ses paylaşım sitelerinden meydana gelmektedir (Tam, 2020).

Blog kelimesi, "weblog" kavramının kısaltılmış hali olup "çevirim içi günlük" anlamına gelmektedir (Sine ve Parlak Yorgancı, 2017). İlk kez 1990'lı

yıllarda yazılmaya başlanmış olan bloglar sayesinde kişiler duygu ve düşüncelerini kolayca ifade etmişlerdir. Kadınlar blogları iletişimin yanı sıra bir yandan da "kadın" olarak birbirlerine destek olmak amacıyla kullanmaktadır (Çoban, 2014). Blogların ana temasını seyahat, yemek, eğitim, bebek bakımı gibi çok çeşitli konular oluşturmaktadır (Özüdoğru, 2014).

Mikrobloglar ise bloglara göre daha özelleşmiş konuları içeren ve kısa yorumlar paylaşma imkânı sunan sitelerdir. Twitter, günümüzde en sık ve yaygın olarak kullanılanıdır. Kullanıcıların en fazla 140 karakter içeren ifadeler yazabilmesi, fotoğraf paylaşabilmesi ve yazılan paylaşımın yeniden geniş kitlelere ulaştırılabilmesi (retweet) mikroblogların önemli özelliklerindendir (Tokatlı, 2019).

Online sosyal ağlar ise; sosyal medya, web 2.0 aracılığıyla bireylerin içerik paylaşıp üretmesine imkân tanıyan uygulamaların tümüdür (Kuss ve Griffiths, 2017). İnstagram, Facebook, Myspace ve Linkedin çok sık tercih edilen sosyal ağlardandır.

Her ne kadar net bir ayrım ve tanımlama yapımasa da sosyal medyanın kendi içinde özeliklerine göre gruplandırıldığı görülmektedir. Aşağıda Türkiye'de en sık kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook, İnstagram, Twitter ve Snapchat hakkında bilgi verilecektir.

1.1.4.1. Facebook

Facebook, 2004 yılında Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından oluşturulmuştur. Facebook adını **"paper facebooks"** tan alır. Bu form Amerika'daki okullarda bulunan öğrenci, öğretmen ve çalışanların

doldurduğu tanıtım formudur (Branding Türkiye, 2017). Başta lise öğrencilerini kapsayan kullanıcı profili sonrasında herkese açık hale gelmiştir (Özata, 2013). Facebook, ülkemizde 2007 yılından beri kullanılmakta olup kişiler arası iletişime ve paylaşım yapmaya (bilgi, resim, fotoğraf, video vb.) olanak sağlamaktadır (Kuşay, 2013).

Facebook'un, fotoğraf/video paylaşabilme, poke (dürtme), messenger (mesajlaşma), etkinlik bildirimi/görüntüleme, canlı yayın ve hikâye özellikleri bulunmaktadır (Branding Türkiye, 2017; Çevik, 2020). Bu özelliklere ek olarak kullanıcılara sosyal kimlik oluşturma imkânı tanıyan Facebook dünya genelinde sık ve yaygın olarak tercih edilmektedir. Türkiye'deki Facebook kullanıcı sayısı; 2018 Ocak ayında 42,8 milyon, 2019 yılında 52,7 milyona ve 2021 Ocak'ta ise 57,2 milyona vardığı görülmektedir (Tankovska, 2021a).

1.1.4.2. İnstagram

İnstagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulan kullanımı pratik ve hızlı bir sosyal medya aracıdır. İnstagram'ın en belirgin özelliği fotoğraf paylaşma ve mevcut fotoğrafı düzenleme özelliğinin ön planda olmasıdır. Bu sayede fotoğraf çekme yeteneği çok iyi olmayan kullanıcılar bile güzel resim kareleri paylaşabilmektedir (Yavuz, 2017).

Akıllı telefonların hayatımızdaki yerinin artması ile birlikte İnstagram kullanıcı sayısında belirgin bir artış görülmektedir. İnstagram'ın içeriğinde bulundurduğu hızlı ve kolay fotoğraf paylaşma özelliğinin yanı sıra hızlı mesajlaşma, takip etme/edilme, paylaşımları beğenme, paylaşımların beğenilmesi özellikleri nedeniyle geniş kitleler tarafından tercih edilmektedir (Yüce, 2020).

Aynı zamanda birçok kurum tanıtımını ve bilgi paylaşımını İnstagram aracılığıyla yapmaktadır (Mavnacıoğlu, 2018). Canlı yayın yapılabilmesi ve 24 saat boyunca duran hikâye paylaşabilme imkânı sağlaması İnstagram'ı avantajlı kılan diğer özelliklerindendir (Yılmaz, 2017). Bahsedilen özellikler, İnstagram'ı dünyada ve ülkemizde en popüler sosyal medya araçlarından biri haline getirmektedir. Türkiye'deki İnstagram kullanıcı sayısı yıllar içinde artış göstererek 2021 Ocak ayında, 45,3 milyona ulaşmıştır (Tankovska, 2021b). "We Are Social" internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiksel verilerine göre; İnstagram'da kullanıcıların %42,2'sinin kadın, %57,8'sinin erkek kullanıcı olduğu görülmektedir (Digital, 2021a).

1.1.4.3. Twitter

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey tarafından kurulan sınırlı sayıda karakter içeren yazı yazma imkânı tanıyan, sıklıkla yazı ve metin odaklı paylaşımın yapıldığı bir sosyal ağdır. Kullanıcılar aynı zamanda fotoğraf ve video gibi görüntülü paylaşımlarda bulunabilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2011). Bu sayede kullanıcılar bilgi, fikir ve lokalizasyon paylaşımı, güncel durum takibi yapabilmektedir (Seitel, 2016).

Türkiye'deki Twitter kullanıcı sayısı yıllar içinde artış göstererek 13,6 milyona ulaşmıştır (Tankovska, 2021c). Bunun %86,6'sının erkek, %13,4'ünün kadın kullanıcı olduğu belirtilmektedir. Twitter, erkeklerin çok tercih ettiği sosyal medya platformlarından biridir (Digital, 2021b).

1.1.4.4. Snapchat

Snapchat, son zamanlarda popülerliği artan bir sosyal medya platformudur. 2011 yılında üniversite öğrencileri tarafından geliştirilmiştir. Diğer sosyal medya araçlarından farkı ise paylaşımların karşı taraftaki kullanıcıya ulaştıktan sonraki 10 saniye içinde izlenebilmesidir, eğer kayıt alınmamışsa mevcut veriler bu süreden sonra silinmektedir (Ünlü, 2020).

Türkiye'deki İnternet Kullanım İstatistiklerine göre Snapchat kullanıcı sayısının 11,1 milyon olduğu, bunun %68,9'unu kadınların oluşturduğu belirtilmiştir. Snapchat, diğer sosyal medya platformlarına kıyasla kadın kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmektedir (Digital, 2021b).

1.1.5. Dünyada ve Türkiye'de Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri

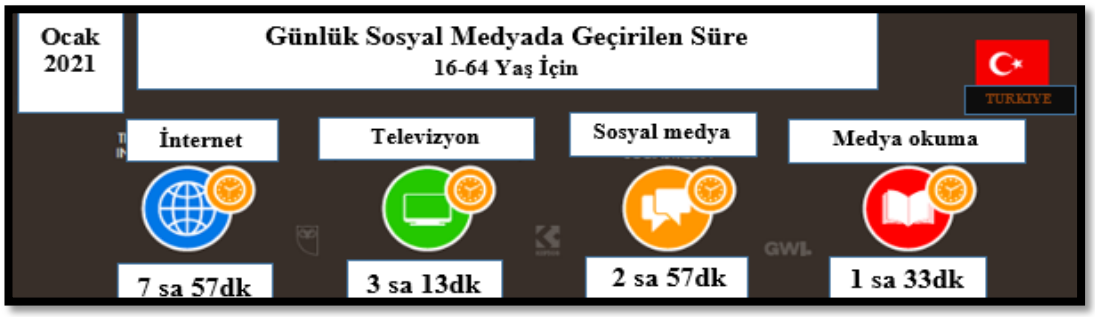
Son yirmi yılda olan dijital gelişmelerle birlikte sosyal medya araçlarının kullanımında belirgin artış görülmektedir. İletişim ve etkileşimi kolaylaştıran sosyal medya araçları dünyada ve ülkemizde birçok kişinin tercihi olmaktadır.

"We Are Social 2021" internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiksel verilerine göre; dünyada 4,6 milyar (%59,5) internet kullanıcısı, 4,2 milyar (%53,6) sosyal medya kullanıcısı ve 5,22 milyar (%66,6) mobil kullanıcısı bulunmaktadır. Buradan da anlaşıldığı üzere dünyadaki internet kullanıcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medya plaformlarını kullanmaktadır. İnterneti kullanım süresi yıllar içinde arttığı görülüp 2021 verilerine göre 16-64 yaş aralığındaki kişilerin günlük internette geçirdikleri süre yaklaşık 7 saat kadardır. Aynı yaş aralığında; ortalama sosyal

medyada geçirilen sürede benzer şekilde yıllar içinde artmış olup 2014 yılında 1 saat 44 dakika iken, 2020 yılında 2 saat 25 dakikaya ulaştığı görülmektedir (Digital, 2021a).

Dünya genelinde internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı sayılarında geçen seneye kıyasla bir artış olup; en fazla artışın sosyal medya kullanıcı sayısında (%13,2) olduğu görülmüştür. "We Are Social" 2021 istatistiksel raporuna göre, dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Facebook, Yotube, Whapsapp, Messenger ve İnstagram olarak sıralanmaktadır. Dünyada 2,2 milyar kullanıcısı ile Facebook en çok kullanılan sosyal medya aracıdır. Son zamanlarda daha çok kişi tarafından tercih edilmeye başlayan İnstagram'ın ise toplam kullanıcı sayısının 1,2 milyara ulaştığı görülmektedir (Digital, 2021a).

Ülkemizdeki verilere bakacak olursak; "We Are Social 2021" raporunun Türkiye'ye ait istatistiklerine göre; 65,8 milyon (%77,1) internet kullanıcısının ve 60 milyon (%70,8) sosyal medya kullanıcısının olduğu görülmektedir. Türkiye'de en sık tercih edilen sosyal medya araçları sırasıyla; Youtube (%94,5), İnstagram (%89,5), Whatsapp (%87,5) ve Facebook (%79) şeklindedir. Dünya genelinde en sık tercih edilen sosyal medya aracı Facebook iken, Türkiye'de İnstagram'ın sık kullanıldığı görülmektedir. Ülkemizde 16-64 yaş aralığındaki kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ise yaklaşık 3 saat (2 saat 57 dakika) kadardır (Digital, 2021b). Şekil 1.1'de Türkiye'deki 16-64 yaş aralığındaki kişilerin sosyal medyada geçirdikleri süreler görülmektedir.



Şekil 1.1. We Are Social 2021 Verilerine Göre Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanım Süresi (Digital, 2021b).

1.1.6. Dijital Vatandaşlık ve İnternet Güvenliği

Bireylerin internetteki güvenliği, dijital vatandaşlık kavramının ve internetteki risklere karşı koruyucu önlemlerin anlaşılması ile mümkün olmaktadır.

1.1.6.1. Dijital Vatandaşlık

Modern yaşam ve teknolojik gelişmelerle birlikte vatandaşlık kavramı da farklı bir boyut kazanmaktadır. İyi bir vatandaş olma kavramı zamanla yerini dijital vatandaşlığa bırakmaktadır (Çubukçu ve Bayzan, 2013). Dijital vatandaş, internete ait kaynakları doğru kullanabilen, insan haklarını göz aradı etmeyerek diğer bireylerin de haklarına saygı gösteren, teknolojiyi diğer insanlara zarar vermeyecek nitelikte faydalı paylaşımlar amacıyla kullanan ve çevresine de bu şekilde örnek olan vatandaştır. Özetle dijital vatandaşlık kavramı bireyin teknolojiyi sorumluluklarına uygun bir şekilde kullanım normu olarak ifade edilebilir (Ribble ve Bailey, 2004). Dijital vatandaşlık ile ilgili yapılan araştırmaların tamamın değerlendirilmesi sonucunda; dijital vatandaşlığının farklı boyutlarının olduğu ve bu açıdan dokuz alt başlık altında toplanabileceği belirtilmiştir (Ribble ve Bailey, 2007). Dijital vatandaşlığın alt başlıkları kısaca aşağıdaki gibi özetlenmiştir (Kaya, 2020).

- **Dijital Erişim:** Yer ve mekân sınırı olmaksızın her bir bireyin, dijital teknolojiye hızlı ve kaliteli olarak ulaşabilmesidir.
- **Dijital Ticaret:** Her bireyin çevirim içi ortamlarda bulunan alışveriş ve bankacılık hizmetlerinden faydalanabilmesidir.
- **Dijital İletişim**: İletişimin büyük bir bölümünü internet ve sosyal ağlar aracılığıyla yapılabilmesidir.
- **Dijital Okuryazarlık:** Bireyin internette herhangi bir konu ile ilgili araştırma yaparak, bilgi elde etmesi ve yapılan araştırmaların değerlendirilebilmesidir.

- **Dijital Etik:** Dijital ortamı kullanırken diğer bireylerin haklarına saygı duyulmasıdır.
- **Dijital Kanun:** Günlük yaşantıda suç olarak bilinen şeylerin, dijital ortamda suç olarak kabul edileceğinin bilinip ona göre davranılmasıdır.
- **Dijital Haklar ve Sorumluluklar:** Her bireyin gerçek yaşantısında olduğu gibi dijital yaşamda da özgürce duygu ve düşünceleri ifade edebilme hakkının olduğunun bilinmesi ve buna uygun şekilde davranılmasıdır. Aynı zamanda bireyin dijital ortamda uğradığı haksızlık ve işlenen suçları şikâyet etme hakkının olmasıdır.
- **Dijital Sağlık:** Dijital ortamlarda, fizyolojik ve psikolojik açıdan sağlıklı olma halidir.
- **Dijital Güvenlik:** Dijital teknolojinin kullanımı sırasında bireyin kendine ait verileri koruyabilmesinin yanı sıra donanım ve ağ güvenliklerinin de sağlanabilmesidir.

Teknolojik gelişmeleri uygun ve yeterli kullanan dijital vatandaşın en önemli sorumluluklarından birisi de internetteki ve sosyal medyadaki tehlikeleri fark ederek kendisini ve çevresini mevcut tehditlerden korumasıdır (Aydın, 2015). Bireyin gerçek hayatındaki kimliklerinden belki de en hassası olan ebeveynlik açısından da benzer şekilde "dijital ebeveynlik" kavramından bahsetmek uygundur. Ebeveynler iyi bir vatandaş olmanın yanı sıra iyi bir anne baba olmakla da yükümlüdür. Bu bağlamda; bireyin dijital vatandaş kimliğinin yanısıra sanal ortamın barındırdığı olası tehlike ve tehditlerden çocuğunu koruyabilen dijital ebeveyn kimliğine uygun davranması çok önemlidir. Özetle, birey nasıl gündelik yaşantısında güvenlik ilkelerine dikkat ediyorsa, sosyal platformlarda da hem kendisi hem de ailesini riske atabilecek her türlü davranıştan kaçınmalıdır.

1.1.6.2. İnternet Güvenliği

Günlük hayatta kullanıcılarına sayısız fayda sağlayan internet uygun şekilde kullanılmadığı takdirde bireyi ciddi tehdit unsurlarıyla karşı karşıya bırakabilmektedir. Bu nedenle bireyin internet ortamında güvenliğinin sağlanması, sanal dünyadaki en büyük ihtiyacıdır (Yalçın, 2009). Maslow 1943 yılında, kişilerin amaçlarına ulaşmasını temsil eden bir "ihtiyaçlar hiyerarşisi" olduğunu ileri sürmüştür (Walsh, 2011). Bu hiyerarşide; kişinin ihtiyaçları fizyolojik, güvenlik, sevgi, saygınlık ve kendini gerçekleştirme olarak sıralanmıştır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre güvenliğin, bireyin hayatını devam ettirmesi için gereken fizyolojik ihtiyaçlarından sonraki ilk ihtiyacı olduğu görülmektedir (Walsh, 2011).

Günümüzde birçok internet sitesinde ve sosyal medya ağında kullanıcıların kimlik bilgisi, ev adresi, mesleği ve ailesine ait bilgileri paylaştığı görülmektedir. Kişiye özel bu verilerin korunabilmesi öncellikle bireylerin internet güvenliğindeki iki önemli basamağı yerine getirmesi ile mümkündür. Bunlardan ilki, kullanıcıların sosyal ağlardan ve internet sitelerinden çıkış yaparak ayrılmasıdır. Nasıl ki kişi gerçek yaşantısında evinin kapısının kapatmadan dışarı çıkmıyorsa, sosyal ağlardan ve bilgisayardan çıkarken de dijital kapıları kapatmadan sistemden çıkış yapmamalıdır. İnternet ortamında kişinin güvenliğini sağlayan ikinci basamak ise kişilerin sosyal ağ ve internette kullandığı şifrelerdir. Dikkat edilmesi gereken nokta, mevcut şifrelerin bireyin adı soyadı, doğum yılı gibi başkaları tarafından tahmin edilmesi kolay olan bilgilerden oluşmamasıdır. Çünkü şifreler verilerimizi gizli tutan bir anahtar görevi görmektedir. Bu iki aşamayı başarılı bir şekilde tamamlayan kullanıcılar, şifrelerini ortak kullanım alanlarında açıkta yazılı hâlde bırakmayarak, farklı sitelere farklı şifrelerek ile giriş yaparak ve mevcut şifrelerini belirli aralıklarla güncelleyerek kendilerine ait verilerini koruyabilmektedir. Bahsedilen güvenlik önlemlerinin dışında bireylerin kimliklerini doğrulayarak dijital ortama giriş yapması, bireyi tehdit unsurlarından koruyan diğer bir güvenlik önlemidir. İki faktör kimlik uygulamasında, kişinin tercihine göre değişebilen farklı bilgiler aracılığıyla

(onay mesajı, parmak izi vb.) kişinin kimliğinin doğrulanması hedeflenmektedir (Çivi ve Çekiç, 2014).

Bu noktada belki de en önemli husus; bireyi çevirim içi tehditleren asıl koruyanın kişinin kendisi olduğudur. Bu açıdan aşağıda bahsedilen noktalara dikkat edilmelidir (Bilgi Teknolojileri ve İnternetin Bilinçli, Güvenli Kullanımı).

- Sosyal medya aracı ve telefonlarda kullanılan şifrelerin, kişinin doğum tarihi, adı gibi tahmin edilmesi kolay verilerden oluşmamalıdır.
- İnternette ve sosyal ağlarda bireyin bulduğu yere ait ev, iş adresi gibi konum bilgisi bulunmamalıdır.
- E-posta adresi veya arama motoru aracılığıyla gelen "linkleri" tıklanmayıp, girilecek sitenin internet adresi dorudan yazılarak girilmelidir.
- Restoran, otel gibi ortak kullanım alanlarındaki interneti kullanarak bireysel bilgisayarlardan işlem yapılmamalıdır.
- İnternetten yapılan alışverişler için; kullanılan kredi kartının hesap özeti takip edilmelidir.
- Lisanslı bir anti-virüs programı kullanılmalı ve mevcut antivirüs program belirli aralıklarla güncellenmelidir.
- Dışarıdan yüklenilen dosyalar ile işlem yapılmadan önce antivirüs programı ile taranmalıdır.
- Telefon veya sosyal medya aracına mesaj olarak gelen "hediye, para talebi, ihbar vb." içerikli verilerden uzak durulmalıdır.
- Akıllı cep telefonlarına aktif olarak kullanılmayan uygulamalar yüklenmemelidir.

1.1.7. Problemli İnternet Kullanımı

İnternet kullanımı, bireyleri fiziksel, ruhsal ve psikolojik açıdan etkilemektedir. Davis (2001), sağlıklı internet kullanımını, internetin bilişsel ve davranışsal bir probleme yol açmayacak şekilde makul bir süre zarfında kullanılması olarak tanımlamıştır. İnternet kullanımı bireysel farklılıklar gösterip bu noktada önemli olan bireyin işlevsel ve kognitif fonksiyonlarının iyiliğinin sağlanmasıdır (Davis, 2001). Sağlıklı ve bilinçli internet kullanımı, bireyin interneti gerçek yaşantısı ve sosyal ilişkilerini olumsuz etkilemeyecek şekilde kullanması olarak özetlenirken; patolojik internet kullanımı ise bireyin günlük yaşantısını sekteye uğratarak kişiyi sosyal ve psikolojik olarak yoksun bırakan bir durum olarak tanımlanmaktadır (Lim ve Nam, 2018). İnternetin uygusuz kullanımı, ‘‘internet bağımlılığı’’, “problemli internet kullanımı” ve “patolojik internet kullanımı” olmak üzere farklı kaynaklarda değişik şekillerde ifade edildiği görülmektedir (Ceyhan, 2011; Davis, 2001; Goldeberg,1995; Santarossa ve Woodruff, 2017; Shapira ve ark., 2000).

İlk kez Ivan Goldberg (1995), internetin aşırı ve kontrolsüz kullanımını bireyin internet kullanmını kontrol edememesini sonucunda günlük yaşantısında meyada gelen stres ve fonksiyon bozukluğu olarak tanımlamıştır (Pies, 2009). Genel olarak bağımlılık, davranışsal ve maddesel bağımlılık olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Eksikliğinde yoksunluk belirtilerinin olması, kullanırken duygularının kontrol edilememesi ve günlük yaşamın işlevselliğini bozması her iki bağımlılık grubunun ortak özellikleridir (Dingeç, 2020). Zaman içinde kişinin günlük yaşantısını olumsuz etkileyen internet bağımlılığı da davranışsal bir bağımlılık gibi kabul edilmeye başlanmıştır (Grant ve Chamberlain, 2016).

İnternet bağımlılığı, “Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM)” olarak isimlendirilen Türkçe çevirisi “Mental Bozuklukların Tanısal ve

İstatistiksel El Kitabı" olan rehberinin beşinci basımında yer alması planlansa da internet bağımlılığı ile ilgili yeterli veri bulunmadığı için sınıflamaya dahil edilmemiştir. Sonuç olarak DSM-5'te yer almayan internet bağımlılığının, diğer bağımlıklar için bir aracı olduğu düşünülmektedir. İnternet bağımlılıkları; sadece DSM 5'in üçüncü araştırma ekinde internette oyun oynama bozuklukları olarak ele alınmıştır.

DSM-5'te, internette oyun oynama bozukluğuna ilişkin olarak dokuz tanı ölçütü önerilmektedir (Andıç ve Batigün, 2019; APA, 2013). Bunlar aşağıda özetlenmiştir.

- Zihnin internet oyunlarıyla meşgul olması ya da obsesyonların olması (zihinsel meşguliyet),
- İnternet oyunları oynanmadığında yoksunluk (geri çekilme) belirtilerinin ortaya çıkması,
- İnternet oyunları oynama süresinin sürekli artması (tolerans),
- İnternet oyunlarını oynamayı bırakma girişimlerinde başarısız olunması (süreklilik),
- Keyif alınan uğraşılar gibi diğer yaşam etkinliklerine olan ilginin azalması (yerine geçme),
- Tüm olumsuzluklarına rağmen internet oyunlarını oynamayı sürdürmek (sorunlar),
- İnternet oyun süresi ve sıklığı konusunda diğerlerine yalan söyleme (yanıltma),
- Kaygı ya da suçluluk duygularını hafifletmek ya da bunlardan kaçınmanın bir yolu olarak internet oyunlarına yönelmek (kaçınma),
- İnternet oyunlarını oynuyor olmaya bağlı olarak bireyin fırsatları kaçırması, ilişkilerini kaybetmesi ya da tehlikeye sokması (çatışma) olarak tanımlanmıştır.

Bu tanı ölçütlerinden beşinin son bir yıl içinde olması halinde internette oyun oynama bozukluğu tanısının konulabileceği ifade edilmektedir.

İnternet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı net bir sınır ile birbirlerinden ayırmak mümkün değildir. Griffiths (2013), internet bağımlılığının farklı bir versiyonu olarak tanımladığı sosyal medya bağımlılığını madde bağımlılığına benzetmiştir. Her ikisinde de duygu durumundaki çelişkiler, değişken ruh hali, zihnin sürekli bağımlılık duyulan ile meşgul olması, sosyal ilişkilerinin bu nedenle bozulması ve yoksunluk halinde fiziksel veya psikolojik olarak rahatsızlık hissetme olduğundan bahsedilmiştir (Kuss ve Griffiths, 2014). İlk defa 1976'da bahsedilen "Medya Bağımlılık Kuramı" ise bireyin medyayı aşırı ve yaygın olarak kullanması olarak ifade edilmiştir (Ball-Rokeach, 1998). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanımının günlük yaşama dair yapılması gerekenleri engellediği, bireyin zihniyle sürekli olarak onunla meşgul olduğu ve tekrarlayan bağımlı davranışlar sergilediği bir durum olarak tanımlanmaktadır (La Rose ve ark., 2010).

Sosyal medya bağımlılığının belirlenmesinde önemli olan; internette geçirilen sürenin ne kadarının sosyal medyada geçirildiğidir (Çil, 2020). Eğer kişi internette geçirdiği vaktin büyük bir kısmında sosyal medyada bulunuyorsa sosyal medya bağımlılığından bahsedilebilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, birbirinden tamamen farklı olmayan üç kuram ile açıklanmıştır. Bu kuramlar aşağıda özetlenmektedir (Turel ve Serenko, 2012).

- **Bilişsel davranış modeli**: Sosyal medyanın bilişsel olarak hatalı algılanmasından kaynaklandığı, çeşitli dış faktörlerle güçlendiği ve sonrasında bu davranış modelinin takıntılı/bağımlı hale gelmesini ifade ettiğini belirtir.
- **Sosyal beceri modeli**: Bireyin kendini sosyal medya aracılığı ile yüz yüze iletişimden daha iyi ifade ettiğini vurgular.

- **Sosyo-bilişsel modeli:** Yalnızlığını gidermek gibi olumlu bir sonuç beklentisi ile internet kullanım özyeterliliği sorunlarından kaynaklanan durumları ifade eder (LaRoseet ve ark., 2003).

Sonuç olarak her üç kuramın içeriği farklı olsa da birey üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilerin ortak olduğu görülmektedir. Bir grup araştırma neticesinde; problemli internet kullanımın depresif belirti düzeyi, yalnızlıklık düzeyi ve uyku sorunlarında artış, psikolojik iyiylik halinde, yaşam doyum düzeyinde ve sosyal bağlarda ise azalma ile ilişkili olduğunu gösterilmiştir (Błachnio ve ark., 2016; De Cock ve ark., 2014; Kırcaburun, 2016; Satıcı ve Uysal, 2015; Savcan ve Aysan, 2017; Vernon ve ark., 2015). Özetle; uygunsuz internet ve sosyal medya kullanımının beraberinde psikolojik, fizyolojik ve sosyal bozuklukları getirdiğini görülmektedir.

1.1.8. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik Özellikler

Toplumların psikolojik olarak sağlıklı olması ancak ve ancak onu oluşturan kişilerin psikolojik olarak iyilik halinin sağlanması ile mümkündür. Bu açıdan bireylerin hayatında baş köşede yer alan sosyal medya platformlarının bireyin psikolojik durumları ile ilişkisi merak konusu olmuştur. Bu bölümde sosyal medya kullanımının depresyon, narsisizm, yaşam doyumu ve psikolojik sağlamlık ile ilişkisinden bahsedilecektir.

1.1.8.1. Sosyal Medya Kullanımı ve Depresyon

Dünya Sağlık Örgütü son yıllarda depresyon sıklığının artışına yönelik ikazda bulunarak bu durumun önemini vurgulamaktadır. Depresyon, dünya çapında 264 milyondan fazla insanı etkilemesi, uzun süreli ve tekrarlayıcı olması, aynı zamanda bireyin işlevselliği belirgin ölçüde bozması nedeni ile önem arz etmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2013).

Depresyona genetik, kimyasal, çevresel ve sosyal olmak üzere birçok faktörün neden olabileceği düşünülmektedir (Bingöl, 2017). Bir grup araştırma neticesinde; depresyonun cinsiyet, çalışma durumu, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, medeni durum ve kişinin kronik hastalığının bulunması ile ilişkili olabileceği gösterilmiştir (CATDH, 2015; Heslin, 2016; Kaplan, 2004; Keskin, 2013; Lorant, 2003; Lorant, 2007). Diğer taraftan, çevresel faktörlerin depresyonun ilk üç atağında etkili olduğu, sonraki atakların ise her şeyden bağımsız bir şekilde stres olmaksızın beyinde olan nöro biyokimyasal değişiklikler sonucu gelişebileceği gösterilmiştir (Işık ve ark., 2013; Kramlinger, 2004; Townsend, 2011; Videbeck, 2011).

Annelerdeki depresyon ile ilişkili faktörler ise genel popülasyona benzer olup, yapılan çalışmalar neticesinde yoksulluğun ve ekonomik kaygıların, annenin eve maddi desteğinin az olmasının, çevreden anneye sosyal desteğin az olmasının, anneye ait kronik hastalığın olmasının, aile içi şiddetin ve birinci basamak hekimlerinin depresyon hakkındaki farkındalığının az oluşunun annelerdeki depresyon için risk faktörü olabileceği gösterilmiştir (Ahmad ve Khan 2005; Araya ve ark., 2001; Fischbach ve Herbert, 1997; Moussavi ve ark., 2007; Rahman ve ark., 2003; Rahman ve Creed 2007; Wash ve ark., 2009).

Annelerin depresyonunu etkileyen birçok faktör olduğu ve bu durumun hem anneyi hem çocuğu etkileyebileceği görülmektedir. Bu açıdan depresif annenin bebeği/çocuğu ile birlikte değerlendirilmesinin ve önlenebilir risk faktörlerinin belirlenerek koruyucu tedbirlerin alınmasının önemi anlaşılmaktadır. Bu açıdan hayatımızın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya kullanımının kişinin depresif belirti düzeyini nasıl etkilediğinin birçok çalışmaya konu olduğu görülmektedir (Seabrook ve ark., 2016). Bazı araştırmacılar, sosyal medya kullanımı ile depresif bulguların azalmasını ilişkilendirilmiştir. Sosyal ağların kişiye sosyal desteği arttırdığı, kişinin stresini ve depresif belirti düzeyini azalttığı görülmüştür (Hall ve Irvine, 2009; Hunt ve ark., 2018; Moon ve ark., 2019; Nabi ve ark., 2013).

Diğer taraftan bazı araştırmacılar, sosyal medya kullanımı ile depresif belirti düzeyinin artışını ilişkilendirmiştir (Mok ve ark., 2014; Seabrook ve ark., 2016). Çeşitli çalışmalarda; sosyal medya kullanım süresi ile depresyonun ilişkisi incelenmiştir. Depresif belirti düzeyleri daha yüksek olan kişilerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin daha fazla olduğu görülmüştür (Lin ve ark., 2016; Shensa ve ark., 2018). Bir grup araştırma sonucunda ise toplam kullanılan sosyal medya platform sayısı ve çevirim içi aktivite miktarı fazla olan kişilerin depresif belirti düzeylerinin de daha yüksek olduğu gösterilmiştir (Primack ve ark., 2017a; Shensa ve ark., 2018; Twenge ve Campbell, 2019; Twenge ve ark., 2018; Twenge ve ark., 2019).

Sosyal medya kullanımı ile kişinin depresif belirtilerine nasıl aracılık ettiğini açıklayan net bir kanıt bulunmamaktadır. Ancak bireyin iyilik hali ve kendini mutsuz hissetmesi kişinin depresif belirtilerini etkileyebilir. Bazı araştırmacılar depresif belirti düzeyi yüksek olan kişilerin, sosyal medyada geçirilen süre ve çevirim içi aktivite miktarının yüksek olduğunu ve iyilik halinin ise düşük olduğunu göstermiştir (Andreassen ve ark., 2016; Kross ve ark., 2013; Lin ve ark., 2016). Başka çalışmalarda ise sosyal medya kullanımının yüz yüze görüşmeleri azaltması, kişileri izole hissettirmesi, diğer kişilerle kıyaslama ortamı oluşturması, fiziksel aktiviteleri

kısıtlaması, konsantrayonu azaltması, uyku süresinin ve düzeninin etkilenmesi gibi sebepler aracılığıyla kişinin kendini mutsuz hissetmesine zemin hazırlayabileceği belirtilmiştir (Chou ve Edge, 2012; Fyller ve Lehman, 2017; Primack ve Shensa, 2017b; Thapar ve Suedi, 2018).

Dünyada ve ülkemizde en çok tercih edilen Facebook, İnstagram ve Twitter kullanma durumları ile depresif belirti düzeyi arasındaki ilişki birçok araştırmada incelenmiştir. Bu açıdan bazı araştırmacılar Facebook kullananlarda, kullanmayanlara kıyasla depresif belirti düzeyinin, sosyal stresin ve uykusuzluk oranlarının daha yüksek olduğunu göstermiştir (Brailovskaia ve ark., 2019). Özellikle de Facebook'ta olan imrenme ve kıskanma duygularının ve çevirim içi aktivite miktarının depresif belirtilerin artşına aracılık edebileceği belirtilmiştir (Shakya, 2017; Tandoci ve ark., 2015). Başka bir çalışmada; depresif belirti düzeyi daha yüksek olan kişilerin Facebook'a ve İnstagram'a kıyasla Twitter'ı daha sık tercih ettikleri gösterilmiştir (Yaber ve ark., 2019). Benzer araştırmalar İnstagram kullanma durumu ile ilgili de yapılmış olup; İnstagram'ı yoğun ve sürekli kullananların, İnstagram'da takipçi sayısı fazla olanların ve olumsuz sosyal karşılaştırma yapanların depresif belirti düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Donnelly ve Kuss, 2016; Lup ve ark., 2015).

Mevcut çalışmaların korelasyon çalışması olduğu ve nedenselliği göstermediği görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya kullanımı ile depresyon ilişkisini açıklayan net bir kanıttan bahsetmek mümkün değildir. Depresyonu olan bireyler, yüz yüze etkileşimden ziyade sosyal medyada daha fazla vakit geçirme eğiliminde olabilir. Diğer taraftan sosyal medya kullanımın fazla veya uygunsuz olması depresif belirtilerin şiddetini artırabilir. Ancak net bir görüş olmasa da sosyal medya kullanımı ile depresif bulgular arasında ilişki olabileceği akılda tutulmalıdır.

1.1.8.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Narsisizm

Narsisizm veya özseverlik, kişinin kendine abartılı bir şekilde hayran olma durumu olup kelime kökeni Yunan mitolojisindeki "Narkissos"'tan gelmektedir. Sudaki yansıması görüp kendisine âşık olan Narkissos'un yansımasına ulaşma çabası sonucunda yaşamına son verdiğinden bahsedilmektedir. Sigmund Freud ise narsisizmi, benliğe yöneltilen libidonun kişinin iç dünyasına yansıması olarak tanımlayarak birincil ve ikincil narsisizm şeklinde iki gruba ayırmaktadır (Karaaziz ve Atak, 2013). Birincil narsisizm, gelişimin normal bir basamağı olarak kabul edilip çocuğun kendini sevgi nesnesi olarak görmesini ifade etmektedir. İkincil narsisizm ise ilerleyen dönemlerde dış dünyada aranan sevgi nesnesinin bulunamamasıyla libidonun yeniden benliğe yönelmesini ifade eden patolojik özelliklerden oluşmaktadır (Demirci ve Ekşi, 2017). Bir kişilik bozukluğu olarak karşımıza çıkan narsisizm ise gerçekçilikten uzak aşırı derecede şişirilmiş bir pozitif benlik algısı, oluşturulan olumlu benliğe ait düşüncelerini doğrulamak için düzenlenen ilişki örüntüleri ve bunları idare etme durumuyla karakterize bir durumdur (Campbell ve Foster, 2002; Çayırlı, 2017).

Son 20 yılda sıklığında artış görülen narsisizmdeki temel gereksinimler sevilme, beğenilme ve takdir edilme isteğidir (Twenge ve Campbell, 2009). Sosyal medyanın bireylere sunduğu "beğenilme, takip edilme, kendine ait içerik paylaşma" özellikleri ile narsistik bireyleri cezbetmektedir (Koç, 2017). Bu açıdan sosyal medya platformları ile narsistik kişilik özellikleri arasındaki ilişkiden bahsedilecektir.

Sosyal medya araçlarının kullanımı ve narsisizmin ilişkisini inceleyen bir grup araştırma sonucunda; sosyal medya kullanımı ve problemli sosyal medya kullanımı ile narsisizmin şiddetinin ve sıklığının artışı ilişkilendirilmiştir (Bergman ve ark., 2011; Buffardi ve Campbell, 2008; Carpenter, 2012; McKinney ve ark., 2012; Ryan ve Xenos, 2011). Bazı araştırmacılar; sosyal medya kullanım süresinin

de narsisizm ile ilişkisini incelemiştir. Narsistik kişilik özellikleri olanların sosyal medya platformlarında geçirdikleri sürenin sıklığının ve miktarının daha fazla olduğu görülmüştür (Brailovskaia ve ark., 2020b; Mehdizadeh, 2010; Ryan ve Xenos, 2011).

Bir grup araştırma sonucunda da narsisizm düzeyi yüksek bireylerin sosyal medyada daha çok durum güncellemesi yaptığı, kendini tanıtan ve selfi tarzında fotoğrafları daha çok paylaştığı ve sosyal medya platformlarında daha çok arkadaş sahibi olduğu gösterilmiştir (Buffardi ve Campbell, 2008; Carpenter, 2012; Gentile ve ark., 2012; Kapidzic, 2013; Moon ve ark., 2016; Ryan ve Xenos, 2011). Diğer taraftan bazı araştırmacılar, narsistik bireylerin, patolojik sosyal medya kullanım açısından yüksek riskli olduğunu göstermiştir (Brailovskaia ve ark., 2020b; Casale ve Banchi, 2020).

Mevcut çalışmalar sonucunda; sosyal medya platformlarının kullanımı ile narsistik kişilik özellikleri arasında da net bir neden sonuç ilişkisi gösterilememekle birlikte bu konuda daha geniş kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

1.1.8.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik Sağlamlık (Dayanıklık)

Psikolojik sağlamlık, Latince "resiliens" kökünden gelmektedir. "Resiliens" esnek bir metalin büküldüğünde eski haline dönmesi olarak tarif edilmektedir (Greene, 2002). Psikolojik sağlamlık ile ilgili farklı tanımlamalar yapılmıştır (Gizir, 2007). The Random House Sözlüğü psikolojik sağlamlığı "sıkıştırılıp ya da esnetildikten sonra eski formuna veya pozisyonuna dönebilme becerisi" olarak tanımlarken, Webster Yeni Yirminci Yüzyıl İngilizce Sözlüğü "sıkıştırıldıktan sonra eski haline gelmek/dönmek ve güç, enerji, cesaret kazanmak", Amerikan Heritage Sözlüğü ise "değişim, hastalık ve kötü kaderden hızlıca kurtulma, iyileşme" olarak

tanımlamaktadır. Sonuç olarak net bir tanımlaması olmasa da psikolojik sağlamlık, travma veya ağır bir güçlük karşısında bireyin pozitif adaptasyonunu sağlayıp davranışlarının iyileşmesidir (Mevlitoğlu, 2019). Psikolojik sağlamlıkta iki ana temel kavramdan bahsedilir, bunlar güçlük ve yeterliliktir. Güçlük bireyin, güçlük içeren bir durum sonrası olumlu yanıtı gösterebilmesidir. Yeterlilik ise kişinin gelişimsel ve toplumsal olarak uygun davranışlar gösterip sorumluklarını yerine getirebilmesidir (Luthar ve Cicchetti, 2000).

Bireyin psikolojik sağlamlığını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bireysel (öz güven eksikliği, zekâ geriliği, karar verme yetisinin az olması vb.), ailesel (ebeveynlerin ayrı veya boşanmış olması, aile içi istismara maruz kalma, aile içi ilgisizlik vb.) ve çevresel (sosyoekonomik düzey, eğitim eksikliği vb.) risk faktörleri bireyin psikolojik sağlamlığını etkileyen başlıca faktörlerdendir (Çoban, 2020). Diğer taraftan bazı faktörlerin varlığı ise olumsuz risk faktörlerinden bireyi koruyarak bireyin psikolojik sağlamlığını olumlu şekilde etkiler (Ergüner, 2017). Örneğin, bireyin aile ve arkadaş çevresi ile etkin ve iyi iletişim halinde bireyi risk faktörlerinin olumsuz etkilerinden koruyucu faktörlerdir.

Bilişsel Üçlü

Beck'in öne sürdüğü bilişsel modelde; depresyonun oluşumunda bilişsel hatalar, bilişsel üçlü ve otomatik düşüncelerin rol aldığı düşünülmektedir. Depresyona neden olan şeyin olumsuz içeriğe sahip şablonların olduğu ve bu şablonların stres ile tetiklenebileceği belirtilmektedir. Tüm bunların sonucunda oluşan bilişsel hatalar algıyı ve düşünceyi bozarak olumsuz hale getirmektedir (Beck, 1987).

Bahsedilen bu süreçlerin sonucunda depresif kişide üç algı medyada gelmektedir. Bunlar aşağıda özetlenmiştir.

- **Negatif gelecek algısı:** Gelecekte de yaşanılan olumsuzlukların ve güçlüklerin devam edeceğini düşünme ve geleceğe yönelik uzun vadede olumsuz tahminler yapma durumudur.
- **Negatif benlik algısı:** Yaşanılan olumsuzlukların ve güçlüklerin nedeninin kendinden kaynaklandığını ve kişisel hatalarından dolayı olduğunun düşünülmesidir.
- **Negatif dünya görüşü:** Dünyayı haksızlıklar, olumsuzluklar ve engellerle dolu bir yer olarak görmedir.

Negatif dünya görüşü, benlik algısı ve gelecek algısı negatif bilişsel üçlüyü oluşturmaktadır. Depresif ruh haline kişilerde negatif bilişsel üçlü hâkimdir (Pössel ve Thomas, 2011). Mantıklı düşünmek için sınırlı yetiye sahip olan depresif ruh haline sahip kişi mevcut durumları olumsuz olarak algılamaktadır (Erarslan, 2014). Negatif bilişsel üçlüye sahip depresif bir kişi kendisinin yetersiz olduğunu, hayatın engellerle dolu olduğunu ve geleceğin de zorluklarla kaplı olduğunu düşünür.

Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik Sağlamlık

Sosyal medya platformlarının günümüzde tamamen zararsız olmadığı, uygun ve yetersiz kullandığı zaman olumsuz etkilerinin olabileceği bilinmektedir. Kişilerin tıpkı gerçek yaşamında olduğu gibi sanal yaşamında da karşılaştığı sorunlarla baş edebilmesi için psikolojik olarak güçlü olması önemlidir. Bu açıdan stres ve sıkıntı yaratan bir durum karşısında bireyin yeterliliğini devam ettirebilme durumu olarak bilinen psikolojik dayanıklılığın yüksek olması kişiyi karşılaştığı zorluklara karşı korumaktadır. Bu nedenle kişinin psikolojik olarak iyilik halinin bir göstergesi olan

psikolojik sağlamlık ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur.

Psikolojik sağlamlık ile sosyal medya kullanımını arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada; sorunlu sosyal medya kullanımının algılanan stres ile arasında pozitif yönde bir ilişki saptanırken, psikolojik sağlamlık ile arasında negatif yönde bir ilişki olduğu gösterilmiştir. Bu çalışmada psikolojik dayanıklılığın, algılanan stres ile problemli sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi de hafiflettiği öne sürülmüştür (Hou ve ark., 2017). Ünlü (2020), sosyal medya bağımlılığı olan kişilerde psikolojik dayanıklılığın daha düşük olduğunu göstermiştir. Başka bir araştırmada, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek uğruna arkadaşları ve aileleri ile geçirecekleri zamandan feragat eden kişilerin öz şefkatlerinin ve psikolojik dayanıklılığının daha az olduğu belirlenmiştir (Bonlue ve ark., 2016). Sonuç olarak psikolojik sağlamlık durumu ile sosyal medya kullanımı arasında kesin bir neden sonuç ilişkisi bulunmasa psikolojik dayanıklılığın, sosyal medyanın olumsuz etkilerinden koruyucu bir faktör olabileceği öne sürülmektedir (Boonlue ve ark., 2016).

1.1.8.4. Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyumu

İlk kez 1961 yılında Neugarten tarafından bahsedilen yaşam doyumu, insanın beklentileriyle sahip olduklarının kıyaslanması ile elde edilen durumdur (Özer ve Karabulut, 2003). Başka bir ifade ile yaşam doyumunu, "elindekinden hoşnut olma" olarak tanımlanabilir (Haybron, 2001).

Özet olarak; bireylerin arzu, istek, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanarak bireyin denge durumda kalması yaşam doyumudur. Burada bahsedilen ihtiyaçlar;

yeme, içme, boşaltım ve cinsellik gibi temel ihtiyaçlar ve sevgi, merhamet ve saygı gibi duygusal ihtiyaçlardır. Yaşam doyumu, bireyin psikolojik olarak iyilik halini belirlemede önemli göstergelerden biri olup yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, sosyoekonomik durum ve medeni durum gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Kaya, 2019).

Yaşam doyumunu anlayabilmek için öncellikle "mutluluk" kavramından bahsetmek gerekmektedir. Mutluluk, yaşamdan alınan keyif ve öznel olarak iyi oluş hali "*subjective well being*" olarak tanımlanmaktadır (Diener, 1984; Jalloh, 2014; Malkoç, 2011). Kişinin öznel iyi olma hali; duygusal ve bilişsel boyuttan meydana gelmektedir. Duygusal boyut kişinin negatif ve pozitif duygulanımlarından oluşurken, bilişsel boyut yaşam doyumunu oluşturmaktadır (Diener, 1984; Malkoç, 2011).

Yaşam doyumunu etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Kişinin yaşı, sosyo-kültürel özellikleri, çevresi, kişilik özellikleri, hedeflerine ulaşma durumu, duygu durum özellikleri ve yaşam şekli gibi çeşitli faktörler yaşam doyumunu etkilemektedir (Chow, 2005; Diener, 1984; Kubilay, 2013).

Zaman içinde popüler hale gelen sosyal medya platformlarının bireyin yaşam doyumunu nasıl etkilediği çeşitli araştırmalarda incelenmiştir. Bir grup çalışmada; yaşam doyumu ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde ilişki gösterilmiş, sosyal medya kullanımının yaşam doyumu üzerine olumlu etkilerinden bahsedilmiştir (Ractham ve Techatassanasoontorn, 2014; Srivastawa, 2015). Bazı araştırmacılar; sosyal medya ve internet kullanımının kişinin yalnızlık hissini azalttığını ve yaşam doyumunu arttırdığını göstermiştir (Türkel, 2018; Wang, 2006; Yukay ve ark., 2020).

Bu alanda yapılan bazı çalışmalarda ise sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasında negatif yönde bir ilişki saptanmış olup; sosyal medya kullanımın yaşam doyumunu azaltabileceği öne sürülmüştür (Balcı ve Koçak, 2017). Bir grup araştırmacı; sosyal medya ve internet bağımlılığı olanların yaşam doyum düzeylerinin daha düşük olduğunu göstermiştir (Bae ve ark., 2019; Blachnio ve ark., 2016; Blachnio ve ark., 2018; Köse, 2016).

Sonuç olarak sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasında net bir ilişki olmadığı görülmektedir. Ancak sosyal medya kullanımının yaşam doyumunu, yaşam doyumunun da kişinin sosyal medya kullanım özelliklerini etkileyebileceği düşünülmektedir.

1.1.9. Annelerin Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya platformları kullanıcılarına sağladığı kolaylıklar ile hem kadınların hem de erkeklerin ilgi odağı olmuştur. Kişilerin sosyal medya kullanım özellikleri ve birinci sırada tercih ettikleri sosyal medya platformları cinsiyete göre değişiklik gösterebilmektedir. Yapılan bazı araştırmalar neticesinde; kadınların özellikle Facebook, Pinterest ve İnstagram gibi aktif paylaşım imkânı sağlayan sosyal ağları daha sık tercih ettiği ve sosyal medya platformlarında erkeklere kıyasla daha fazla resim paylaşımı yaptığı görülmüştür (Duggan ve ark., 2015).

Kadınlar çevresi ile aktif iletişim halinde olmayı, duygu ve düşüncelerini anlatmayı, anlattıkları ile ilgili de karşısındakinin düşüncesini öğrenmeyi önemserler (Mohindra ve Azhar, 2012; Wood, 2011). Bu açıdan sosyal medya sağladığı imkânlarla yeni anne olan kadınların dikkatini çekmeyi başarmaktadır (Gray, 2010; Yamamoto ve Şekeroğlu, 2014). Yapılan araştırmalar sonucunda kadınların sosyal

medyayı; çevresi ile iletişim halinde kalmak, fotoğraf paylaşmak, bilgi almak, eğlenmek için kullandıkları belirtilmektedir (Nielsen, 2012).

Kadınlar için kutsal bir süreç olarak tanımlanan anneliğin de kadınların sosyal medya kullanımını ve paylaşım özelliklerini etkilediği düşünülmektedir (Lupton, 2016). Çünkü anne tanımlaması ve anne kelimesine yüklenen anlamlar zaman zaman kişinin kadın kimliğinin önüne geçmektedir. Sosyal medya platformları, annelere kadın oluşlarına ve annelik duygularına yönelik bilgi, fotoğraf ve video gibi içerik paylaşma imkânı sağlamaktadır.

1.1.9.1. Annelerin Sosyal Medya Kullanım Özellikleri

Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın iletişimi mümkün kılması annelerin de sosyal medyayı aktif olarak tercih etmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya, anneye ve anne adayına, gebelikten başlayan doğum ile devam eden süreçte kendisi ve bebeği ile ilgili birçok konuda destek olmaktadır.

Yapılan araştırmalar da kadınların bilgiye erişimini sağlayan ve onlara destek olan sosyal medya plaformlarına değer verdiği görülmektedir (Johnson, 2014; Lupton, 2016; Madge ve O'Connor, 2006). Bu durum annelerin sosyal medya kullanımını ve bunun etkilerini inceleyen çalışmalara ihtiyaç doğurmuştur.

Annelerin tercih ettikleri sosyal medya platformları, ülkeler arasında ve aynı ülkedeki değişik kesimler arasında farklılık gösterebilmektedir (Gününç, 2020). Örneğin Amerika'da yapılan geniş kapsamlı araştırmaların sonucunda; annelerin en sık Facebook'u tercih ettikleri gösterilmiştir (Tankovska, 2021d). Yine Amerika'da

yapılan başka bir çalışmada; annelerin İnstagram'ı babalara kıyasla daha sık tercih ettikleri görülmüştür (Duggan ve ark., 2015). Ülkemizde yapılan bir araştırmada ise annelerin İnstagram'ı ve Whatsapp'ı sıklıkla tercih ettiği belirtilmiştir (Gününç, 2020).

Diğer taraftan kişilerin sosyodemografik özellikleri, sosyal medya kullanım özelliklerini etkileyebilir. Bu açıdan yapılan bir grup çalışma neticesinde; yaş, gelir düzeyi, şehirde yaşama durumu ve medeni durum ile sosyal medya kullanım özellikleri arasında ilişki olduğu gösterilmiştir (Akbulut ve Çelik, 2018; Feng ve ark.,2019; Ümmet, 2019). Bazı araştırmacılar ise annelere ait sosyodemografik özellikler ile annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ve sosyal medyadaki çocuklarına ait paylaşım nedenleri arasında ilişki tespit etmiştir (Livingstone ve ark., 2018; Wagner ve Gasche, 2018). Sonuç olarak sosyo-demografik özellikler ile sosyal medya kullanımı arasında net bir ilişkiden bahsedilemese de bireye ait bu temel özelliklerin kişinin sosyal medya kullanım özelliklerini de etkileyebileceği düşünülmektedir.

Blogger Anneler

Bloglardaki bilgi, fotoğraf ve video gibi paylaşımların beğeniye ve yorumlara açık olması sayesinde birey çevresiyle iletişimde bulunarak fikirlerine destek bulabilmektedir (Lecaj, 2019). Zaman içerisinde blogların annelerin dikkatini çekmesiyle birlikte "blogger anne" kavramı gündeme gelmiştir. "Blogger anne", ile ilgi farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Friedman, blogger anneleri "*Ağ tabanlı ortamda çevrimiçi yazma uygulaması, annelikle ilgili deneyimlerini yazarak paylaşan ve bu süreçte uyum duygusunu geliştiren anneler topluluğunu meydana getirdi.'*'cümlesi ile ifade etmektedir (Petersen, 2015). Annenin ilgi alanına göre değişik konular içeren anne blogların ortak noktası; yazarının anneler olması ve

içeriğin de bu annelerin çocukları ile ilgili paylaşımlarından oluşmasıdır (Lecaj, 2019). Annelerin bebeği ile ilgili günlük tutma, çevresi ile iletişim halinde olma, anneliğine ait duygularını ifade etme ve yalnız kalma duygusundan kurtulma gibi farklı sebeplerle blog tuttuğu görülmektedir. Bazı araştırmacılar, annelerin bloglar vasıtasıyla kendini daha iyi hissettiğini göstermiştir (McDaniel ve ark., 2012).

Annelerin sosyal medya kullanımına yönelik en önemli özelliklerden birisi annelerin sosyal medya kullanım amacıdır. Bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı, sosyal medyayı ne amaçla kullandığının ve sosyal mecralarda yaptığı paylaşımın farkındadır. Yapılan çeşitli araştırmalar sonucunda; annelerin sosyal medyayı kendileri ve bebekleri ile ilgili kilo, beslenme, ilaç kullanımı, fiziksel aktivite gibi bilgileri edinme, çocukları ile ilgili takdir edilme ve çevresi ile iletişim halinde olma amacıyla kullandıkları gösterilmiştir (Altunbaşak ve Tetik, 2019; Lupton ve ark., 2016).

Yukarıda bahsedilen sosyal medya mecralarının annelere sağladığı destek ve kolaylıkların yanı sıra anneleri olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. Sosyal medyanın anne üzerinde oluşturabileceği bu etkiler iki açıdan değerlendirilebilir. Birincisi, annenin sosyal medyada var oluşunun anne için oluşturduğu risklerdir. Bu açıdan en çok üzerinde durulan sosyal medyada oluşturulmuş ideal anne imajı ile kişinin anneliğini sürekli diğer anneler ile kıyaslamasıdır (Padoa ve ark., 2018). İkinci durum ise; annelerin sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarının çocukları açısından oluşturduğu risklerdir. Yurt dışında ve ülkemizde yapılan araştırmalar neticesinde, annelerin sosyal mecralarda çocuklarına ait paylaşımları sıklıkla yaptıkları görülmektedir (Duygulu, 2019; Gününç, 2020; Livingstone ve ark., 2018). Bu paylaşımlar aracılığıyla anneler çocuklarının sosyal ve psikolojik gelişimini etkileyerek çocuklarını istismara uygun bir ortamda savunmasız halde bırakabilmektedir (Parsa ve Akmeşe, 2019). Yapılan bir grup çalışmada da ebeveynlerin çocuklarının isim, adres ve doğum tarihi gibi kimlik bilgilerini içerir tarzda ve çocuklarının çıplak olduğu, banyo, deniz ve doktor kontrolü gibi

mahremiyetini ihlal eder tarzda paylaşımlar yaptığı görülmektedir (Borsh, 2016; Duygulu, 2019). Diğer bir önemli konu ise sosyal medyadaki annelerin özellikle de fenomen diye adlandırılan çok sayıda takipçisi olan popüler annelerin çocuklarına ait paylaşımların içinde ürün tanıtımına yer vererek çocuklarını bir pazarlama sektörünün içine dahil edilmesidir (Parsa ve Akmeşe, 2019; Timurturkan, 2019).

Yukarıda bahsedilen sebeplerle anneler sosyal medyayı uygun ve tedbirli kullanmadıkları takdirde; mükemmel bir iletişim aracı olan sosyal medya bir anda ciddi tehdit unsurları içeren bir ortama dönüşebilmektedir.

1.1.9.2. Annelerin Sosyal Medya Paylaşımları ve Psikolojik Durumlar

Teknolojik gelişimlerin olduğu dijital yaşamda bireyler yeni sanal kimlikleri ile iletişim kurmaktadır. Sosyal medya platformları, annelerin sıklıkla tercih ettiği ve çoğu zaman kendini ifade edip destek bulduğu ortamlar gibi görünse de bu mecralar anneyi ve ailesini olumsuz olarak da etkileyebilmektedir. Bu açıdan, sosyal medya araçlarının annelerin psikolojik durumlarını nasıl etkilediği birçok araştırmaya konu olmuştur.

Annelerin psikolojik durumları ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir grup araştırmada; sosyal medya platformlarının annelerin daha iyi hissetmesini sağladığı ve annelere destek olduğu gösterilmiştir (Hall ve Irvine, 2009; Lupton, 2016; Mandai ve Kaso, 2018; McDaniel ve ark., 2012; Miyata, 2002; Moon ve ark., 2019). Diğer taraftan bazı araştırmacılar; sosyal medya platformlarının içinde barındırdığı mükemmel kişiler, karşılaştırma ve rekabet ortamının annelerin psikolojik durumlarını olumsuz yönde etkilediğini tespit emiştir (Archer ve Kao, 2018; Gününç, 2020; Padoa ve ark., 2018, Sidani ve ark., 2020).

Genel popülasyona benzer şekilde annelerin de sosyal medya kullanımı ile psikolojik durumları arasında tam net bir neden sonuç ilişkisi bulunmamaktadır. Ancak genel olarak ruh hali iyi olan annelerin hayatın her alanında olduğu gibi sosyal medyada da etkin ve amacına uygun hareket edeceği bir gerçektir.

1.1.10. Çocuk Mahremiyeti Açısından Sosyal Medya Paylaşımları

Ebeveynlerin, sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşımları bir salgın şeklinde artarak bu durumun her geçen gün daha fazla yaygınlaşmaktadır (Gününç, 2020). Bu noktada göz ardı edilen en önemli durum; ebeveynlerin çocuklarına ait paylaşımlarının çocukların mahremiyeti ve hakları açısından sorun teşkil edebileceğidir.

Mahremiyet

Mahrem alan, kamusal alanlardan belirgin sınırlarla ayrılması amaçlanan bireye özel yaşam alanı olarak ifade edilmektedir. Bazı kaynaklarda bireyin özgürce düşünebilme, hareket edebilme, başka bireylerle ilişkisinin özelliklerine karar verebilme haklarının tamamı olarak tanımlanmaktadır (Yüksek, 2003).

Mahremiyet mekân, kişi ve bilgi mahremiyeti olmak üzere üç ana başlık altında incelenebilmektedir (Bostancı, 2019). Mekân mahremiyetinden, kişinin yaşadığı fiziksel alan içinde, kişi mahremiyetinden kişinin kendisine yapılan her tür haksız muameleden ve bilgi mahremiyetinden kişisel verilerin kaydedilmesiden, çoğaltılmasından ve dağıltılmasından korunması kastedilmektedir (Zhumagaziyeva

ve Koç, 2010). Mevcut bilgiler ışığında; dijital ortamda güvenli ve bilinçli bir şekilde hareket edilmediği takdirde kişinin mahremiyeti her açıdan zedelenebilmektedir.

1.1.10.1. Çocuk Hakları Açısından Sosyal Medya Paylaşımları

Teknolojik gelişmelerin artması ve akıllı telefonların da hayatımıza girmesi neticesinde kişiler dijital bir birey haline gelmektedir. İnternet ve sosyal medya platformlarında yapılan fotoğraf, bilgi ve video gibi paylaşımlar ile her şeyin gözler önünde yaşandığı yeni bir kültür meydana gelmektedir (Karagülle, 2015). Zaman içinde bireylerin mahremiyet anlayışı da değişip; daha önceden gizli kalması gerektiği düşünülen şeyler günümüzde gözler önünde yaşanmaya başlamaktadır (Kaplan, 2017). Bu durumdan en çok etkilenen grubu şüphesiz çocuklar oluşturmaktadır. Henüz rıza ve karar verebilme yetisi olmayan çocuklarla ilgili fotoğraf, video, ses ve bilgi gibi paylaşımların fütursuzca yapılması çocuk ve aile güvenliğin açısından tehdit unsuru oluşturmaktadır (Duygulu, 2019). Dijital ortamlarda çocuğuna ait içerik paylaşımı yapan ebeveyn, çocuğa ait hakları görmezden gelmektedir. Her çocuk, büyüme ve gelişmesini en uygun düzeyde destekleyen bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çocuğun yaşamasının uygun çevreden kastedilen; çocuğun fiziksel, ruhsal ve zihinsel bakımdan sağlıklı, kendine güvenli ve saygılı ve her tür kötü muameleden uzak bir şekilde büyüyüp gelişmesine yardımcı olan çevredir. Bu bilgiler ışığında anne ve babanın çocuğunun mahremiyetini ihlal eden ve kimlik bilgilerini ifşa eden nitelikte paylaşım yapması çocuk haklarına aykırı olup, bu paylaşımlar çocuğu bu durumu fırsat bilen istimarcı kişilere karşı savunmasız bırakabilmektedir.

Ebeveynlerin sosyal medya platformlarında sıkça paylaşım yapması yeni bir tanımlama olan "sharenting" kavramının doğmasına zemin hazırlamıştır. Brosch (2018), sharenting tanımını, *"ebeveynler tarafından topluma duyurulan çocukların mahremiyetini ihlal eden sosyal medya aracılığı ile fotoğraf, video ve gönderiler ile*

çocuklar ilgili ayrıntılı bilgi paylaşımı" ifadesi ile belirtmiştir. Yeni bir konu olan "sharenting" ülkemizde ve dünyada çeşitli araştırmalara konu olmuştur (Ammari ve ark., 2015; Duygulu, 2019; Livingstone ve ark., 2018).

Henüz yeterli sayıda araştırma bulunmamasına rağmen dijital dünyadaki çocuğa ait ayak izlerinin varlığı birçok açıdan sorun oluşturabileceği tahmin edilmektedir.

1.1.10.2. Ulusal ve Uluslararası Mevzuat

Dünyada ve ülkemizde, sosyal medyadaki çocuğa ait paylaşımların oluşturduğu riskler ile ilgili bir farkındalık olsa da hala birçok ebeveyn bu platformlarda çocuklarına ait paylaşımlarda bulunmaktadır.

Sosyal medyadaki çocuğa ait paylaşımların oluşturduğu en büyük sorun çocuğa ait unutulma ve özel hayata saygı hakkının göz ardı edilmesidir. Çocuk yetişkin olduğu zaman bebeklik veya çocukluk dönemindeki ebeveynleri tarafından paylaşılmış olan fotoğraflarından rahatsızlık duyup bu fotoğrafların kaldırılmasını isteyebilir ve bu durum çocuğun en doğal hakkıdır (Akgül, 2016). Bu açıdan dünyada ve ülkemizde ebeveynlerinin sosyal ağlarda paylaştığı fotoğraflardan rahatsızlık duyan çocuklar ile ilgili yasal süreçlere ait örnekler bulunmaktadır (Ahi, 2016; Kurt, 2018; Ntv 2017; Serin, 2019). Aynı şekillde henüz rıza yetkisi olmayan çocuğa ait özel paylaşımların yapılması Anayasanın 20. Maddesinde yer alan *"Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz"* maddesine aykırıdır.

Çocukları internet ve sosyal medyadaki paylaşımları ile ilgili olarak ülkemizde yapılmış olan en önemli düzenlemeler; internet uygulamalarını düzenleyen 5651 sayılı kanun ve okullardaki sosyal medya kullanımına yönelik getirilen kısıtlamadır (İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 2007; Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması Konulu Genelgesi, 2017, mevzuatgovtr).

Sonuç olarak ülkemizde ve dünyada sosyal medya platformlarında çocuğa ait paylaşımlar ile ilgili net bir yaptırım bulunmamaktadır. Ancak, internet ve sosyal medyada çocuğun özel hayatını ve haklarını koruycu nitelikte bazı düzenlemeler olduğu görülmektedir.

Bu araştırmada; Başkent Üniversitesi Hastanesi çocuk polikliniğine başvuran çocukların annelerinin sosyal medya kullanım özellikleri ile sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımlarının niteliği ve niceliğinin incelenmesi ve annelerin sosyal medya kullanım özelliklerinin psikolojik sağlamlık durumları ile ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

2. GEREÇ ve YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Türü

Araştırma analitik tipte bir araştırmadır. Annelerin sosyal medya kullanımı, psikolojik durumları ve sosyal medyadaki çocuklarına ait paylaşımlarının ilişkisinin incelendiği kesitsel bir çalışmadır.

2.2. İzinler ve Etik Onay

Araştırma, 26.03.2020 tarih ve "İ2-140-20" sayı ile Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır (Ek-1). Araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Başhekimliği'nden yazılı izin alınmıştır.

2.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Çocuk Polikliniği'ne 01.04.2020 ile 01.12.2020 tarihleri arasında başvuran çocukların anneleri oluşturmuştur.

Çalışma süresince yaklaşık "**900 çocuğun"** polikliniğe başvuracağı ön görülerek örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül kullanılarak yaklaşık olarak **"130"** olarak hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004).

$$n = \frac{NZ^2_{a/2}\alpha^2}{d^2(N-1)+Z^2_{a/2}\alpha^2} = \frac{900x3,841x0,5^2}{0.08^2x899+(3,841x0,5^2)} = \sim 130 \text{ (Örneklem büyüklüğü)}$$

2.4. Araştırmaya Alınma Ölçütleri

Araştırmaya başlamadan önce on dört aileye anket formları verilip pilot olarak ön bir değerlendirme yapılmıştır. Anket formlarının neredeyse tamamında anket formunu annenin doldurduğu ve formda anneye ait bilgilerin bulunduğu görülmüştür. Sadece bir anket formunda babaya ait bilgilerin ve sosyal medya hesabının bulunması nedeniyle çalışmanın annelerle yapılmasına karar verilmiştir. Diğer taraftan annelerin anket formları incelendiğinde, hepsinin İnstagram hesabının olduğu ve annelerin birinci sıklıkla İnstagram'ı kullandığı tespit edilmiştir. Pilot olarak yapılan ön değerlendirme neticesinde; araştırmaya İnstagram hesabı bulunan ve hesabını takip etmemize izin veren annelerin katılımcı olarak dâhil edilmesi planlanmıştır (Ek-2).

Sosyal medya platformlarında çocuğa 13 yaşından sonra kendi adına sosyal medya hesabı açabilme izni verildiği için araştırmaya 0-13 yaş aralığında çocuğu olan annelerin dahil edilmesi planlanmıştır (Facebook Yardım Merkezi).

Araştırmaya alınma ölçütleri

Araştırmaya Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi Ankara Hastanesi Çocuk Polikliniği'ne başvuran çocukların annelerinden;

- 0-13 yaş aralığında çocuğu olan,
- Çalışmaya katılmayı kabul eden,
- Anket formunu dolduran,
- İnstagram hesabı olan ve
- Bu araştırma için açtığımız "@dr_anne_baba" kullanıcı adlı İnstagram hesabı tarafından sosyal medya hesabının takip etmemize izin veren katılımcılar alınmıştır.

Araştırmaya alınmama ölçütleri ise;

- Çocuğu 13 yaşından büyük olanlar,
- Çalışmaya katılmayı kabul etmeyenler,
- Anketi formunu doldurmak istemeyenler ve
- İnstagram hesabını takip etmemize izin vermeyenler olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya katılmadan önce her bir katılımcıya araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Vereceği bilgilerin araştırma dışında veya kişisel bilgi olarak kullanılamayacağı, araştırmaya katılmanın yalnızca gönüllülük esasına dayandığı, istediği zaman araştırmadan çekilebileceği ifade edilmiştir. Bu süreçte araştırmaya katılmayı kabul edenler araştırmaya alınmıştır. Bu katılımcıların araştırmada kullandığımız formları doldurmaları ve "@dr_anne_baba" kullanıcı adlı hesabımızı takip etmeleri istenilmiştir. Anket formunu doldurmayı kabul eden ve İnstagram hesabını takip etmemize izin veren katılımcılardan bilgilendirilmiş onam formu alınmıştır.

Araştırmaya başta kabul edip, aydınlatılmış onam formunu onaylayan, anket formumuzu dolduran ve @dr_anne_baba kullanıcı adlı hesabımızı takip etmeye

başlayan 2 anne; sonrasında bizi takipten çıkarmıştır. Bu anneler çalışmamızdan çıkarılmıştır.

2.5. Veri Toplama Tekniği ve Araçları

Araştırmaya katılmayı kabul eden annelere; sosyodemografik özellikler, sosyal medya kullanım özellikleri, internet güvenliğine ilişkin özelliklerini değerlendirmek için bir anket formu verilmiştir. Ayrıca depresyon düzeylerini belirlemek için *Beck Depresyon Ölçeğin (BDÖ)*, yaşam doyum düzeylerini belirlemek için *Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ)*, psikolojik sağlamlılık düzeyini belirlemek için *Bilişsel Üçlü Envanter (BÜE)* ve narsistik kişilik özelliklerini belirlemek için *Narsistik Kişilik Envanteri (NKE)* içeren anket formları anneler tarafından online olarak doldurulmuştur.

Araştırmaya katılmaya kabul eden annelerin İnstagram hesabı, tarafımızca açılan "@dr_anne_baba" hesabı tarafından takibe alınmıştır. Katılımcıların İnstagram hesapları, tarafımızca bir kez incelendikten sonra annelerin İnstagram hesaplarındaki profil özelliklerine ve çocuklarına ait paylaşımlarına ait bilgileri içeren *"İnstagram Kullanım Özelliklerine İlişkin Veri Formu"* (Ek-8) doldurulmuştur.

2.5.1. Anket Formu

Araştırmaya katılmayı kabul eden annelere, sosyo-demografik bilgileri için 6 soru, sosyal medya kullanım bilgileri için 10 soru, internet güvenliği için 4 soru

olmak üzere toplam 20 sorudan oluşan bir anket formu verilerek doldurulması planlanmıştır (Ek-3).

2.5.2. Ölçekler

2.5.2.1. Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ)

Araştırmaya katılan annelerin depresif belirtilerinin derecesini incelemek için Beck Depresyon Ölçeği kullanılmıştır (Ek-4). Beck ve ark. (1961) tanımladığı "Beck Depression Inventory" formunu 1980 yılında Buket Teğin "Beck Depresyon Ölçeği" adı ile uyarlamıştır. 1988 yılında Hisli tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenirlilik çalışması yapılmıştır. Bu ölçek ile depresyon tanısı koymak değil, depresyon semptomlarının derecesini belirlemek hedeflenmektedir.

Beck Depresyon Ölçeği, 21 semptomdan oluşmaktadır, bunlar duygu durum, kötümserlik, başarısızlık duygusu, doyumsuzluk, suçluluk duygusu, cezalandırılma duygusu, kendinden nefret etme, kendini suçlama, kendini cezalandırma arzusu, ağlama nöbetleri, sinirlilik, sosyal içe dönüklük, kararsızlık, bedensel imge, çalışabilirliğine engel olunması, uyku bozuklukları, yorgunluk-bitkinlik, iştahın azalması, kilo kaybı, somatik yakınmalar, cinsel dürtü şeklindedir.

Toplam 21 belirtinin her biri dörtlü likert tipi derecelendirme ile, 0-1-2-3 şeklinde puanlandırılmaktadır. Bu ölçekten alınabilecek en yüksek puan 63 olup, alınan puanın yüksekliği depresif belirti düzeyinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Diğer bir ifade ile kişi BDÖ'den ne kadar düşük puan alırsa, depresyon düzeyi o kadar düşüktür (Savaşır ve Şahin, 1997). Alınan puan 17 ve

üzerinde ise %90'dan daha fazla bir doğrulukla tedavi ihtiyacı olan depresyonu gösterebileceği bildirilmiştir (Beck ve ark., 1997; Steer ve ark., 1999).

Kapçı ve ark. (2008), Türkiye'deki yetişkin popülasyondaki kesme puanları ile ilgili yaptıkları araştırma sonucunda puanlara göre depresif belirtilerin derecesini aşağıdaki gibi belirtmiştir;

- 0-12 puan: Minimal depresyon veya depresyon yokluğu,
- 13-18 puan: Hafif düzeyde depresyon,
- 19-28: Orta düzeyde depresyon ve
- 29-63: Şiddetli düzeyde depresyon olarak kabul edilmiştir.

Araştırmamızda yukarıda bahsedilen, Kapçı ve ark. (2008) belirttiği kesme puanları kullanılarak depresif belirti düzeyinin şiddeti değerlendirilmiştir.

2.5.2.2. Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ)

Araştırmaya katılan annelerin yaşam doyum düzeyini incelemek için "Yaşam Doyum Ölçeği" kullanılmıştır (Ek-5). Yaşam doyum ölçeği, 1985 yılında Diener ve ark tarafından geliştirilen toplam 5 maddeden oluşan bir ölçektir. Bu ölçek yedili likert tipinde olup, Köker ve Yetim (1991), tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Sonrasında Dağlı (2016), tarafından geçerlilik ve güvenirlilik çalışması beşli likert ile denenmiş, geçerlilik ve güvenilirlilik testi uygun bulunmuştur. Bu ölçekten alınabilecek en yüksek puan 25 iken en düşük puan 5'tir. Ölçeğin seçenekleri; "Kesinlikte katılmıyorum, katılmıyorum, kısmen katılıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum"'dan oluşmaktadır. Araştırmada 5'li likertli yaşam doyum ölçeği kullanılmıştır.

2.5.2.3. Bilişsel Üçlü Envanter (BÜE)

Araştırmaya katılan annelerin psikolojik sağlamlık düzeyini değerlendirmek için "Bilişsel Üçlü Envanter" (the Cognitive Triad Inventory) kullanılmıştır (Ek-6). Beckham ve ark. (1986), tarafından tasarlanan Bilişsel Üçlü Envanter ile erişkinlerdeki uyumsuz bilişleri ölçmeyi hedeflemiştir. BÜE, bireyin negatif ve pozitif bilişlerini değerlendiren maddelerden oluşmaktadır. Bunların sonucunda; negatif benlik algısı, dünya görüşü ve gelecek beklentisinin depresyonu kolaylaştırıcı faktör olduğu, pozitif benlik algısı, dünya görüşü ve gelecek beklentisinin ise depresyondan koruyucu faktörler olduğu öngörülmüştür (Beckham ve ark., 1986). Bilişsel Üçlü Envanter, Erarslan ve ark. (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. BÜE, bireylerin pozitif ve negatif bilişlerini ölçen toplam 36 maddeden meydana gelmektedir.

Bilişsel Üçlü Envanterde benlik algısı (negatif, pozitif), dünya görüşü (negatif, pozitif) ve gelecek algısı (negatif, pozitif) ile ilgili düşünceler yer almaktadır. Maddelerden dördü pozitif benlik algısını, altısı negatif benlik algısını, beşi pozitif dünya görüşünü, beşi negatif dünya görüşünü, beşi pozitif gelecek algısını ve beşi negatif gelecek algısını ölçmektedir. Diğer altı madde ise dolgu maddeler olup, puanlamaya dâhil edilmemektedir (1, 2, 4, 7, 14, 22 numaralı maddeler). Maddeler puanlanırken; yedili likert tipte hazırlanmış olan formda her madde için "hiç katılmıyorum" (1) ile "tamamen katılıyorum" (7) seçenekleri arasından bir tanesi işaretlenmektedir.

Maddeler puanlanırken pozitif maddelerin tamamı ters kodlanmakta olup bu nedenle Bilişsel Üçlü Envanterden alınan yüksek puanlar negatif bilişsel üçlüyü, düşük puan ise pozitif bilişsel üçlüyü göstermektedir. Sonuç olarak bireyin psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek ise daha düşük BÜE puanı, psikolojik sağlamlık düzeyi düşük ise daha yüksek BÜE puanı almaktadır.

2.5.2.4. Narsistik Kişilik Envanteri (NKE)

Araştırmaya katılan annelerin narsistik kişilik özellerini incelemek için "Narsistik Kişilik Envanteri" kullanılmıştır (Ek-7).

Narsistik Kişilik Envanteri; Raskin ve Hall'un 1979'da narsistik kişilik özelliklerini ölçmek maksadıyla geliştirdiği bir ölçek olup DSM III tanı kriterlerini çerçevesinde narsisizmi düşündüren 220 ifade içermekteydi. Sonrasında iç tutarlık analizi sonucunda 220 ifadeden, 54 maddeden meydana gelen bir ölçek oluşturulmuştur. Raskin ve Terry (1998) bazı madde ve faktör analizi yaparak bazı maddeleri ölçekten çıkarıp 40 soruluk NKE geliştirmiştir. 2006 yılında Dr. Ames ve ark. tarafından, NKE ölçeği 16 soru olarak yeniden geliştirilmiştir (Atay, 2009).

Ülkemizde ise Atay (2009), ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmalarını yapıp NKE geçerli ve güvenli bulmuştur. Ölçekten en az 0 puan en fazla 16 puan alınabilmektedir. Her bir maddenin a ve b olmak üzere iki şıkkı mevcut olup bunlardan sadece biri işaretlenebilmektedir. İşaretlenen şık narsistik özellik taşıyorsa 1 puan, taşımıyorsa 0 puan verilmektedir. Sonuç olarak NKE'den alınan yüksek puanlar yüksek narsistik eğilim, düşük puanlar düşük narsistik eğilim olarak yorumlanmaktadır.

2.5.3. İnstagram Kullanım Özelliklerine İlişkin Veri Formu

Katılımcılarının İnstagram hesapları tarfımızca açılan "@dr_anne_baba" adlı profil tarafından bir kez incelenerek doldurulmuştur. Annelerin takipçi sayısı, yıllık paylaşım sayısı, yıllık çocuklu paylaşım sayısı, yıllık selfi tarzında paylaşım sayıları

ve çocuklarına ait fotoğraf özellikleri kaydedilmiştir. Katılımcıların çocuklarına ait fotoğrafları; aile fotoğrafı içinde, çocuğun tek, oyun oynarken, doğum gününde, mahremiyeti ihlal eder tarzda olan (çıplak, duş alırken, mayolu, yatakta, doktor kontrolü sırasında vb.) ve kimlik bilgilerini içerir tarzda olmak üzere ayrı ayrı gruplandırılarak incelenmiştir (Ek-8). Birden fazla çocuğu olan ve çocuklarından birisi 13 yaşından büyük olan annelerin İnstagram'daki çocuğuna ait paylaşımları değerlendirilirken 13 yaşından küçük olan çocuğa ait paylaşımlar dikkate alınarak inceleme yapılmıştır.

2.6. Araştırmanın Amaçları ve Hipotezleri

Araştırmada aşağıda belirtilen konuların incelenmesi amaçlanmaktadır.

1. Annelerin sosyal medya kullanım özelliklerinin belirlenmesi,
2. Annelerin internet güvenliği ile ilgili bilgi durumunun belirlenmesi,
3. Annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile depresyon durumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi,
4. Annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile narsistik kişilikte olma durumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi,
5. Annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi,
6. Annelerin psikolojik durumları ile sosyal medya platformundaki çocuklarına ait paylaşımlarının ilişkisinin belirlenmesi,
7. Annelerin internet güvenliği ile ilgili bilgi düzeyinin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait fotoğraf paylaşım özellikleri ile ilişkisinin olup olmadığının belirlenmesi ve
8. Annelerin İnstagramdaki takipçi sayısının, toplam paylaşım sayısı, çocuklu paylaşımlarının sayısı ve niceliği ile ilişkili olup olmadığının gösterilmesi hedeflenmiştir.

Hipotezler

Hipotez 1: Annelerin **s**osyal medyada kullanım sıklığı ve süresi ile depresif bulgularının derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı arttıkça annelerin depresif belirtilerinin derecesi artmaktadır.

Hipotez 2: Annelerin **s**osyal medyada kullanım sıklığı ve süresi ile yaşam doyumu arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı arttıkça annelerin yaşam doyum derecesi azalmaktadır.

Hipotez 3: Annelerin **s**osyal medyada kullanım sıklığı ve süresi ile psikolojik sağlamlık durumu arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek olan annelerin sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı daha azdır.

Hipotez 4: Annelerin **s**osyal medyada kullanım sıklığı ve süresi ile narsistik kişilik özellikleri arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Narsistik kişilik özellikleri yüksek olan annelerin sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı daha yüksektir.

Hipotez 5: Annelerin sosyal medyada çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisini içerir tarzda paylaşım yapma durumu ile depresif bulgularının derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Depresif belirti düzeyi yüksek olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Hipotez 6: Annelerin sosyal medyada çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisini içerir tarzda paylaşım yapma durumu ile yaşam doyum derecesi arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Yaşam doyum düzeyi düşük olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Hipotez 7: Annelerin sosyal medyada çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisini içerir tarzda paylaşım yapma durumu ile psikolojik sağlamlığı arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Psikolojik sağlamlık düzeyi düşük olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Hipotez 8: Annelerin sosyal medyada çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisini içerir tarzda paylaşım yapma durumu ile narsistik kişilik özelliklerinin derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Narsistik kişilik özellikleri düzeyi yüksek olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Hipotez 9: Annelerin sosyal medyada çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisini içerir tarzda paylaşım yapma durumu ile internet güvenliği hakkındaki bilgi düzeyi arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Güvenli internet kullanımı hakkında bilgi sahibi olan annelerin çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eden ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma olasıkları daha düşüktür.

Hipotez 10: İnstagram profilinde takipçi sayısı fazla olan annelerin çocuklarına ait paylaşımları daha fazladır. İnstagram'daki takipçi sayısı fazla olan anneler çocuklarına ait paylaşımlar yaparken tedbirsizce davranırlar**.**

2.7. İstatistiksel Yöntem

Tüm istatistiksel analizler SPSS 22 (Statistical Package fot the Social Sciences) istatistiksel paket programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin gösterilmesinde nicel değişkenler için ortalama ± standart sapma (X±SS) ile ortanca (median), alt-üst (min-max) değerleri, nitel değişkenler için frekans (n) ve yüzde (%) değerleri kullanılmıştır.

Nicel verilerin normal dağılıma uygunluğu, Shapiro Wilk-W testi ve değişim katsayısı kullanılarak kontrol edilmiştir. İki bağımsız grup ortalamalarının karşılaştırmasında verilerin normal dağılıma uyması halinde bağımsız örneklerde t Testi (Student t Test), normal dağılıma uymaması halinde Mann Whitney-U Testi kullanılmıştır. İkiden çok bağımsız grup ortalamalarının karşılaştırmasında ise verilerin normal dağılıma uyması halinde Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA), normal dağılıma uymaması halinde Kruskal Wallis Testi kullanılmıştır. İki nitel değişkenin dağılımlarının karşılaştırılmasına Ki-kare testi kullanılmış, gözlenen ve beklenen değerlerin kontenjans tablosunun gözlerindeki dağılımlarına göre Pearson Kİ-Kare veya Fisher’s-Exact testlerinden yararlanılmıştır.

İki nicel değişken arasındaki ilişkiye verilen normal dağılıma uyması durumunda Pearson korelasyon katsayısı (r), uymaması durumunda ise Spearman korelasyon katsayısı (r_s) kullanılmıştır. Her iki korelasyon katsayısı için de değişkenler arasındaki ilişkinin gücü; $0<r<0,30$ çok düşük korelasyon, $0,30<r<0,50$ düşük korelasyon, $0,50<r<0,70$ orta düzeyde korelasyon, $0,70<r<0,90$ yüksek korelasyon, $0,90<r<1$ çok yüksek korelasyon şeklinde yorumlanmıştır. Nicel değişkenlerin kategorik hale getirilmesi gereken durumlarda ortanca değerleri kesim noktası olacak şekilde dikotom (ikili) veya persentiller kesim noktaları olmak üzere dört kategorili hale getirilmiştir. İstatistiksel anlamlılık düzeyi olarak $p<0,05$ olarak kabul edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmaya, Başkent Üniversitesi Ankara Hastanesi Çocuk Polikliniği'ne başvuran çocukların annelerinden gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul eden, @dr_anne_baba kullanıcı adlı sosyal medya hesabımızı takip eden, sosyal medya hesaplarındaki bilgileri incelememize izin veren ve yaşları 26-50 aralığında olan toplam 130 anne dâhil edilmiştir

3.1. Sosyo-demografik Özellikler

Araştırmaya katılan annelerin sosyodemografik özellikleri Çizelge 3.1'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.1. Katılımcıların Sosyo-demografik verileri.

Özellikler	Sıklık	
	n	%
Yaş grupları		
26 – 30	27	20,8
31 – 36	60	46,1
37 – 51	43	33,1
Eğitim durumu		
İlkokul mezunu	1	0,8
Ortaokul	-	-
Lise	15	11,4
Lisans	90	69,4
Lisans üstü	24	18,4
Meslek dağılımları		
Özel sektör	30	23,1
Ev hanımı	22	16,9
Öğretmen	16	12,3
Memur	16	12,3
Serbest meslek	15	11,5
Mühendislik bilimi-mimar	13	10,0
Sağlık çalışanı	7	5,4
Akademisyen	7	5,4
Avukat-hakim	4	3,1
Gelir Düzeyi		
2300 TL ve altı	6	4,6
2300-4600 TL	34	26,2
4600-6900 TL	47	36,1
6900 TL üzeri	43	33,1
Medeni Durum		
Evli-birlikte yaşıyor	128	98,5
Evli-ayrı yaşıyor	-	-
Boşanmış ayrı yaşıyor	2	1,5
Evli değil birlikte yaşıyor	-	-
Çocuk sayısı		
Tek çocuk	92	70,8
İki çocuk	36	27,7
Üç çocuk	2	1,5

Araştırmaya dâhil edilen annelerin yaş ortalaması 34,5±4,4 idi. Annelerin yaklaşık yarısının (%46,1) 31-36 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Katılımcıların meslek dağılımları incelendiğinde; en fazla görülen iki meslek grubu özel sektör (%23,1) ve ev hanımı (%16,9) olarak bulunmuştur. Annelerin medeni durumları incelendiğinde; hemen tamamının "evli birlikte yaşıyor" olduğu, sadece iki tanesinin "boşanmış, ayrı yaşıyor" olduğu görülmüştür.

Annelerin öğrenim durumları incelendiğinde, sadece 1 annenin ilkokul mezunu olması dışında diğerlerinin lise mezunu, lisans ve lisansüstü şeklinde olması nedeniyle istatistik analizlerinde bu grup lise grubu ile birleştirilmiştir. Araştırmaya dahil edilen %69,4'ünün (n:90) lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında; 2300 TL altı olan grup sadece 6 kişi olması nedeniyle istatistik analizlerde bu grup asgari ücretin iki katı olan grup ile 2300-4600 TL olan grup ile birleştirilmiştir. Annelerin %69,3'ünün (n:90), aylık gelir düzeylerinin 4600 TL üzerinde olduğu saptanmıştır.

Katılımcılardan sadece 2 tanesinin, 3 çocuğu olması nedeniyle istatistik analizlerinde bu grup iki çocuğu olan grup ile birleştirilmiştir. Araştırmaya katılan annelerin %70,8'inin (n:92) tek çocuğu olduğu görülmektedir. Annelerin çocuklarının yaş ortalamaları incelendiğinde, ilk çocuk için 45,6±36,2 ay, ikinci çocuk için 36,5±27,5 ay ve üçüncü çocuk için 36,5±17,5 ay olarak saptanmıştır.

3.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Özellikleri

Araştırmaya katılan annelerin sosyal medya hesapları, sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medyadaki çocuklarına ait paylaşım içerikleri ve sıklıkları, günlük olarak sosyal medya kullanım süre ve sıklıkları incelenmiştir

Çizelge 3.2'de annelerin kullandıkları sosyal medya platformunun çeşidi ve sayısı görülmektedir.

Çizelge 3.2. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu.

Sosyal Medya Platformları	Sıklık	
	n	%
İnstagram	130	100,0
Facebook	83	63,8
Twitter	53	40,8
Snapchat	8	6,2
Linkedin	1	0,8
Onedio	1	0,8
Telegram	1	0,8
Kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısı		
1 tane	31	23,8
2 tane	58	44,6
3 tane	37	28,5
4 ve üzeri	4	3,1

Annelerin İnstagram hesabının bulunması, katılımcıların araştırmaya dâhil edilme ölçütlerinden birisi olduğu için tüm katılımcıların İnstagram kullandığı, İnstagram'dan sonra da en sık tercih edilen sosyal medya platformunun %63,8 ile Facebook olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya platform sayısı incelendiğinde yaklaşık yarısının (%44,6) iki tane sosyal medya hesabının olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan annelerin sadece dört tanesinin 4 ve üzerinde sayıda sosyal medya hesabı olması nedeniyle istatistik analizlerinde bu grup "üç tane sosyal medya hesabı olan" grup ile birleştirilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya platformlarını kullanım tercihi incelendiğinde %90'ının İnstagram'ı, %6,9'unun Facebook'u, %2,3'ünün de Twitter'ı birinci sırada tercih ettiği tespit edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen annelerin ortalama 10,6±2,9 yıldır sosyal medya platformunu kullandıkları saptanmıştır.

Araştırmaya dahil edilen annelerin sosyal medyayı kullanma amaçları sıklık sırasına göre Çizelge 3.3'te özetlenmiştir.

Çizelge 3.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Sıklık	
	n	(%)
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	107	82,3
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	98	75,4
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	76	58,5
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	52	40,0
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	43	33,1
Blog yazmak /takip etmek için kullanırım	17	13,1
SM yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	1	0,8

Annelerin sosyal medya platformlarını en sık olarak iletişim (%82,3), bebeği/çocuğu ile ilgili bilgi edinme (%75,4) ve fotoğraf yükleme/paylaşma (%58,5) maksadıyla tercih ettikleri görülmüştür.

Çizelge 3.4'de annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımları ne sıklıkla yaptıkları ve annelerin çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşımı durumları görülmektedir.

Çizelge 3.4. Katılımcıların Sosyal Medyada Platformunda Çocuklarına ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği.

Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri	**Sıklık**	
	n	**%**
Paylaşım sıklığı		
Her gün ya da gün aşırı	4	3,1
Haftada bir-iki kez	27	20,8
Ayda bir kez	30	23,1
Ayda bir kez den daha az	62	47,7
Hiçbir zaman	7	5,4
Paylaşım Yapan Anneler	**n**	**%**
Paylaşım İçeriği		
Fotoğraf Evet	118	90,8
Bilgi Evet	51	39,2
Video Evet	35	26,9

Araştırmaya katılan annelerin çocuklarına ait paylaşım sıklıkları incelendiğinde; annelerin çocuklarına ait paylaşımları en sık olarak %47,7 ile "ayda bir kezden daha az" olarak yaptığı görülmektedir. Annelerin sadece %5,4'ünün (n:7) ise "hiç paylaşım yapmam" ifadesini belirttikleri tespit edilmiştir. Annelerin sosyal medyadaki çocuklarına ait içerik olarak en sık (%90,8) fotoğraf paylaşımı yaptıkları saptanmıştır.

Annelerden sadece 5 tanesinin çocuğuna ait sosyal medya hesabı olduğu, bu hesaplardan ikisinin Facebook ikisinin İnstagram hesabı olduğu, annelerden birinin çocuğunun kullandığı sosyal ağın adını belirtmediği ve adına sosyal medya hesabı açılmış olan çocukların da 13 yaş altında olduğu (9, 9, 18, 49, 84 ay) görülmüştür.

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter, Snapchat ve diğer sosyal medya platformlarına günlük giriş sıklıkları ve süreleri Çizelge 3.5 ve 3.6'da özetlenmiştir.

Çizelge 3.5. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi.

Sosyal Medya Platformu	**Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri**		
	En az – En çok (dk)	**Ortalama ± SS (dk)**	**Ortanca (dk)**
İnstagram	3-480	75,5±59,5	52,5
Facebook	1-120	25,0±25,1	12,5
Twitter	1-180	21,1±25,2	10,0
Snapchat	1-30	6,8±6,4	7,5
Diğer	60-120	90,0	90,0

Çizelge 3.6. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklığı.

Sosyal Medya Platformu	**Günlük Sosyal Medyaya Giriş Sıklıkları**		
	En az – en çok	**Ortalama ± SS**	**Ortanca**
İnstagram	1 – 40	5,8±4,1	4,0
Facebook	1 – 30	2,7±2,9	2,0
Twitter	1 – 20	2,9±3,0	2,0
Snapchat	1 – 4	1,6±0,7	1,5
Diğer	1,5-3	2,1±1,0	

Annelerin sosyal medya platformalarına giriş sıklığı ve süreleri ile ilgili veriler homojen dağılmadığı için, ortalama değerleri ile birlikte median değerleri de değerlendirmelerde kullanılmıştır. Annelerin sosyal medya platformlarına giriş sıklığı ve süreleri incelendiğinde en sık ve uzun süreli olarak İnstagram'a girdikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan annelerin İnstagram'a giriş sıklığı ortalama 5,8±4,1 kez/gün ve İnstagram'a giriş süresi ise 75,5±59,5 dakika/gün olarak tespit edilmiştir.

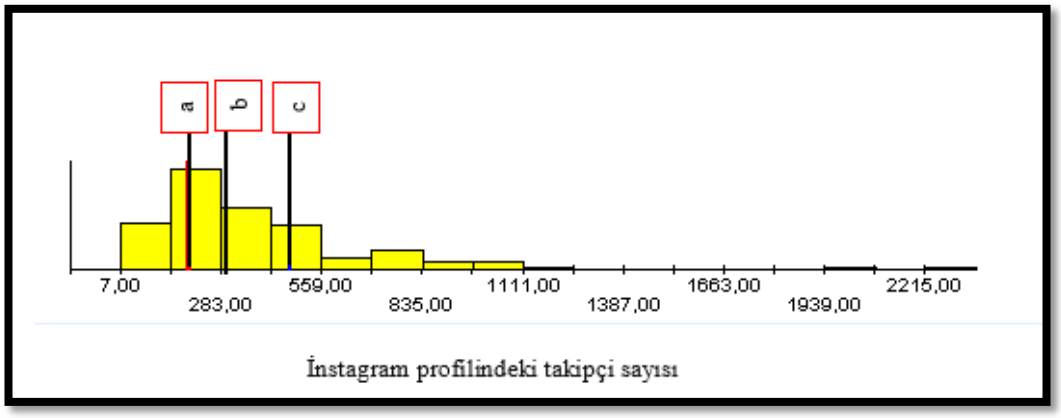
3.3. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri

Araştırmaya katılan annelerin İnstagram profilleri, "@dr_anne_baba" adlı tarafımızca açılan İnstagram hesabı tarafından incelenmiştir. Annelerin İnstagram'daki takipçi, yıllık toplam paylaşım, çocuk doğduktan sonraki yıllık paylaşım ve çocuklu yıllık paylaşım sayıları, annenin kendine ait ve çocuğu ile birlikte olan yıllık selfi tarzında fotoğraf paylaşım sayıları ve çocuk doğduktan sonraki paylaşımların çocuklu paylaşımlara oranı kaydedilmiştir.

Annelerin İnstagram profilindeki takipçi sayılarının yüzdelik dilimlere göre dağılımları Çizelge 3.7 ve Şekil 3.1'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.7. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Ortalama Takipçi Sayıları.

İnstagram hesabındaki takipçisi sayısına göre yüzdelik dilimleri (takipçi sayısı)	**Sıklık**	
	n	**%**
1. % 25 (7-189)	33	25,4
2. % 25 (189-295)	32	24,6
3. % 25 (295-470)	34	26,2
4. % 25 (>470)	31	23,8



Şekil 3.1. Katılımcıların İnstagramdaki Takip Sayısına Göre Yüzdelik Dilimleri.

a: İnstagram profilindeki takipçi sayısın birinci %25 kesim noktası,
b: İnstagram profilindeki takipçi sayısın ikinci %25 kesim noktası,
c: İnstagram profilindeki takipçi sayısın üçüncü %25 kesim noktası görülmektedir.

Annelerin İnstagram profilindeki takipçi sayıları, dört eşit çeyreğe bölünerek incelenmiştir. Katılımcıların ilk çeyreğinde 7-189, ikinci çeyreğinde 189-295, üçüncü çeyreğinde 295-470 ve dördüncü çeyreğinde 470 üzeri takipçi sayısı olduğu görülmektedir.

Annelerin İnstagram profilindeki paylaşım sayıları ile ilgili bilgiler Çizelge 3.8'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.8. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri.

İnstagram Profil Özellikleri	**Paylaşım Yapan Annelerin Paylaşım Sayıları**		
	En az – en çok	**Ortalama ± SS**	**Ortanca**
Yıllık toplam paylaşım sayısı*	1-298	38,9±297,8	21,0
Çocuk doğduktan sonraki yıllık toplam paylaşım sayısı**	1-402	41,1±60,1	19,1
Yıllık çocuğa ait paylaşım sayısı***	1-208	19,4 ±32,1	9,1
Yıllık selfi tarzında paylaşım****	0-48	7,8±10,5	3,9
Yıllık çocuğu ile olan selfi tarzında paylaşım sayısı*****	0-26	2,8±4,8	1,2
Çocuklu paylaşım sayısı/çocuk doğduktan sonraki paylaşım oranı	0,1-1,0	0,5±0,3	0,4

***: Yıllık paylaşım sayısı:** Toplam paylaşım sayısı/İnstagram'ın ilk açıldığından şu ana kadar geçen süre (yıl).

****: Çocuk doğduktan sonraki yıllık paylaşım sayısı:** Çocuk doğduktan sonraki toplam paylaşım sayısı/çocuğun yaşı (yıl).

*****: Yıllık çocuklu paylaşım sayısı:** Toplam çocuğa ait paylaşım sayısı/ çocuğun yaşı (yıl).

******: Yıllık selfi tarzında paylaşım sayısı:** Selfi tarzında paylaşım/ İnstagram'ın ilk açıldığından şu ana kadar geçen süre (yıl)

*******: Yıllık çocuğu ile olan selfi paylaşım sayısı:** Çocuğu ile olan selfi tarzında paylaşım sayısı/ çocuğun yaşı (yıl).

Annelerin İnstagram profilindeki İnstagram hesabını açtığı günden itibaren olan yıllık paylaşım sayısı, çocuğu doğduktan sonra olan yıllık paylaşım sayısı, yıllık çocuğuna ait yaptığı paylaşım sayıları, annelerin yıllık kendine ve çocuğuna ait selfi tarzında paylaşım sayıları hesaplanmıştır. Sonuç olarak annelerin İnstagram hesaplarındaki ortalama yıllık paylaşım sayısı 38,9±297,8 (1-298) iken, ortalama yıllık çocuğuna ait paylaşım sayısı ise 19,4±32,1 (1-208) idi. Çalışmaya dâhil edilen

annelerin çocuk doğduktan sonraki paylaşımlarının %43,8'ini çocuğuna ait paylaşımlarının oluşturduğu oluşturduğu tespit edilmiştir. Annelerin selfi tarzında paylaşım sayısı 17,8±33,8 olarak tespit edilmiştir.

3.4. Katılımcıların İnstagram Hesaplarındaki Çocuklarına Ait Paylaşım Özellikleri

Araştırmaya katılan annelerin İnstagram hesapları @dr_anne_baba hesabı tarafından incelenerek; annelerin çocuklarına ait fotoğrafları değerlendirilmiştir. Annelerin çocuklarına ait fotoğraf paylaşımları; çocuğun ailesi ile olan, çocuğun tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum günü sırasında, mahremiyetini ihlal eder tarzda (çıplak, denizde, yatakta uyurken vb.) ve kimlik bilgilerini içerir tarzda (ev, okul, otel adres bilgisi içerir tarzda vb.) olmak üzere ayrı ayrı gruplandırılarak kaydedilmiştir.

Çizelge 3.9'da annelerin İnstagram hesaplarındaki çocuklarına ait fotoğraflarının sayıları ve niteliği görülmektedir.

Çizelge 3.9. Katılımcıların İnstagram Hesaplarındaki Çocuklarına ait Fotoğraf Özellikleri.

Çocuğa Ait Fotoğraflar	**Paylaşım yapanlar anneler n(%)**	**Paylaşım yapan annelerin paylaşım sayıları**		
		En az – en çok	**Ortalama ± SS**	**Ortanca**
Aile fotoğraflarının içinde	123 (94,6)	1-499	23,8±60,5	8,0
Çocuğun tek olduğu poz	93 (71,5)	1-233	12,7±28,6	4,0
Oyun oynarken olan fotoğrafı	90 (69,2)	1-225	19,4±36,4	8,0
Doğum günü fotoğrafı	68 (52,3)	1-48	7,5±8,1	6,0
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	67 (51,5)	0-35	4,1±6,7	1,0
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	44 (33,8)	1-46	7,7±8,6	5,0

Araştırmaya dahil edilen annelerin %94,6'sının (n:123) çocuğunun aile fotoğrafı içinde olan fotoğrafını İnstagram'da paylaştığı görülmektedir. Annelerin yarısından fazlasının (%51,5) çocuklarının mahremiyetini ihlal eder tarzda ve yaklaşık üçte birinin (%33,8) ise çocuklarının kimlik bilgileri ifşa eder tarzda paylaşım yaptıkları saptanmıştır.

3.5. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Verileri

Araştırmaya dahil edilen annelerin şifrelerinin kimlik bilgisinden oluşma, şifrelerini başka ortamlarda kullanma, antivirüs programı kullanmama ve iki faktör kimlik uygulaması kullanmama durumları Çizelge 3.10'da özetlenmiştir

Çizelge 3.10. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar	**Sıklık**	
	n	**%**
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	86	66,2
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	68	52,3
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	35	26,9
Şifreleri kimlik bilgilerinden oluşanlar	29	22,3

Katılımcıların internet güvenliğine yönelik olumsuz tutumları arasında en sık saptanan bulgular; %66,2 ile anitivirüs programını ve %52,3 ile iki faktörlü kimlik uygulamasını kullanmamalarıdır.

3.6. Duygu Durumları ile İlişkili Özellikler

Araştırmaya dahil edilen annelerin depresif belirti düzeyi Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ), yaşam doyum düzeyi Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ), psikolojik sağlamlık düzeyi Bilişsel Üçlü Envanteri (BÜE) ile ve narsistik kişilik düzeyi Narsistik Kişilik Envanteri (NKE) kullanılarak değerlendirilmiştir.

3.6.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişki

Katılımcıların yaş, eğitim durumu, meslek dağılımları, gelir düzeyi, medeni durumu ve çocuk sayıları BDÖ aldıkları puanlara göre depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişki Çizelge 3.11'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.11. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile BDÖ Göre Depresif Belirti Düzeyinin İlişkisi.

Sosyo demografik özellikler		BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)*	BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)*	P
Yaş grupları				
26-31	(n:27)	12 (44,4)	15 (55,6)	0,118[1]
31-36	(n:60)	39 (65,0)	21 (35,0)	
37-51	(n:43)	29 (67,4)	14 (32,6)	
Eğitim durumu				
Lise ve daha düşük	(n:16)	9 (56,3)	7 (43,7)	0,561[1]
Lisans	(n:90)	54 (60,0)	36 (40,0)	
Lisans üstü	(n:24)	17 (70,8)	7 (29,2)	
Meslek dağılımları				
Özel sektör	(n:30)	17 (56,7)	13 (43,3)	
Ev hanımı	(n:22)	15 (68,2)	7 (31,8)	0,275[1]
Öğretmen	(n:16)	12 (75,0)	4 (25,0)	
Memur	(n:16)	9(56,3)	7 (43,8)	
Serbest meslek	(n:15)	7 (46,7)	8 (53,3)	
Mühendislik bilimi-mimar	(n:13)	9 (69,2)	4 (30,8)	
Sağlık çalışanı	(n:7)	2 (28,6)	5 (71,6)	
Akademisyen	(n:7)	5 (71,4)	2 (28,6)	
Avukat-hakim	(n:4)	4 (100,0)	……	
Gelir Düzeyi				
4600 TL ve altı	(n:40)	24 (60,0)	16 (40,0)	0,178[1]
4600-6900 TL	(n:47)	25 (53,2)	22 (46,8)	
6900 TL üzeri	(n:43)	31 (72,1)	12 (27,9)	
Medeni Durum				
Evli-birlikte yaşıyor	(n:128)	79 (61,7)	49 (38,3)	0,999[2]
Boşanmış ayrı yaşıyor	(n:2)	1 (50,0)	1 (50,0)	
Çocuk sayısı				
Tek çocuk	(n:92)	56 (60,9)	36 (39,1)	0,807[2]
İki veya üç çocuk	(n:38)	24 (63,2)	14 (36,8)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi, *: Satır Yüzdesi.

Araştırmaya katılan annelerin depresif belirtilerinin şiddetini ölçmek amacıyla kullanılan Beck Depresyon Ölçeğinden (BDÖ) alınan puanlara göre katılımcılar; Beck I grubunu ≤12 puan (minimal depresif belirti varlığı veya depresyon yokluğu) ve Beck II grubunu >13 puan (hafif ve üzeri depresif belirti) olmak üzere iki grupta incelenmiştir. Katılımcıların %61,5'i (n:80) ≤12 puan, %38,5'i (n:50) >13 puan aldığı tespit edilmiştir. Araştırmamıza dâhil edilen annelerin sosyodemografik verileri ile Beck grupları arasında istatistiksel anlamlı fark bulunmamıştır. Annelerin yaşları ile Beck puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanmasa da Beck I grubunda yaş ortalaması 34±4 şeklindeyken; Beck II grubunda ortalama yaş 32 ± 4 şeklide daha düşük olarak saptanmıştır.

Tüm katılımcıların ortalama BDÖ puan 11,0±6,4 (0-34) olup; yaş, eğitim durumu, meslek dağılımları, gelir düzeyi, medeni durumu ve çocuk sayıları ile ortalama BDÖ puanları arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 1).

Katılımcıların YDÖ için ortalama puanı 16,9±4,8 (6-25) idi. Annelerin sosyodemografik verileri ile yaşam doyum düzeyi arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 2).

Araştırmaya dahil edilen annelerin ortalama BÜE puanı 72,6±18,3 (26-132) olarak tespit edilmiştir. Annelerin yaş, eğitim durumu, meslek dağılımları, gelir düzeyi, medeni durumu ve çocuk sayıları ile ortalama BÜE puanları arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 3).

Katılımcıların ortalama NKE puanı 8,4±1,6 (4-13) olarak saptanmıştır. Annelerin sosyodemografik verileri olan yaş, eğitim durumu, meslek dağılımları, gelir düzeyi, medeni durumu ve çocuk sayıları ile ortalama NKE puanları arasındaki ilişki incelenmiştir. İstatistiksel anlamlı fark bulunamamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 4).

3.6.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Özellikleri Arasındaki İlişki

Araştırmaya dâhil edilen annelerin kullandıkları sosyal medya hesapları ve sayıları, sosyal medya kullanım amaçları, günlük sosyal medya kullanım süre ve sıklıkları sıklıkları ile psikolojik durumları arasındaki ilişki incelenmiştir.

3.6.2.1. Katılımcıların Duygu Durumları İle Kullandıkları Sosyal Medya Platformları Arasındaki İlişki

Katılımcıların sosyal medya kullanıp kullanmama ve kullandıkları toplam sosyal medya sayısı ile psikolojik durumları arasındaki ilişkisi değerlendirilmiştir. Çizelge 3.12'de annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumları ve toplam kullandıkları sosyal medya platformu sayısı ile BDÖ puanlarına göre depresif belirti düzeyi ile ilişkisi görülmektedir.

Çizelge 3.12. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Depresif Belirti Düzeyi Grupları ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformları			**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)***	**p**
İnstagram	Evet	(n:130)	80 (61,5)	50 (38,5)	-
	Hayır		-	-	
Facebook	Evet	(n:83)	52 (62,7)	31 (37,3)	0,851
	Hayır	(n:47)	28 (59,6)	19 (40,4)	
Twitter	Evet	(n:53)	32 (60,4)	21 (39,6)	0,856[1]
	Hayır	(n:77)	48 (62,3)	29 (37,7)	
Snapchat	Evet	(n:8)	5 (62,5)	3 (37,5)	0,999[2]
	Hayır	(n:122)	75 (61,5)	47 (38,5)	
Toplam sosyal medya platformu	1	(n:31)	19 (61,3)	12 (38,7)	0,944[1]
	2	(n:58)	36 (62,1)	22 (37,9)	
	3	(n:37)	22 (59,5)	15 (40,5)	
	4 ve üzeri	(n:4)	3 (75)	1 (25)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi.
*: Satır yüzdesi.

Katılımcıların BDÖ'den aldıkları puanlar 12 ve altı ve 13 ve üstü olacak şekilde gruplandığında annelerin Facebook, Twitter ve Snapchat kullanmaları ile BDÖ puan grupları arasında bir ilişki saptanmamıştır. İnstagram hesabının bulunması, araştırmaya dahil edilme kriteri olduğu için, annelerin hepsinin İnstagram

hesabı bulunmaktadır. Bu nedenle İnstagram kullanıp kullanmama durumunun depresif belirti düzeyi ile ilişkisine bakılamamıştır. Ancak annelerin BDÖ'den aldığı puanlar incelendiğinde; %61,5'inin (n:80) ≤12 puan alarak Beck I grubunda olduğu, %38,5'inin (n:50) >13 puan ile Beck II grubunda yer aldığı görülmektedir. Katılımcıların kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısı ile de BDÖ puan grupları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Annelerin sosyal medya kullanıp kullanma durumlarına ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısına göre ortalama BDÖ puanları incelendiğinde; annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumuna ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısına göre ortalama BDÖ puanı arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 5).

Çizelge 3.13'de annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumlarına ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısına göre Yaşam Doyum Ölçeği verileri görülmektedir.

Çizelge 3.13. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Yaşam Doyum Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformu			**Yaşam Doyum Ölçeği Puan**		
			Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
İnstagram	Evet	(n:130)	16,9±4,8	6-25	-
	Hayır		-	-	
Facebook	Evet	(n:83)	17,2±4,9	6-25	0,395[1]
	Hayır	(n:47)	16,5±4,6	7-24	
Twitter	Evet	(n:53)	16,9±4,7	8-25	0,835[1]
	Hayır	(n:77)	16,9±4,9	6-25	
Snapchat	Evet	(n:8)	17,4±5,0	8-24	0,756[1]
	Hayır	(n:122)	16,9±4,8	6-25	
Toplam sosyal medya platformu	1	(n:31)	16,7±4,7	7-24	0,747[2]
	2	(n:58)	17,0±4,9	6-25	
	3	(n:37)	16,7±4,9	8-25	
	4 ve üzeri	(n:4)	18,5±3,4	16-24	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]:: Kruskal Wallis Testi.

Çizelge 3.13'de de görüldüğü üzere İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumu ve kullandıkları toplam sosyal medya sayısı ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Araştırmaya dahil edilen annelerin sosyal medya kullanıp kullanmama durumuna ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısına göre Bilişse Üçlü Envanteri verileri Çizelge 3.14'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.14. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformu			**Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam Puan**		
			Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
İnstagram	Evet	(n:130)	72,61±18,36	36-132	-
	Hayır		-	-	
Facebook	Evet	(n:83)	72,9±17,5	36-122	0,762[1]
	Hayır	(n:47)	71,9±19,9	38-132	
Twitter	Evet	(n:53)	73,1±14,7	46-100	0,768[1]
	Hayır	(n:77)	72,2±20,6	36-132	
Snapchat	Evet	(n:8)	75,5±14,0	53-88	0,647[1]
	Hayır	(n:122)	72,4±18,6	36-132	
Toplam sosyal medya platformu	1	(n:31)	69,4±21,0	38-132	0,477[2]
	2	(n:58)	74,8±19,7	36-122	
	3	(n:37)	71,0±13,4	46-100	
	4 ve üzeri	(n:4)	77,7±14,7	56-88	

[1]: Bağımsız Örneklerde t Testi, [2]: Tek Yönlü Varyans Analizi.

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumları ve kullandıkları toplam sosyal medya sayısı platformu ile psikolojik sağlamlık düzeyi arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Çizelge 3.15'de annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanıp kullanmama durumuna ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısına göre Narsistik Kişilik Ölçeği verileri görülmektedir.

Çizelge 3.15. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Narsistik Kişilik Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformu			**Narsistik Kişilik Envanteri Puanı**		
			Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P**
Facebook	Evet	(n:130)	8,42±1,61	4-12	0,776[1]
	Hayır			5-13	
İnstagram	Evet	(n:83)	8,4±1,6	4-13	
	Hayır	(n:47)	8,5±1,5		
Twitter	Evet	(n:53)	8,2±1,6	4-11	0,708[1]
	Hayır	(n:77)	8,5±1,6	5-13	
Snapchat	Evet	(n:8)	8,4±0,5	8-9	0,874[1]
	Hayır	(n:122)	8,4±1,6	4-13	
Toplam sosyal medya platformu	1	(n:31)	8,8±1,3	6-13	0,219[2]
	2	(n:58)	8,2±1,7	5-12	
	3	(n:37)	8,4±1,6	4-11	
	4 ve üzeri	(n:4)	8,5±0,5	8-9	

[1]: Mann Whitney-U Testi,[2] Kruskal Wallis Testi.

Annelerin sosyal medya kullanıp kullanmama durumu ve kullandıkları toplam sosyal medya platformu sayısı ile narsistik kişilik düzeyi arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

3.6.2.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan annelerin sosyal medya kullanım amaçları ile psikolojik durumları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Annelerin sosyal medya kullanım amaçları ile BDÖ'den aldıkları puanlarına göre Beck I ve Beck II grupları ile ilişkisi Çizelge 3.16'da görülmektedir.

Çizelge 3.16. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ileİlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)***	**p**
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	62 (57,9)	45 (42,1)	0,069[1]
	Hayır (n:23)	18 (78,3)	5 (21,7)	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	57 (58,2)	41 (41,8)	0,166[1]
	Hayır (n:32)	23 (71,9)	9 (28,1)	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	47 (61,8)	29 (38,2)	0,933[1]
	Hayır (n:54)	33 (61,1)	21 (38,9)	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	29 (55,8)	23 (44,2)	0,270[1]
	Hayır (n:78)	51 (65,4)	27 (34,6)	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	28 (65,1)	15 (34,9)	0,556[1]
	Hayır (n: 87)	52 (59,6)	35 (40,2)	
Blog yazmak/takip etmek için kullanırım	Evet (n:17)	9 (52,9)	8 (47,1)	0,435[1]
	Hayır (n:113)	71 (62,8)	42 (37,2)	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	……	1 (100)	.....
	Hayır (n:129)	80 (62,0)	49 (38,0)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, *: Satır Yüzdesi.

Araştırmaya katılan annelerin; sosyal medya kullanım amaçları ile depresif belirti düzeyleri incelendiğinde, annelerin sosyal medya kullanım nedenlerine göre Beck I ve Beck II grubları arasında istatiksel anlamlı fark bulunmamıştır.

Annelerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre ortalama BDÖ puanları da incelendiğinde; istatistiksel anlamlı fark bulunmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 6).

Çizelge 3.17'de, annelerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre Yaşam Doyum Ölçeği verileri görülmektedir.

Çizelge 3.17. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		Yaşam Doyum Ölçeği Toplam		
		Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	16,6±4,9	6-25	0,062[1]
	Hayır (n:23)	18,6±4,2	10-25	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	16,8±5,0	6-25	0,512[1]
	Hayır (n:32)	17,4±4,3	8-23	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	17,0±4,8	8-25	0,910[1]
	Hayır (n:54)	17,0±5,0	6-25	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	16,3±4,6	8-24	0,166[1]
	Hayır (n:78)	17,3±4,9	6-25	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	17,5±4,7	6-25	0,267[1]
	Hayır (n: 87)	16,7±5,0	6-25	
Blog yazmak için kullanırım	Evet (n:17)	15,76±5,6	8-25	0,294[1]
	Hayır (n:113)	17,12±4,7	6-25	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	14,0±-	14-14	-
	Hayır (n:129)	16,9±4,8	6-25	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Çizelgede de görüldüğü üzere annelerin sosyal medya kullanım amaçları ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Araştırmaya dahil edilen annelerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre Bilişsel Üçlü Envanteri verileri Çizelge 3.18 ve Çizelge 3.19'de görülmektedir.

Çizelge 3.18. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam		
		Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	73,1±18,0	36-132	0,462[2]
	Hayır (n:23)	70,1±16,0	46-99	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	72,1±18,6	36-132	0,592[2]
	Hayır (n:32)	74,1±18,0	43-122	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	71,1±16,6	36-104	0,284[2]
	Hayır (n:54)	74,7±20,6	43-132	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	72,5±17,7	28-104	0,941[2]
	Hayır (n:78)	72,7±19,0	36-132	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	71,6±15,4	38-108	0,670[2]
	Hayır (n: 87)	73,0±20	36-132	
Blog yazmak için kullanırım	Evet (n:17)	79,9±11,9	54-97	**0,018[2]**
	Hayır (n:113)	71,5±18,9	36-132	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	86,0±-	86-86	-
	Hayır (n:129)	72,5±18,3	36-132	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Çizelge 3.19. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		**Bilişsel Üçlü Envanter Bileşenleri Puan**					
		Benlik Algısı		**Dünya Görüşü**		**Gelecek Algısı**	
		Ortalama skor±SS (En az-en çok)	**P değeri**	**Ortalama skor±SS (En az-en çok)**	**P değeri**	**Ortalama skor±SS (En az-en çok)**	**P değeri**
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	19,1±7,2 (10-49)	0,543[1]	30,6±8,1 (15-49)	0,207[2]	23,4±7,6 (10-43)	0,772[1]
	Hayır (n:23)	18,2±7,1 (10-37)		28,2±8,0 (15-45)		23,5±7,3 (10-38)	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	18,9±7,4 (10-40)	0,539[1]	30,2±8,2 (15-49)	0,972[2]	23,0±7,5 (10-42)	0,397[1]
	Hayır (n:32)	19,3±6,8		30,1±7,8 (15-47)		24,5±7,7 (14-43)	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	18,1±5,9 (10-40)	0,267[1]	30,3±7,9 (15-47)	0,899[2]	22,8±7,0 (10-40)	0,496[1]
	Hayır (n:54)	20,3±8,6 (10-49)		30,1±8,5 (16-49)		24,3±8,2 (10-43)	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	18,6±6,4 (10-32)	0,902[1]	30,8±8,1 (16-47)	0,487[2]	23,0±7,6 (10-42)	0,568[1]
	Hayır (n:78)	19,2±7,8 (10-49)		29,8±8,1 (15-49)		23,6±7,5 (10-43)	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	18,6±6,5 (10-37)	0,892[1]	29,6±7,5 (16-43)	0,573[2]	23,4±6,7 (10-38)	0,907[1]
	Hayır(n: 87)	19,2±7,6 (10-49)		30,4±8,3 (15-49)		23,4±7,9 (10-43)	
Blog yazmak/takip etmek için kullanırım	Evet (n:17)	22,8±7,1 (10-49)	**0,011[1]**	32,9±5,0 (23-41)	**0,038[2]**	24,2±7,2 (10-38)	0,393[1]
	Hayır (n:83)	18,4±7,1 (10-49)		29,8±8,4 (15-49)		23,3±7,6 (10-43)	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	32,0 (32-32)	-	40,00 (40-40)	-	14,00 (14-14)	-
	Hayır (n:129)	18,9±7,2 (10-49)		30,1±8,1 (15-49)		23,5±7,5 (10-43)	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Araştırmaya katılan annelerin; sosyal medya kullanım amaçları ile psikolojik sağlamlık düzeylerinin ilişkisi incelendiğine; sosyal medya giriş amaçlarından sadece "blog yazma/tutma" ile psikolojik sağlamlık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Katılımcılarımızdan sosyal medyayı "blog yazma/tutma" amacıyla kullananların istatistiksel olarak anlamlı şekilde psikolojik sağlamlık düzeyinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu düşüklük

benlik algısı ve dünya görüşü kategorisinde istatistiksel olarak anlamlı iken, gelecek algısı kategorisinde anlamlı bulunmamıştır.

Araştırmaya dahil edilen annelerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre Narsistik Kişilik Envanteri verileri Çizelge 3.20'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.20. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		**Narsistik Kişilik Envanteri Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	8,3±1,7	4-13	**0,042[1]**
	Hayır (n:23)	9,0±1,0	7-11	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	8,4±1,5	4-12	0,340[1]
	Hayır (n:32)	8,3±2,0	5-13	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	8,2±1,6	4-12	0,091[1]
	Hayır (n:54)	8,7±1,5	5-13	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	8,5±1,7	4-13	0,854[1]
	Hayır (n:78)	8,4±1,6	4-12	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	8,4±1,8	4-13	0,960[1]
	Hayır (n: 87)	8,4±1,5	5-12	
Blog yazmak için kullanırım	Evet (n:17)	8,6±1,9	4-12	0,533[1]
	Hayır (n:113)	8,4±1,6	4-13	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	10,0±-	10-10	-
	Hayır n:129)	8,4±1,6	4-13	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin sosyal medya kullanım amaçları ile NKE aldıkları puanların arasındaki ilişki incelendiğinde; sosyal medya kullanım amaçlarından "aile ve çevrem ile ile iletişim halinde kalmak için kullanırım" seçeneği ile ortalama NKE puanı arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($p<0,05$). İletişim maksadıyla sosyal medyayı kullananların NKE aldıkları puan daha düşük olduğu görülmektedir. Diğer sosyal medya kullanım amaçları ile ortalama NKE puanları arasında ilişki saptanmamıştır**.**

3.6.2.3. Katılımcıların Duygu Durum İlişkileri ile Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan annelerin çocuklarına ait paylaşım sıklıkları ve içerikleri ile psikolojik durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çizelge 3.21'de, annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşımlarının sıklığı ve çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşma durumları ile BDÖ'den aldıkları puanların depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkisi görülmektedir.

Çizelge 3.21. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri		**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)***	**p**
Hergün ya da gün aşırı (n:4)		1 (25,0)	3 (75,0)	0,462[1]
Haftada bir-iki kez (n:27)		16 (59,3)	11 (40,7)	
Ayda bir kez (n:30)		21 (70,0)	9 (30,0)	
Ayda bir kezden daha az (n:62)		37 (59,7)	25 (40,3)	
Hiçbir zaman (n:7)		5 (71,4)	2 (28,6)	
Paylaşım içeriği				
Fotoğraf	Evet (n:118)	73 (61,9)	45 (38,1)	0,999[2]
	Hayır (n:12)	7 (58,3)	5 (41,7)	
Bilgi	Evet (n:51)	31 (60,8)	20 (39,2)	0,887[1]
	Hayır (n:79)	49 (62,0)	30 (38,0)	
Video	Evet (n:35)	19 (54,3)	16 (45,7)	0,302[1]
	Hayır (n:95)	61 (64,2)	34 (35,8)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi, *: Satır Yüzdesi.

Araştırmaya dahil edilen annelerin annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içeriği ile BDÖ puan grupları arasında bir ilişki saptanmamıştır.

Annelerin annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşımlarının sıklığı ve çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşma durumları

ile ortalama BDÖ puanı arasındaki ilişki de incelenmiştir. İstatistiksel anlamlı fark bulunmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 7)

Çizelge 3.22'de annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım yapma sıklığına ve çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşma durumlarına göre YDÖ'den aldıkları puanların ortalamaları görülmektedir.

Çizelge 3.22. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi.

Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri		**Yaşam Doyum Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Hergün ya da gün aşırı	(n:4)	15,8±4,6	9-19	0,193[1]
Haftada bir-iki kez	(n:27)	16,9±5,5	6-25	
Ayda bir kez	(n:30)	16,8±4,5	8-24	
Ayda bir kezden daha az	(n:62)	16,6±4,7	6-25	
Hiçbir zaman	(n:7)	20,1±3,1	16-25	
Paylaşım içeriği				
Fotoğraf	Evet (n:118)	16,9±4,7	6-24	0,354[2]
	Hayır (n:12)	17,8±6,1	7-25	
Bilgi	Evet (n:51)	15,6±4,7	6-25	**0,017[2]**
	Hayır (n:79)	17,8±4,7	6-25	
Video	Evet (n:35)	15,3±5,1	7-24	**0,021[2]**
	Hayır (n:95)	17,7±4,6	6-25	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içeriğine göre YDÖ'den aldıkları puanların ortalamaları incelendiğinde; çocuklarına ait bilgi ve video paylaşımı yapan annelerin yaşam doyum düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha düşük olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bunun dışında annelerin çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içerikleri ile YDÖ puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. İstatistiksel olarak anlamlı bulunmasa da çocuklarına ait hiç paylaşım yapmayan annelerin ortalama YDÖ aldıkları puanların daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 3.23'de annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım yapma sıklığına ve çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşım yapma durumlarına göre BÜE'den aldıkları puanların ortalamaları özetlenmiştir.

Çizelge 3.23. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi.

Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri		**Bilişsel Üçlü Envanteri Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Hergün ya da gün aşırı	(n:4)	70,8±18,4	59-98	0,470[1]
Haftada bir-iki kez	(n:27)	73,8±18,15	38-112	
Ayda bir kez	(n:30)	71,1±16,2	42-98	
Ayda bir kezden daha az	(n:62)	74,2±19,4	36-132	
Hiçbir zaman	(n:7)	60,5±18,0	36-84	
Paylaşım içeriği				
Fotoğraf	Evet (n:118)	77,8±15,5	42-112	0,421[2]
	Hayır (n:12)	76,2±19,2	36-132	
Bilgi	Evet (n:51)	72,7±18,0	36-132	0,764[3]
	Hayır (n:79)	71,1±22,2	36-108	
Video	Evet (n:35)	76,1±19,6	42-132	0,187[3]
	Hayır (n:95)	72,3±17,8	36-122	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Mann Whitney-U Testi, [3]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Çizelgede de görüldüğü üzere annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içeriği ile BÜE ortalama puanları arasında bir ilişki saptanmamıştır. İstatistiksel olarak anlamlı bulunmasa da çocuklarına ait hiç paylaşım yapmayan annelerin ortalama BÜE puanlarının daha düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım yapma sıklığına ve çocuklarına ait fotoğraf, bilgi ve video paylaşım yapma durumlarına göre NKE'den aldıkları puanların ortalamaları Çizelge 3.24'de görülmektedir.

Çizelge 3.24. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

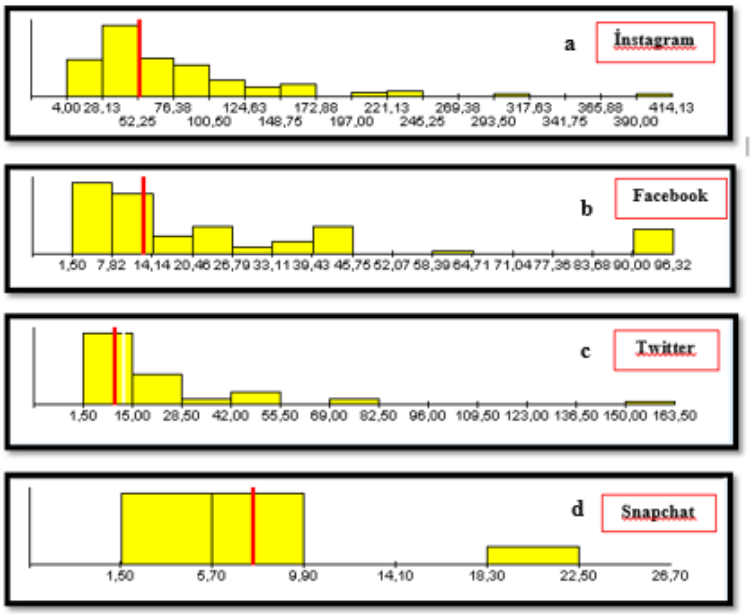
Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri			**Narsistik Kişilik Envanteri Puan**		
			Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Hergün ya da gün aşırı		(n:4)	8,7±2,0	6-11	0,210[1]
Haftada bir-iki kez		(n:27)	7,9±1,4	4-11	
Ayda bir kez		(n:30)	8,6±1,6	4-11	
Ayda bir kezden daha az		(n:62)	8,6±1,6	5-13	
Hiçbir zaman		(n:7)	7,9±1,6	5-10	
Paylaşım içeriği					
Fotoğraf	Evet	(n:118)	8,3±1,5	4-12	0,297[2]
	Hayır	(n:12)	8,4±1,6	4-13	
Bilgi	Evet	(n:51)	8,3±1,6	4-13	0,977[2]
	Hayır	(n:79)	8,7±1,6	5-11	
Video	Evet	(n:35)	8,1±1,4	4-11	0,274[2]
	Hayır	(n:95)	8,5±1,6	4-13	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Mann Whitney-U Testi.

Çizelgede de görüldüğü üzere annelerin sosyal medya platformlarındaki çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içeriği ile NKE ortalama puanları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

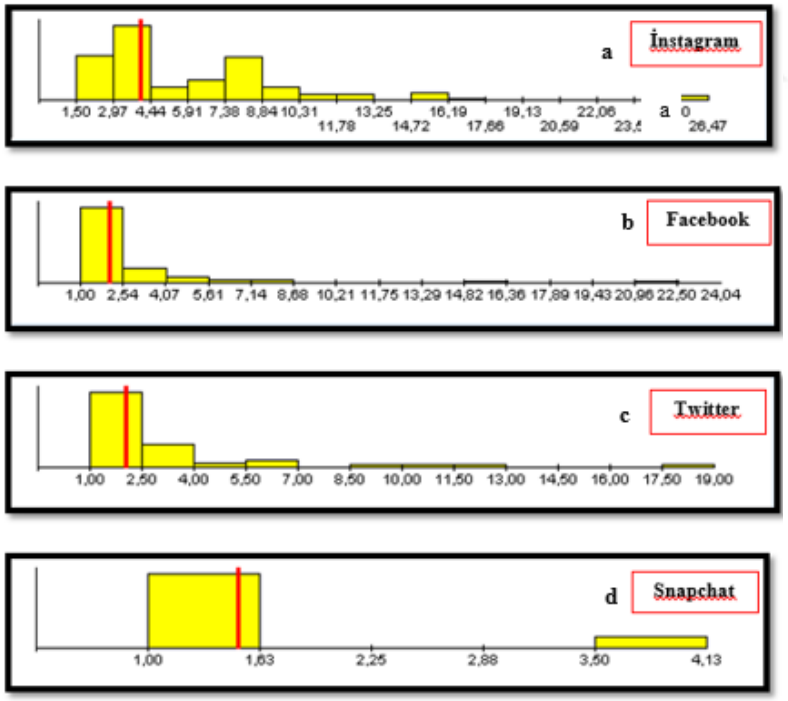
3.6.2.4. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Platformlarına Giriş Süresi ve Sıklığı Arasındaki İlişki

Araştırmaya dâhil edilen annelerin sosyal medya giriş süresinin ve sıklığının ortalama değerleri homojen dağılım göstermemektedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarına giriş sıklığı ve süresi açısından veriler; sıklık ve süre değerlerinin ortalamalarının ortanca değeri kesim noktası kabul edilerek kesim noktası ve altı ve kesim noktasının üstü olmak üzere iki grup halinde değerlendirilmiştir. Sosyal medya platformlarına günlük giriş süresi ve sıklığına ilişkin ortanca kesim değerleri Şekil 3.2 ve Şekil 3.3'de özetlenmiştir (Çizelge 3.5 ve Çizelge 3.6).



Şekil 3.2. Sosyal Medya Platformlarına Günlük Giriş Süresine Ait Ortanca Değerler.

a: İnstagram'da günlük geçirilen dakika , b: Facebook'da günlük geçirilen dakika,
c: Twitter'da günlük geçirilen dakika, d: Snapchat'de günlük geçirilen dakikayı göstermektedir.



Şekil 3.3. Günlük Sosyal Medya Platformlarına Giriş Sıklığına Ait Ortanca Değerler.

a: İnstagram'a günlük giriş sayısı, b: Facebook'a günlük giriş sayısı,
c: Twitter'a günlük giriş sayısı, d: Snapchat'e günlük giriş sayısını göstermektedir.

Katılımcıların sosyal medyaya giriş sürelerinin dağılımı homojen olmadığı için, ortalama giriş sürelerinin ortanca değeri kesim noktası kabul edilmiştir. Buna göre İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş süreleri ve sıklıkları kesim noktası ve altı ve kesim noktasının üstü olacak şekilde gruplandırılarak incelenmiştir.

Annelerin İnstagram'a günlük giriş süresi ≤52,5 ve >52,5 dk/gün, Facebook'a giriş süresi ≤12,5 ve >12,5 dk/gün, Twitter'a giriş süresi ≤10 ve >10 dk/gün ve Snapchat'a giriş süresi ≥7,5 ve >7,5 dk/gün olarak incelenmiştir. Sosyal medya platformlarına giriş sıklıklarına göre ise; İnstagram için ≤4 ve >4 kez/gün, Facebook için ≤2 ve >2kez/gün, Twitter için ≤2 ve >2kez/gün ve Snapchat için ≤1,5 ve >1,5 kez/gün olarak incelenmiştir.

3.6.2.4.1. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Depresif Belirti Düzeyi Arasındaki İlişki

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş sürelerinin BDÖ'den aldıkları puanların depresif belirti düzeyleri ile ilişkisi Çizelge 3.25'de görülmektedir.

Çizelge 3.25. Katılımcıların Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanım Süresi Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal medya platformu	**SM kullanım süresi dk (gün)**		**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan)***	
			n(%)	**n(%)**	**p**
İnstagram	≤52,5 dk	(n:66)	49 (74,2)	17 (25,8)	**0,002[1]**
	>52,5 dk	(n:64)	31 (48,4)	33 (51,6)	
Facebook	≤ 12,5 dk	(n:44)	30 (68,2)	14 (31,8)	0,180[1]
	>12,5 dk	(n:39)	21 (53,8)	18 (46,2)	
Twitter	≤10 dk	(n:28)	18 (64,3)	10 (35,7)	0,539[1]
	>10 dk	(n:25)	16 (64,0)	9 (36,0)	
Snapchat	≤7,5dk	(n:7)	5 (71,4)	3 (28,6)	0,444[2]
	>7,5	(n:1)	…..	1 (100,0)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi.
*: Satır Yüzdesi.

Annelerin sosyal medya platformlarına giriş süreleri ile BDÖ puanlara göre depresif belirti düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde; sadece İnstagram'a giriş süresi ile BDÖ puanlara göre depresif belirti düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). İnstagram'a ≤52,5 dk girenlerin %25,8 inin Beck II grubunda yer aldığı saptanırken; İnstagram'a >52,5 dk üzeri girenlerin %51,6'sının Beck II grubunda yer aldığı görülmektedir. İnstagram'a daha uzun süre girenlerin Beck II grubunda olma olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer sosyal medya platformlarına giriş süreleri ile depresif belirti düzeyleri grupları arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Çizelge 3.26'da İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e günlük giriş sürelerine göre ortalama BDÖ puanları incelenmiştir.

Çizelge 3.26. Katılımcıların Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanım Süresi ile Depresif Belirti Düzeylerinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	SM kullanım süresi dk(gün)		Beck Depresyon Ölçeği Puan		
			Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤52,5 dk	(n:66)	9,2±4,1	0-22	**0,002**[1]
	>52,5 dk	(n:64)	12,9±7,3	0-34	
Facebook	≤ 12,5 dk	(n:44)	9,9±6,3	0-32	0,086[1]
	>12,5 dk	(n:39)	12,1±6,69	1-34	
Twitter	≤10 dk	(n:28)	9,8±4,8	2-22	0,684[1]
	>10 dk	(n:25)	10,5±6,0	0-21	
Snapchat	≤7,5dk	(n:7)	10,0±7,1	0-22	0,237[2]
	>7,5 dk	(n:1)	21	21	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi.

Annelerin sosyal medya platformlarına giriş sürelerine göre ortalama BDÖ puanları incelendiğinde; İnstagrama'a daha uzun süreli girenlerin BDÖ puanların istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Annelerden İnstagram'a ≤52,5 dk girenlerin ortalama BDÖ puanı 9,2±4,1 (0-22) olduğu, İnstagram'a >52,5 dk üzeri girenlerin ise ortalama BDÖ puanın 12,9±7,3 (0-34) olduğu görülmektedir.

Annelerin günlük olarak İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş sıklığının, BDÖ'den aldıkları puanlara göre depresif belirti düzeyleri ile ilişkisi Çizelge 3.27'de görülmektedir.

Çizelge 3.27. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal medya platformu	**SM kullanım günlük giriş sayısı**	**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan)***	
		n (%)	**n (%)**	**p**
İnstagram	≤4 (n:67)	51 (76,1)	16 (23,9)	**<0,001[1]**
	>4 (n:63)	29 (46,0)	34 (54,0)	
Facebook	≤ 2 (n:58)	36 (62,1)	22 (37,9)	0,971[1]
	>2 (n:25)	15 (62,5)	10 (37,5)	
Twitter	≤2 (n:34)	21 (61,8)	13 (38,2)	0,518[1]
	>2 (n:19)	10 (52,6)	9 (47,4)	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	5 (71,4)	2 (28,6)	0,375[2]
	>1,5 (n:1)	…..	1 (100)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, [2]: Fisher'in Kesin Testi.
*: Satır Yüzdesi.

Katılımcıların sosyal medya platformlarına günlük giriş sıklıkları ile depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişki incelendiğinde; annelerin İnstagram'a giriş sıklığı ile BDÖ aldıkları puanlar açısından depresif belirti düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. İnstagram'a giriş sıklığı daha az olan annelerin %23,9'unun Beck II grubunda yer aldığı saptanırken, İnstagram'a giriş sıklığı daha fazla olanların ise %54'ünün Beck II grubunda yer aldığı görülmektedir. İnstagram'a daha sık giren annelerin, Beck II grubunda olma olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer sosyal medya platformlarına giriş sıklıkları ile Beck I ve II grup dağılımları açısından istatistiksel anlamlı fark bulunmamıştır.

Araştırmaya dahil edilen annelerin günlük sosyal medya platformlarına giriş sıklığına göre ortalama BDÖ puanları ise Çizelge 3.28'de görülmektedir.

Çizelge 3.28. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Depresif Belirti Düzeylerinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	**SM kullanım günlük giriş sayısı**	**Beck Depresyon Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
İnstagram	≤4 (n:67)	9,3±6,5	0-32	**0,000**[1]
	>4 (n:63)	12,9±5,9	0-34	
Facebook	≤ 2 (n:58)	10,7±6,7	0-34	0,775[1]
	>2 (n:25)	11,1±6,2	1-25	
Twitter	≤2 (n:34)	9,9±5,3	0-22	0,289[1]
	>2 (n:19)	11,5±5,4	4-21	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	8,9±6,7	0-21	0,264[2]
	>1,5 (n:1)	17	17	

[1]: Mann Whitney U Test.

Annelerin sosyal medya platformlarına günlük giriş sıklıkları ile ortama BDÖ puanları arasındaki ilişki incelendiğinde; İnstagram'a giriş sıklığı fazla olan annelerin istatiksel olarak anlamlı şekilde ortalama BDÖ puanlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Annelerden İnstagram'a ≤4 kez/gün girenlerin ortalama BDÖ puanı 9,3±6,5 (0-32) olduğu, İnstagram'a >4 kez/gün girenlerin ise ortalama BDÖ puanın 12,9±5,9 (0-34) olduğu görülmektedir. Diğer soyal medya platformlarına günlük giriş sıklıkları ile BDÖ ortalama puanı arasında istatiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır

3.6.2.4.2. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Yaşam Doyum Düzeyi Arasındaki İlişki

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e günlük giriş sürelerine göre Yaşam Doyum Ölçeği verileri Çizelge 3.29'da özetlenmiştir.

Çizelge 3.29. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi

Sosyal medya platformu	SM kullanım süresi dk(gün)		Yaşam Doyum Ölçeği Puan		
			Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤52,5 dk	(n:66)	18,1±4,6	7-25	**0,003**[1]
	>52,5 dk	(n:64)	15,6±4,7	6-25	
Facebook	≤ 12,5 dk	(n:44)	18,0±4,7	8-25	**0,046**[1]
	>12,5 dk	(n:39)	15,9±5,0	6-25	
Twitter	≤10 dk	(n:28)	17,8±3,2	11-23	0,249[1]
	>10 dk	(n:25)	16,0±5,9	8-25	
Snapchat	≤7,5dk	(n:7)	18,0±4,4	11-24	-
	>7,5 *	(n:1)	8,00	8-8	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

>7,5 dk 1 kişi olduğ için istatistiksel ilişki bakılamamıştır**.**

Annelerin sosyal medya platformlarına günlük giriş süresi ile yaşam doyum düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde; İnstagram'a ve Facebook'a giriş süreleri ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). İnstragram'a ve Facebook'a giriş süresi daha fazla olan annelerin yaşam doyum düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir ($p<0,05$). İnstagram'a ≤52,5 dk giren annelerin ortalama YDÖ puanı 18,1±4,6 (7-25) iken, İnstagram'a >52,5 dk üzeri girenlerin ortalama YDÖ puanı 15,6±4,7 (6-25) idi. Twitter ve Snapchat'e günlük giriş süreleri ile yaşam doyum düzeyi arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Katılımcıların İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e günlük giriş sıklıklarına göre Yaşam Doyum Ölçeği verileri Çizelge 3.30'da görülmektedir.

Çizelge 3.30. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	SM kullanım günlük giriş sayısı	Yaşam Doyum Ölçeği Puan		
		Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤4 (n:67)	18,6±4,7	7-25	**<0,001**[1]
	>4 (n:63)	15,2±4,4	6-24	
Facebook	≤ 2 (n:58)	17,3±4,8	6-25	0,468[1]
	>2 (n:25)	16,4±5,4	6-24	
Twitter	≤2 (n:34)	18,0±3,8	11-24	**0,026**[1]
	>2 (n:19)	14,7±5,4	8-25	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	18,2±5,2	8-24	-
	>1,5 (n:1)	13,00	13-13	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin sosyal medya platformlarına giriş sıklıkları ile yaşam doyum düzeyleri arasındaki ilişki incelendiğinde İnstagram'a ve Twitter'a giriş sıklıkları ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). İnstragram'a ve Twitter'a giriş sıklığı daha fazla olan annelerin yaşam doyum düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir. İnstagram'a ≤4 kez/gün giren annelerin ortalama YDÖ puanı 18,6±4,7 (7-25) iken, İnstagram'a >4 kez/gün girenlerin ise ortalama YDÖ puanı 15,2±4,4 (6-24) idi. Facebook ve Snapchat'e giriş sıklıkları ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

3.6.4.2.3. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyi Arasındaki İlişki

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş sürelerine göre Bilişsel Üçlü Envanteri verileri Çizelge 3.31 ve Çizelge 3.32'de görülmektedir.

Çizelge 3.31. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal medya platformu	SM kullanım süresi dk(gün)	Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam Puan		
		Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤52,5 dk (n:66)	70,1±18,6	38-132	**0,045**[1]
	>52,5 dk (n:64)	76,1±17,8	36-112	
Facebook	≤ 12,5 dk (n:44)	70,1±14,2	36-98	0,093[1]
	>12,5 dk (n:39)	76,0±19,9	36-122	
Twitter	≤10 dk (n:28)	70,5±12,6	46-99	0,243[1]
	>10 dk (n:25)	75,5±17,0	46-100	
Snapchat	≤7,5dk (n:7)	73,1±13,7	51-88	-
	>7,5 dk* (n:1)	87,0	87-87	

[1]Bağımsız Örneklerde t Testi, *:>7,5 dk 1 kişi olduğu için istatistiksel ilişki bakılamamıştır.

Çizelge 3.32. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformu Günlük kullanım süresi (dakika)		Bilişsel Üçlü Envanter					
		Benlik Algısı		Dünya Görüşü		Gelecek Algısı	
		Ortalama skor±SS (En az-en çok)	P değeri	Ortalama skor±SS (En az-en çok)	P değeri	Ortalama skor±SS En az-en çok)	P değeri
İnstagram	≤52,5 (n:66)	19,0±7,8 (10-49)	0,874[1]	28,3±7,5 (16-49)	**0,008**[2]	22,7±7,2 (10-43)	0,253[1]
	>52,5 (n:64)	18,9±6,6 (10-34)		32,2±8,2 (15-48)		24,0±7,7 (11-41)	
Facebook	≤12,5 (n:44)	19,0±6,3 (10-33)	0,593[1]	29,1±5,8 (15-41)	0,237[1]	21,9±6,1 (10-36)	**0,026**[1]
	>12,5 (n:39)	20,0±7,4 (10-40)		30,6±8,3 (15-47)		26,0±8,5 (10-43)	
Twitter	≤10 (n:28)	16,8±4,1 (10-25)	0,072[1]	30,7±5,7 (21-43)	0,691[1]	23,1±7,1 (13-43)	0,798[1]
	>10 (n:25)	20,2±6,6 (10-49)		31,7±8,9 (16-48)		23,5±7,7 (10-40)	
Snapchat	≤7,5 (n:7)	17,6±4,9 (12-24)	-	31,3±9,3 (17-43)	-	24,1±7,6 (10-36)	-
	>7,5 (n:1)	26,00		35,0		26,00	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi,>7,5 dk 1 kişi olduğu için istatistiksel ilişki bakılamamıştır.

Annelerin sosyal medya platformlarına günlük giriş süresi ile psikolojik sağlamlık düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde; İnstagram'a günlük giriş süresi daha fazla olanların istatistiksel olarak anlamlı şekilde psikolojik sağlamlık düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Bu düşüklük psikolojik sağlamlık alt kategorisi açısından, dünya görüşü kategorisinde istatistiksel olarak anlamlı iken, benlik ve gelecek algısı kategorilerinde anlamlı bulunmamıştır. Diğer taraftan Facebook'a günlük olarak daha uzun süreli giren annelerin gelecek algısı düzeyinin istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha düşük olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Annelerin Twitter'a ve Snapchat'e günlük giriş süreleri ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e günlük giriş sıklıklarına göre BÜE puanları Çizelge 3.33 ve Çizelge 3.34'de özetlenmiştir.

Çizelge 3.33. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	**SM kullanım günlük giriş sayısı**	**Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
İnstagram	≤4 (n:67)	68,3±19,0	36-132	**0,002**[1]
	>4 (n:63)	77,1±16,5	42-112	
Facebook	≤ 2 (n:58)	72,6±15,7	36-112	0,493[2]
	>2 (n:25)	75,5±20,7	42-122	
Twitter	≤2 (n:34)	69,1±13,7	46-99	**0,014**[2]
	>2 (n:19)	79,5±15,1	51-100	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	75,8±15,5	51-88	-
	>1,5 (n:1)	71,00	71-71	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Çizelge 3.34. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Psikolojik Sağlamlık Alt Kategorisindeki Benlik Algısı, Dünya Görüşü ve Gelecek Algısı ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformu	**Günlük Kullanım Sıklığı**	**Bilişsel Üçlü Envanter**					
		Benlik Algısı		**Dünya Görüşü**		**Gelecek Algısı**	
		Ortalama skor±SS (En az-en çok)	**P değeri**	**Ortalama skor±SS (En az-en çok)**	**P değeri**	**Ortalama skor±SS (En az-en çok)**	**P değeri**
İnstagram	≤4 (n:67)	18,3±7,8 (10-49)	0,069[1]	28,2±8,0 (15-49)	**0,002[2]**	21,7±7,1 (10-42)	**0,011[2]**
	>4 (n:63)	19,7±6,2 (10-34)		32,3±7,7 (16-47)		25,1±7,6 (10-43)	
Facebook	≤ 2 (n:58)	19,5±6,36 (10-34)	0,694[1]	29,9±6, (15-42)	0,898[1]	23,2±6,7 (10-38)	0,307[1]
	>2 (n:25)	19,7±8,1 (11-49)		30,1±9,1 (16-47)		25,6±9,2 (10-43)	
Twitter	≤2 (n:34)	17,1±4,8 (10-30)	0,079[1]	30,5±7,1 (16-48)	0,393[2]	21,5±6,0 (10-38)	**0,025[2]**
	>2 (n:19)	20,5±6,6 (11-33)		32,4±8,1 (17-47)		26,8±8,0 (14-43)	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	19,7±5,4 (12-26)	-	32,0±9,1 (17-43)	-	24,1±7,7 (10-36)	-
	>1,5 (n:1)	12,00		39,0		20,00	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Annelerin sosyal medya platformlarına giriş sıklıkları ile psikolojik sağlamlık arasındaki ilişki incelendiğinde; annelerin İnstagram'a ve Twitter'a günlük giriş sıklıkları ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). İnstagram'a günlük giriş sıklığı daha fazla olan annelerin psikolojik sağlamlık düzeyinin daha düşük olduğu görülmektedir. Bu düşüklük, gelecek algısı ve dünya görüşü kategorisinde anlamlı bulunurken, benlik algısı kategorisinde anlamlı bulunmamıştır. Benzer şekilde Twitter'a giriş sıklığı fazla olan annelerin istatistiksel olarak anlamlı şekilde psikolojik sağlamlık düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu düşüklük gelecek algısı kategorisinde anlamlı bulunurken, benlik algısı ve dünya görüşü kategorisinde anlamlı bulunmamıştır. Katılımcıların günlük Facebook'a ve Snapchat'e giriş sıklıkları ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmamıştır.

3.6.4.2.4. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Süresi ve Sıklıkları ile Narsistik Kişilik Düzeyi Arasındaki İlişki

Annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş sıklık ve sürelerine göre Narsistik Kişilik Envanteri verileri Çizelge 3.35 ve Çizelge 3.36'da görülmektedir.

Çizelge 3.35. Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Süresi ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	SM kullanım süresi dk(gün)		Narsistik Kişilik Envanteri Puan		
			Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤52,5 dk	(n:66)	8,4±1,6	4-13	0,972[2]
	>52,5 dk	(n:64)	8,3±1,5	4-12	
Facebook	≤ 12,5 dk	(n:44)	8,2±1,6	4-12	0,593[2]
	>12,5 dk	(n:39)	8,5±1,7	5-12	
Twitter	≤10 dk	(n:28)	8,3±1,5	4-10	0,550[2]
	>10 dk	(n:25)	8,1±1,7	4-11	
Snapchat	≤7,5dk	(n:7)	7,9±1,6	4-9	-
	>7,5 dk *	(n:1)	8,00	8-8	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.
>7,5 dk 1 kişi olduğu için istatistiksel ilişki bakılamamıştır.

Çizelge 3.36. Katılımcıların Sosyal Medyaya Günlük Giriş Sıklıkları ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

Sosyal medya platformu	SM kullanım günlük giriş sayısı	Narsistik Kişilik Envanteri Puan		
		Ortalama skor±SS	En az-en çok	P değeri
İnstagram	≤4 (n:67)	8,5±1,5	5-13	0,792[1]
	>4 (n:63)	8,3±1,7	4-12	
Facebook	≤ 2 (n:58)	8,3±1,3	4-12	0,779[1]
	>2 (n:25)	8,4±2,2	4-12	
Twitter	≤2 (n:34)	8,3±1,4	4-10	0,740[1]
	>2 (n:19)	8,11±2,0	4-11	
Snapchat	≤1,5 (n:7)	8,4±0,5	8-9	-
	>1,5 (n:1)	8,0	8-8	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annenlerin günlük İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'a giriş sıklıkları ve süreleri ile narsistik kişilik düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır.

3.6.3. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişkisi

Araştırmaya dahil edilen annelerin İnstagram hesaplarındaki profil özellikleri ile depresif belirti, yaşam doyumu, psikolojik sağlamlık ve narsistik kişilik düzeyi ilişkisi incelenmiştir.

Annelerin ortalama 6,0±2,1 (2-9) yıldır İnstagram hesabının olduğu tespit edilmiştir. Annelerin %7,7'sinin 9 yıldır, %21,5'inin 8 yıldır, %17,7'sinin 7 yıldır, %16,9'unun 6 yıldır, %13,8'inin 5 yıldır, %7,7'sinin 4 yıldır, %5,4'ünün 3 yıldır, %7,7'sinin 2 yıldır, %1,5'inin 2 yıldır İnstagram hesabı olduğu görülmüştür. Annelerin ilk paylaşım yaptıkları tarihten araştırmanın yapıldığı zamana kadar ki paylaşım sayısı İnstagram hesaplarının bulunduğu süreye oranlanarak yıllık paylaşım sayıları hesaplanmıştır. Ayrıca çocuklu paylaşımlarının çocuk doğduktan sonraki paylaşımlarına oranı ve çocuklarına ait yıllık paylaşım sayıları da hesaplanmıştır.

Çizelge 3.37'de annelerin yıl başına düşen toplam paylaşım sayısı, çocuklu paylaşım sayısı, selfi içeren tarzda paylaşım sayısı, çocuğu ile birlikte selfi içeren tarzda paylaşım sayısı ve çocuklu paylaşımların çocuk doğduktan sonraki paylaşımlara oranları ile BDÖ göre depresif belirti düzeylerinin ilişkisi görülmektedir.

Çizelge 3.37. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

İnstagram Profil Özellikleri	**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan)**		**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan)**		
	Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**Ortalama skor±SS**	**En az-en çok**	**p**
Yıllık toplam paylaşım sayısı	34,6±40,8	0,5-228,6	45,8±54,1	1,2-297,8	0,256[1]
Çocuk doğduktan sonraki yıllık paylaşım sayısı	37,9±59,7	0,4-400,6	46,1±61,1,1	1,6-340,8	0,192[1]
Yıl başına düşen çocuklu paylaşım sayısı	17,3±31,6	0,1-208,0	22,7±33,6	0,2-185,5	0,116[1]
Yıllık selfi tarzında olan paylaşım sayısı	7,2±10,7	0,2-48,0	8,9±10,3	0,2-42,8	0,074[1]
Yıllık çocuğu ile birlikte olan selfi tarzında paylaşım sayısı	2,8±5,2	0,1-26,4	2,8±4,3	0,1-25,6	0,354[1]
Çocuklu paylaşım sayısı/çocuk doğduktan sonraki paylaşım oranı	0,5±0,8	0,1-1,0	0,5±0,3	0,3-1,0	0,369[1]

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin İnstagram profilindeki paylaşım sayılarının BDÖ aldıkları puan açısından Beck I ve Beck II grupları arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır. İstatiksel anlamlı fark olmasa da Beck II grubunda olan annelerin yıllık paylaşım sayılarının daha fazla olduğu görülmektedir.

Annelerin İnstagram profil özelliklerinin, YDÖ, BÜE ve NKE puanları ile arasındaki ilişki Çizelge 3.38'de görülmektedir.

Çizelge 3.38. Katılımcıların İnstagram Profil Özellikleri ile Yaşam Doyum, Psikolojik Sağlamlık ve Narsistik Kişilik Düzeylerinin İlişkisi.

İnstagram Profil Özellikleri	**Yaşam Doyum Ölçeği Toplam**		**Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam**		**Narsistik Kişilik Envanteri Toplam**	
	r_s	**p**	**r_s**	**p**	**r_s**	**p**
Yıllık toplam paylaşım sayısı	-0,061	0,494	0,006	0,946	-0,086	0,330
Çocuk doğduktan sonraki yıllık toplam paylaşım sayısı	0,032	0,716	0,036	0,682	-0,030	0,735
Yıllık çocuğa ait paylaşım sayısı	-0,114	0,218	0,067	0,460	-,0,119	0,189
Yıllık selfi tarzında paylaşım sayısı	-0,089	0,334	-0,070	0,446	-0,034	0,716
Yıllık çocuğu ile olan selfi tarzında paylaşım sayısı	0,011	0,910	0,130	0,102	0,130	0,071
Çocuklu paylaşım sayısı/çocuk doğduktan sonraki paylaşım oranı	-0,125	0,167	0,049	0,592	-0,064	0,477

r_s: Spearman Korelasyon Katsayısı.

Araştırmaya dâhil edilen annelerin İnstagram profil özellikleri ile yaşam doyumu, psikolojik sağlamlık ve narsistik kişilik düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

3.6.4. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram'daki Çocuklarına ait Paylaşımları Arasındaki İlişki

Annelerin İnstagram'da profilleri, @dr_anne_baba hesabı tarafından takip edilerek annelerin çocuklarına ait fotoğraf özellikleri değerlendirilmiştir. Katılımcıların çocuklarına ait fotoğraf paylaşımları ile psikolojik durumlarının ilişkisi incelenmiştir.

Çizelge 3.39'da annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf özellikleri ile BDÖ'den aldıkları puanların depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişki görülmektedir.

Çizelge 3.39. Katılımcıların İnstagramdaki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)***	**p**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	76 (61,8)	47 (38,2)	0,999[1]
	Hayır (n:7)	4 (57,1)	3 (42,9)	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	56 (60,2)	37 (39,8)	0,623[2]
	Hayır (n:37)	24 (64,9)	13 (35,1)	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	52 (57,8)	38 (42,2)	0,186[1]
	Hayır (n:40)	28 (70,0)	12 (30,0)	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	41 (60,3)	27 (39,7)	0,760[1]
	Hayır (n:62)	39 (62,9)	23 (37,1)	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	35 (52,2)	32 (47,8)	**0,025[1]**
	Hayır (n:63)	45 (71,4)	18 (28,6)	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	16 (36,4)	28 (63,6)	**<0,001[1]**
	Hayır (n:86)	64 (74,4)	22 (25,6)	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi,
*: Satır Yüzdesi.

Annelerin İnstagram'daki çocuklarına ait fotoğraf özellikleri ile depresif belirti düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde; çocuklarına ait kimlik bilgisi içerir ve mahremiyeti ihlal eder tarzda paylaşım yapma durumuna göre Beck I ve II grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Annelerden çocuğun mahremiyetini ihlal eder tarzda paylaşım yapanların %47,8'i, bu tarz paylaşım yapmayanların %28,6'sı Beck II grubunda yer almaktadır. Benzer şekilde, çocuğun kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda paylaşım yapanların %63,6'sının, bu tarz paylaşım yapmayanların ise %25,6'sının Beck II grubunda yer aldığı görülmektedir. Sonuç olarak; çocuklarının mahremiyetini ihlal eder tarzda ve kimlik bilgileri içeren tarzda paylaşım yapan annelerin Beck II grubunda yer alma olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf paylaşım durumlarına göre ortalama BDÖ puanları incelendiğinde ise İnstagram'da çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda fotoğraf paylaşımı yapan annelerin yapmayanlara kıyasla BDÖ ortalama puanlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğraf paylaşan annelerin ortalama BDÖ puanı 12,6±6,5 iken; bu tarz paylaşım yapmayan annelerin 9,5±5,1 idi. Benzer şekilde çocuklarına ait kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda paylaşım yapanların ortalama BDÖ puanı 14,4±5 iken, bu tarz paylaşım yapmayanların 9,3±6,0 olduğu görülmüştür. Annelerin çocuklarına ait diğer fotoğraf paylaşımları ile BDÖ arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 8).

Çizelge 3.40'da annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf özelliklerine göre YDÖ'den aldıkları puanların ortalamaları özetlenmiştir.

Çizelge 3.40. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Yaşam Doyum Düzeyi ile İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**Yaşam Doyum Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	16,8±4,8	6-25	0,605[1]
	Hayır (n:7)	18,0±4,4	11-25	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	16,5±4,7	6-25	0,130[1]
	Hayır (n:37)	17,8±4,8	6-25	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	16,5±4,8	6-25	0,119[1]
	Hayır (n:40)	17,8±4,6	6-25	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	16,5±4,7	6-25	0,295[1]
	Hayır (n:62)	17,3±4,9	6-25	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	15,9±4,77	6-25	**0,011[1]**
	Hayır (n:63)	18,1±4,7	7-25	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	14,8±4,4	6-25	**<0,001[1]**
	Hayır (n:86)	18,0±4,7	6-25	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Annelerin İnstagram'daki çocuklarına ait fotoğraf paylaşım durumlarına göre yaşam doyum düzeyleri incelendiğinde; İnstagram'da çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda fotoğraf paylaşımı yapan annelerin

yapmayanlara kıyasla yaşam doyum düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha düşük olduğu bulunmuştur ($p<0,05$). Annelerin çocuklarına ait diğer özelliklerde fotoğraf paylaşımları ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Annelerin İnstagram'daki çocuklarına ait fotoğraf özelliklerine göre BÜE'den aldıkları puanların ortalamaları Çizelge 3.41'de görülmektedir.

Çizelge 3.41. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Psikolojik Sağlamlık Düzeyi ile İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**Bilişsel Üçlü Envanteri Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	72,6±18,5	36-132	0,879[2]
	Hayır (n:7)	71,5±15,3	46-95	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	73,2±17,9	36-122	0,531[2]
	Hayır (n:37)	71,0±19,4	43-132	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	73,3±18,7	36-132	0,475[2]
	Hayır (n:40)	70,8±17,4	36-108	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	74,0±18,91	36-132	0,367[2]
	Hayır (n:62)	71,1±17,8	36-122	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	74,1±17,8	36-112	0,340[2]
	Hayır (n:63)	71,0±18,9	36-132	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	75,4±18,5	42-122	0,215[2]
	Hayır (n:86)	72,1±18,9	36-132	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait aile içinde, çocuğun tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları ile ortalama BÜE puanları arasında istatiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Çizelge 3.42'de annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf özelliklerine göre NKE'den aldıkları puanların ortalamaları özetlenmiştir.

Çizelge 3.42. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Narsistik Kişilik Düzeyi ile İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**Narsistik Kişilik Envanteri Puan**		
		Ortalama skor±SS	**En az-en çok**	**P değeri**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	8,4±1,6	4-13	0,713[1]
	Hayır (n:7)	8,5±1,5	6-10	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	8,3±1,5	4-13	0,423[1]
	Hayır (n:37)	8,5±1,7	5-12	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	8,3±1,5	4-13	0,616[1]
	Hayır (n:40)	8,5±1,6	5-12	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	8,1±1,4	4-11	0,177[1]
	Hayır (n:62)	8,6±1,7	6-13	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	8,4±1,5	4-12	0,834[1]
	Hayır (n:63)	8,4±1,6	4-13	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	8,1±1,7	4-12	0,193[1]
	Hayır (n:86)	8,5±1,5	5-13	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait aile içinde, çocuğun tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları ile ortalama NKE puanları arasında istatiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

3.6.5. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki

Annelerin internet ve sosyal medya platformlarında şifresinde kimlik bilgileri içermesi, bir şifreyi birden fazla yerde kullanma, antivirüs program kullanmama ve iki faktör kimlik uygulaması kullanma durumları ile psikolojik durumların ilişkisi incelenmiştir.

Annelerin internet güvenliğine ilişkin tutumları ile BDÖ puanlarından Beck I ve II grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmemiştir (Bakınız Ek-9; Çizelge 15). Aynı şekilde annelerin internet ve sosyal medya platformlarında

şifresinde kimlik bilgileri içermesi, bir şifreyi birden fazla yerde kullanma, antivirüs program kullanmama ve iki faktör kimlik uygulaması kullanma durumlarına göre ortalama BDÖ aldıkları puanları arasında da istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 9 ve Çizelge10).

Annelerin internet güvenliğine ilişkin tutumları ile yaşam doyum, psikolojik sağlamlık ve narsistik kişilik düzeyleri ile arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 11, Çizelge 12, Çizelge 13).

3.7. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile İnstagram'daki Çocuklara Ait Paylaşımları Arasındaki İlişki

Araştırmayan dahil edilen annelerin internet güvenliğine ilişkin tutumları ile çocuklarının aile içinde olan, tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları arasındaki ilişki inclenmiştir.

Annelerin antivirüs program kullanmama, iki faktör kimlik uygulaması kullanmama, şifrelerini başka ortamarda kullanma ve şifrelerinin kimlik bilgilerinden oluşmasına göre annelerin çocuklarının aile içinde olan, tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları arasında istatistiksel anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır (Bakınız Ek-9; Çizelge 14).

3.8. Katılımcıların İnstagram'daki Takipçi Sayısı ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan annelerin İnstagram profillerindeki takipçi sayısının, yıl başına düşen toplam paylaşım, çocuk doğduktan sonraki paylaşım, çocuğa ait paylaşım sayıları ve çocuklara ait fotoğraf özellikleri ile ilişkisi incelenmiştir.

Çizelge 3.43'de annelerin İnstagram'daki takipçi sayılarının, yıllık toplam paylaşım sayısı, yıllık çocuğa ait paylaşım sayısı ve çocuklu paylaşımların çocuk doğduktan sonraki paylaşımlara oranı ile ilişkisi özetlenmiştir.

Çizelge 3.43. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Takipçi Sayısının Profil Özellikleri ile İlişkisi.

İnstagram Profil Takipçi Sayısı Yüzdelik Dilimi	**Yıl Başına Düşen Toplam Paylaşım Sayısı**		**Yıl Başına Düşen Çocuğa Ait Paylaşım Sayısı**		**Çocuklu paylaşım/ çocuk doğduktan sonraki toplam paylaşım sayısına oranı**	
	Ortalama sayı±SS (en az-en çok)	**p**	**Ortalama sayı±SS (en az-en çok)**	**P**	**Ortalama sayı±SS (en az-en çok)**	**P**
1.%25	15,4±19,3 (0,5-77,5)	**<0,000[1]**	10,6±26,1 (0,1-141,2)	**0,000[1]**	0,5±0,2 (0,1-1,0)	0,325[1]
2.%25	21,6±21,4 (1,0-70,2)		10,3±11,0 (0,2-40)		0,5±0,3 (0,1-1,0)	
3.%25	47,2±41,0 (1,7-186,7)		24,6±26,4 (0,2-103,7)		0,5±0,2 (0,1-1,0)	
4.%25	72,6±66,3 (7,3-297,8)		31,9±48,7 (0,4-280)		0,4±0,3 (0,1-1,0)	

[1]: Mann Whitney-U Testi.

Annelerin İnstagram'daki takipçi sayısı ile yıllık toplam ve çocuklu paylaşım sayısı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır ($p<0,05$). İnstagram'daki takipçi sayısı daha fazla olan annelerin, toplam ve çocuklu paylaşım sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı 7-189 aralığında olan

annelerin yıllık paylaşım sayısı 15,4±19,3, yıllık çocuklarına ait paylaşım sayısı 10,6±26,1 iken, takipçi sayısı >470 olan annelerin yıllık paylaşım sayısı 72,6±66,3 ve çocuklarına ait yıllık paylaşım sayısının ise 31,9±48,7 olduğu görülmektedir. Ancak annelerin çocuklu paylaşımların çocuk doğduktan sonraki toplam paylaşımlara oranı ile takipçi sayısı arasında istatistiksel anlamlı ilişki gösterilmemiştir.

Çizelge 3.44'de annelerin İnstagram'daki takipçi sayısı ile annelerin çocuğun aile içinde olduğu, tek olduğu, oyun oynarken olduğu, doğum gününde olan, mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini içeriri tarzda olan fotoğraflarını paylaşma durumları ile ilişkisi görülmektedir.

Çizelge 3.44. Katılımcıların İnstagram Hesabındaki Takipçi Sayıları ile Çocuklarına Ait Fotoğraflar Özelliklerinin İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**İnstagram takipçi sayısı**				
		1.çeyrek n (%)*	**2.çeyrek n (%)***	**3.çeyrek n (%)***	**4.çeyrek n (%)***	**p**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	29 (87,9)	32 (100,0)	32 (94,1)	30 (96,8)	0,167[1]
	Hayır (n:7)	4 (12,1)	0 (0,0)	2 (5,9)	1 (3,2)	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	17 (51,5)	21 (65,6)	27 (79,4)	28 (90,3)	**0,004[1]**
	Hayır (n:37)	16 (48,5)	11 (34,4)	7 (20,6)	3 (9,7)	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	16 (48,5)	18 (56,3)	29 (85,3)	27 (87,1)	**<0,001[1]**
	Hayır (n:40)	17 (51,5)	14 (43,8)	5 (14,7)	4 (12,9)	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	12 (36,4)	16 (50,0)	20 (58,8)	20 (64,5)	0,119[1]
	Hayır (n:62)	21 (63,6)	16 (50,0)	14 (41,2)	11 (35,5)	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	11 (33,3)	15 (46,9)	21 (61,8)	20 (64,5)	**0,043[1]**
	Hayır (n:63)	22 (66,7)	17 (53,1)	13 (38,2)	11 (35,5)	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	5 (15,2)	9 (28,1)	17 (50,0)	13 (41,9)	**0,015[1]**
	Hayır (n:86)	28 (84,8)	23 (71,9)	17 (50,0)	18 (58,1)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi, *: Sütun yüzdesi.

Annelerin İnstagram'daki takipçi sayısı ile İnstagram hesaplarındaki çocuklarına ait fotoğraf özellikleri incelendiğinde; İnstagram'da takipçi sayısı fazla olan annelerin İnstagram'da çocuklarına ait oyun oynarken, mahremiyeti ihlal eder

ve kimlik bilgilerini içerir tarzda paylaşım yapma durumlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0,05$). Takipçi sayısı "7-189" olanların %33,3'ü çocuklarının mahremiyetini ihlal eder tarzda paylaşım yaparken, takipçi sayısı >470 olan annelerin %64,5'inin çocuklarının mahremiyetini ihlal eder tarzda paylaşım yaptıkları görülmektedir. Benzer şekilde takipçi sayısı "7-189" olan annelerin %15,2'si çocuklarının kimlik bilgisini ifşa eder tarzda paylaşım yaparken, takipçi sayısı >470 olan annelerin %41,9'unun çocuklarının kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda paylaşım yaptıkları görülmektedir.

4. TARTIŞMA

Dijital çağın başlaması ile birlikte sosyal medyanın kullanımının her geçen gün arttığı görülmektedir (Digital, 2021). Kısa bir sürede zarfı içinde anneler tarafından da sıklıkla tercih edilen sosyal ağlar uygun ve yeterli kullanılmadığı takdirde beraberinde bazı sorunları getirebilmektedir (Archer ve Kao, 2018). Bazı araştırmacılar, annelerin sosyal medya kullanımının annenin ruh halini olumsuz yönde etkileyebileceğini göstermiştir (Padoa ve ark., 2018; Sidani ve ark., 2020). Bir grup araştırma neticesinde ise; annelerin annelerin sosyal medyadaki çocuklarına ait paylaşımlarının çocukların güvenliği ve hakları açısından da tehdit unsuru oluşturabileceğini belirtilmiştir (Duygulu, 2019; Livingstone ve ark., 2018). Bu sebeplerle günümüz annelerinin sosyal medya araçlarının kullanımının annelerinin psikolojik durumları ve çocuklarına ait paylaşımları ile ilişkisini inceleyen çalışmalara ihtiyaç duyulmakla birlikte bu konuda sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Gününç, 2020). Bu açıdan araştırmamız, annelerin sosyal medya kullanım özelliklerinin annelerin psikolojik durumları ve çocuklarına ait paylaşım özellikleri ile ilişkisini incelemesi açısından önem arzetmektedir.

Araştırmamız kesitsel tipte bir çalışma olup Başkent Üniversitesi Hastanesi çocuk polikliniğine başvuran 0-13 yaş aralığındaki çocukların annelerinin sosyal medya kullanım özellikleri ile sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımlarının niteliği ve niceliğinin incelenmesi ve annelerin sosyal medya kullanım özelliklerinin psikolojik sağlamlık durumları ile ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

4.1. Sosyodemografik Verilerinin Analizi

Kişilerin sosyodemografik özellikleri sosyal medya kullanım özelliklerini etkileyebilmektedir. Bu açıdan sosyal medya kullanımı ile ilgili birçok araştırmada bireylerin sosyodemografik verileri de incelenmiştir. Araştırmamıza dahil edilen annelerin sosyodemografik özellikleri incelendiğinde katılımcıların neredeyse tamamının evli olduğu, meslek olarak en sık öğretmen ve özel sektör olduğu, çoğunun lisans mezunu olduğu, yaklaşık yarısının aylık gelirin asgari ücretin üç katından fazla olduğu ve yaklaşık üçte ikisinin tek çocuğu olduğu gösterilmiştir. Özellikle kültürel yapının sosyal medya kullanımını etkileyebileceği düşüncesi tartışmanın her aşamasında dikkate alınmıştır. Annelerin sosyal medya kullanım özellikleri, sosyodemografik açıdan değerlendirildiğinde eğitimli, meslek sahibi, gelir düzeyi orta-yüksek ve çocuk sayısı fazla olmayan annelerin verileri olarak yorumlanmıştır.

4.2. Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Analizi

Dünyayı etkisi altına alan sosyal medya platformlarının kullanımı ülkeler arası farklılıklar göstermektedir. We Are Social 2021 verilerine göre; dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Facebook, Youtube ve İnstagram şeklindeyken, ülkemizde Youtube ve İnstagram ilk iki sırada yer almaktadır (Digital, 2021a,b).

Araştırmamıza katılan annelerin sıklık sırasına göre İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullandıkları ve annelerin çoğunun ilk tercih ettikleri sosyal medya aracının da İnstagram (%90) olduğu görülmüştür.

Günüç (2010), Türk ve İngiliz annelerini dâhil ettiği bir çalışmada, Türk annelerinin çoğunun Whatsapp ve İnstagram'ı kullandığını; İngiliz annelerinin ise Whatsapp, Facebook ve İnstagram'ın her üçünü de kullanıklarını tespit etmiştir. Brailovskaia ve ark. (2020a), Almanya'da genel popülasyonda yaptıkları bir araştırmada çalışmamıza benzer şekilde en sık olarak İnstagram'ın tercih edildiğini, bunu sırasıyla Facebook ve Twitter'ın takip ettiğini göstermiştir. Araştırmamızdan farklı olarak, Amerika'da yapılan bi araştırmada annelerin en sık Facebook'u (%79) tercih ettikleri gösterilmiştir (Tankovska, 2021). Farklı ülkelerde yapılan bu çalışmaların sonuçları, annelerin dünyada en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarını tercih etmelerine rağmen hangi uygulamayı daha çok kullandıklarına ilişkin farklar olduğunu göstermektedir. Bu araştırmada en sık İnstagram'ın tercih edilme nedeninin araştırmaya katılan annelerin fotoğraf paylaşma, yorum ve beğeni yapma istekleri olabileceği düşünülmüştür.

Araştırmamıza dâhil edilen annelerin kullandıkları toplam sosyal medya hesap sayısı incelendiğinde ise annelerin %76'sının birden fazla sosyal medya platformu kullandığı görülmektedir. Annelerden sadece dördünün, dört ve üzerinde sosyal medya aracı kullandığı saptanmıştır. Çalışmamızdan faklı olarak Sidani ve ark. (2020), Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) sosyal medya kullanımı ile ilgili yaptıkları bir araştırma sonucunda; annelerin yaklaşık dörte birinin, kullandığını sosyal medya platformunun dört ve üzerinde olduğunu göstermiştir. Bu farkın kültürel farktan kaynaklanabileceği düşünülebilir.

Araştırmamızdaki annelerin sadece %3,8'inin (n:5) çocuğunun adına sosyal medya hesabı olduğu görülmüştür. Ülkemizdeki yapılan bir başka araştırmada bizim çalışmamıza benzer şekilde annelerin %3,9'unun çocuğu adına sosyal medya hesabı açtığı görülmüştür (Akpınar ve ark., 2020). Bu oranlar düşük gibi görünse de çocuklar adına açılan sosyal medya hesaplarının, çocuk adına ancak çocuğun bilinçli katılımı olmaksızın yapılan bir girişim olması nedeniyle çocuk hakları ihlali olarak değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Anneler, sosyal medya hesapları aracılığıyla kendilerine yeni ve ulaşılması kolay bir sanal çevre oluşturmaktadır. Başlangıçta haberleşme ve iletişim maksadıyla kullanılan bu platformalar zamanla birçok amaç için tercih edilmeye başlamıştır. Araştırmamıza dâhil edilen annelerin sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde; katılımcıların iletişim (%82,3), çocuğuna ait bilgi edinme (%75,4) ve fotoğraf paylaşma (%58,5) amaçları ile sosyal medyayı kullandığı görülmüştür.

Ülkemizde yapılan bir araştırmada; 0-3 yaş aralığında çocuğu olan annelerin sosyal medyayı sıklıkla çocuklarına ait övgü alma ve uzakta olan akrabaları ile iletişim halinde olma amacıyla kullandıkları belirtilmiştir (Altunbaşak ve Tetik, 2019). Lupton ve ark. (2016) Avustralya'da yaptıkları bir araştırmada; annelerin gebelik ve bebeklerinin bakımı sırasında sosyal medyadan destek aldıklarını belirtmiştir. Çalışmamıza benzer şekilde insanların sosyal medyayı sıklıkla iletişim maksadıyla kullandıkları farklı kültürlerde yapılan çalışmalarda gösterilmiştir (Nielsen, 2012; Whitining ve ark., 2013). Sonuç olarak; araştırmamızda literatüre benzer şekilde farklı kültürlerde de yaşasalar annelerin sosyal medyayı iletişim ve çocuğuna ait bilgi edinme maksadıyla kullandığı tespit edilmiştir.

Dünyada ve ülkemizde her geçen gün sosyal medyada geçirilen sürenin arttığı görülmektedir. Dünya genelinde 2021 Ocak ayı itibari ile sosyal medyada geçirilen süre 2 saat 25 dakika iken; ülkemizde yaklaşık 3 saat (2 saat 57 dakika) civarındadır (Digital, 2021a,b). Araştırmamıza dâhil edilen annelerin verdikleri bilgiye göre; en uzun süreli olarak günde ortalama 1 saat 15 dk kadar ve en sık olarak günde ortalama 6 kez kadar İnstagram'a girdikleri görülmektedir. Sidani ve ark. (2020), ABD'de yaptığı bir çalışmada; ebeveynlerin büyük çoğunluğunun sosyal medya platformlarına günde dört saat ve altında girdiği gösterilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başka bir araştırmada ise sosyal medya platformlarında geçirilen ortalama sürenin günlük 61 dakika, sosyal medya platformlarına giriş sıklığının ise haftada 30 kez olduğu belirtilmiştir (Shensa ve ark. (2017). Brailovskaia ve ark.(2020b), Almanya'da yaptıkları bir çalışmada; Facebook'a

günlük giriş süresinin 80,3±80,3 dakika olduğu gösterilmiştir. Bizim araştırmamızdan farklı olarak Avustralya'da yaptılan bir çalışmada annelerin Facebook'ta daha uzun süreli vakit geçirdiklerini ve İnstagram'da günlük sadece 17,9 dakika geçirdikleri belirtilmiştir (Padoa ve ark., 2018)

Bizim çalışmamızda sosyal medya platformunda geçirilen sürelerin ve sosyal medya platformlarının kullanım sıklığının bazı çalışmalara göre daha kısa ve daha az, bazı çalışmalar göre daha uzun ve daha sık olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımındaki bu farklılığın birçok sebebi olabilir. Bu konu, kişilerin farklı kültürel etkinliklere zaman ayırmak, kendini sosyal medya üzerinden ifade etmeye çalışmak, sosyal medya üzerinden ilişkilerin kolay kuruluyor ve bilginin daha çabuk paylaşılıyor olması gibi nedenlerin yanı sıra pek çok dışsal faktörden de etkilenebilir. Ancak bu araştırmanın temel hedefi annelerin sosyal medya kullanımlarını etkileyen dışsal ve kültürel faktörlerin incelenmesi değildir. Bu başka bir araştırmanın konusu olabilir.

Sosyal Medya Platformlarındaki Çocuklara Ait Paylaşım Özelliklerinin Analizi

Dünyada ve ülkemizde sosyal medya platformlarında her geçen gün çocuğa ait paylaşımların arttığı görülmektedir (Livingstones ve ark., 2018). Annelerin çocuklarına ait paylaşım yapma durumları ülkeler arasında ve aynı ülkedeki farklı sosyokültürel özelliklere sahip kesimler arasında değişiklik göstermektedir. Araştırmamıza katılan annelerin anket formunda verdiği yanıtlar ve "@dr_anne_baba" isimli kullanıcı tarafından annelerin İnstagram hesabı incelenerek çocuklarına ait paylaşım sıklıkları değerlendirilmiştir. Sonuç olarak annelerin çocuklarına ait paylaşım yapma durumu ve paylaşım yapma sıklıkları açısından; anket formunda annelerin verdiği yanıtlar ile annelerin İnstagram hesaplarını

incelenerek elde ettiğimiz sonuçların uyumlu olduğu görülmüştür. Annelerin neredeyse tamamının sosyal medya platformunda çocuğuna ait paylaşım yaptığını ve annelerden sadece yedisinin İnstagram'da çocuğuan ait paylaşım yapmadığı tespit edilmiştir. Annelerin çocuklarına ait paylaşım sıklığının en sık olarak "ayda bir kezden az olacak şekilde" olduğu ve çocuklarına ait paylaşım içeriği olarak da en sık (%90,8) çocuklarına ait fotoğraf paylaşımı olduğu görülmektedir.

Türk ve İngiliz annelerin çocuklarına ait paylaşımlarının incelendiği bir çalışmada Türk annelerin yarısının, İngiliz annelerin ise neredeyse tamamının çocuklarına ait paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir. Çocuklarına ait paylaşım sıklıkları açısından; Türk annelerin ayda birkaç kez, İngiliz annelerin ise haftada veya ayda birkaç kez çocuklarına ait paylaşımda bulunduğu belirtilmiştir (Günüç, 2020). Duygulu (2019) yaptığı bir araştırmada ise; ebeveynlerin yarısından fazlasının sosyal medyada çocuğuna ait (%59,3) paylaşım yaptığını göstermiştir. Livingstone ve ark. (2018), ebeveynlerin yaklaşık dörtte birinin çocuklarına ait fotoğraf paylaşımı hiç yapmadığını göstermiştir. Bahsedilen çalışmalara kıyasla araştırmamızda annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşım yapma olasılığının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, eğitim ve gelir düzeyi iyi olan annelerin çocuklarının sosyal medyadaki gurur kaynağı olması ile açıklanabilir. Diğer taraftan bu durum; çocuğun bakımı ve büyümesinde asıl görevli kişinin anne olduğunun kabul edildiği kültürel yapımızda, annenin sosyal medya platformları aracılığıyla tüm yakın ve uzak çevresine anneliğine ve çocuğuna ait paylaşımlarını göstererek anneliği hakkında takdir ve beğeni toplama arzusundan kaynaklanıyor olabilir.

4.3. İnstagram Profil Özelliklerinin Analizi

Sosyal medya platformlarında kişiler sosyal kimlikleri ile birlikte farklı bir sanal dünyada yaşamaya başlarlar. Anneler bu sanal dünyada; kendisi ve çocuğuna ait içerikler paylaşarak dijital çocuk izlerini meydana getirmektedir. "Sharenting" diye ifade edilen ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait içerik paylaşımı sıkça üzerinde durulan bir diğer konudur. Bu açıdan henüz söz yetisi olmayan çocuğa ait paylaşımların saysı ve niceliğinin nasıl olduğu tartışma konusudur. Araştırmamıza dahil edilen annelerin çocuk doğduktan sonraki her iki paylaşımdan birinin çocuğuna ait bir paylaşımı olduğu görülmektedir. Duygulu (2019), yaptığı farklı araştırmalar ile annelerin sosyal medya kullanımını ve çocuklarına ait paylaşımlarını incelemiştir. Bu çalışmalardan birinde; üç aylık süre boyunca blogger ve ünlü annelerin çocuklarına ait paylaşımlarını incelediğinde; blogger annelerin ünlü annelere kıyasla daha sık paylaşımda bulunduğunu görülmüştür. Blogger annelerin ortalama 124±60 fotoğraf paylaştığı ve bunların 73,2±48'ünün çocuklarına ait fotoğraf olduğunu belirtilmiştir.

Toplam paylaşımların çocuklu paylaşım sayısı oranı açısından değerlendirdiğimizde, araştırmamızdaki çocuklu paylaşım oranın Duygulu'nun (2019) çalışmasındaki blogger annelerin sonuçlarına benzer olduğu görülmektedir. Araştırmamızda sadece 1 anne blogger olması rağmen katılımcılarımızın tüm paylaşımları içindeki çocuklu paylaşım yapma oranlarının blogger annelere yakın olduğu görülmüştür. Bu durum hem blogger annelerin hem de bizim araştırma grubumuzun sosyo kültürel özelliklerine benzer annelerin çocuklara ait dijital izler konusunda riskli davranışlar sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmamızdaki annelerin İnstagram'daki çocuklarına ait fotoğraf özellikleri değerlendirildiğinde; annelerin %51,5'inin çocuğunun mahremiyetini ihlal eder tarzda ve %33,5'inin de kimlik bilgileri içerir tarzda paylaşım yaptıkları tespit

edilmiştir. Amerika'da bir üniversitenin ebeveynlerin sharenting konusu ile ilgili yaptığı bir araştırmada, çalışmamıza benzer şekilde ebeveynlerin yaklaşık yarısının çocukları hakkında utandırıcı bilgi verdiği ve çocuklarının yaşadığı yeri açığa vuran bilgi paylaştığını belirtilmiştir (C.S Mott Children's Hospital National Poll On Childrens Health, 2015).

Bu araştırma ve diğer araştırmalar göz önünde bulundurulduğunda, annelerin sosyal medya platformlarında azımsanmıyacak şekilde çocuklarına ait paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür. Araştırmamızda da annelerin yaklaşık yarısının çocuklarının mahremiyetini ihlal eder tarzda paylaşım yapması endişe vericidir.

Çalışmamızdaki verilerden de anlaşılacağı üzere eğitim düzeyin yüksek olduğu kesimlerde de sosyal medyada çocuğa ait paylaşımların sık olması, annenin eğitim düzeyinin yüksekliğinin çocuğu sosyal medyadaki risk faktörlerine karşı tek başına koruyucu bir faktör olmadığını düşündürmüştür.

4.4. Duygu Durumlar ile İlişkili Özelliklerin Analizi

Yeni dünya düzeninde varlığını sürdüren dijital bireylerin teknolojik gelişmelerden nasıl etkilendiği birçok araştırmaya konu olmuştur. Bu açıdan günümüzde bireylerin işlevselliğini önemli ölçüde etkileyen psikolojik durumlar ve onları etkileyen faktörler ön plana çıkmaktadır. Araştırmamızda katılımcıların işlevselliği etkileyebilen depresif belirtilerinin, bireyin iyilik halinin göstergelerinden olan yaşam doyumunun ve psikolojik sağlamlığın ve son 20 yılda arttığı düşünülen narsistik kişilik özelliklerinin annelerin sosyodemografik ve sosyal medya kullanım özellikleri ile ilişkisi incelenmiştir.

4.4.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Kişiye ait yaş, cinsiyet, gelir durumu, medeni durum ve eğitim durumu gibi sosyodemografik özelliklerin kişilerin psikolojik durumlarını etkileyebileceği düşünülmektedir. Bireye ait sosyodemografik özellikler ile psikolojik durumları arasında bir ilişki olduğunu gösteren pek çok çalışma bulunmaktadır (Bozkurt, 2020; Çil, 2020; Lin ve ark., 2016; Lup ve ark., 2015; Shensa ve ark., 2018). Ancak araştırmamızdaki annelerin sosyodemografik verileri ile depresif belirti, yaşam doyum, psikolojik sağlamlık ve narsistik kişilik düzeyleri arasında istatitiksel anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu durum çalışma grubumuzun homojen olması, katılımcıların yaş, eğitim ve gelir düzeyi açısından benzer sosyodemografik özellikler gösteriyor olmasından kaynaklanabilir.

Bununla birlikte bu homojen örneklem, annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile psikolojik durumlar ve çocuğa ait paylaşım özelliklerinin değerlendirilmesini hedeflediğimiz çalışmamızda sonuçları etkileyebilecek diğer bazı özelliklerin (yaş, eğitim, gelir, aile yapısı vb.) sonuçları etkileme olasılığını bertaraf ettiği için bir avantaj olarak düşünülebilir.

4.4.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Dünyada ve ülkemizde sık tercih edilen Facebook, İnstagram ve Twitter başta olmak üzere birçok sosyal medya aracının hayatımızda yer aldığı görülmektedir. Zaman içerisinde kullanımı yaygınlaşan sosyal medya kullanımının kişinin psikolojik durumu üzerine etkisi ile ilgili net bir veri bulunmamaktadır.

Araştırmamızda; annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat kullanma durumları ile psikolojik durumları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Araştırmamızdan farklı olarak Jeri-Yaber ve ark. (2019), Güney Amerika'da yaptıkları bir araştırmada depresif belirtileri olan kişilerin Facebook ve İnstagram'a kıyasla Twitter'ı daha sık tercih ettiklerini göstermiştir. Araştırmamızdaki annelerin çoğunluğun birinci sıradaki tercihinin İnstagram olması, sosyal medya platformları ile psikolojik durumlar arasında yeterli karşılaştırmayı yapmamızı etkilemiş olabilir.

Farklı amaçlarla değişik kullanıcı profillerine hitap eden sosyal medya platformlarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu açıdan kullanılan sosyal medya platformu sayısı ile psikolojik durumların incelendiği bir araştırmada; üç tane sosyal medya hesabı bulunanların daha az sayıda sosyal medya hesabı olanlara kıyasla depresif belirti olasılığının daha yüksek olduğu tespit gösterilmiştir (Sidani ve ark., 2020). Benzer şekilde Shensa ve ark. (2018), dört ve üzerinde sosyal medya hesabını sık ve uzun süreli kullananların depresif belirti düzeylerinin yüksek olduğu görmüştür. Araştırmamızda bahsedilen çalışmalardan farklı olarak annelerin kullandıkları sosyal medya platformunun sayısı ile psikolojik durumlar arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunmamıştır. Katılımcılarımızın sadece %3,1'i, dört ve üzerinde sayıda sosyal medya platformu kullanmaktadır. Literatürdeki çalışmalardan farklı olarak araştırmamızda dört ve üzerinde sayıda sosyal medya platformu kullanan anne sayısının az olması nedeniyle kullanılan sosyal medya platformu sayısı ile psikolojik durumlar arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki gösterilememiş olabilir.

Bireylerin sosyal medyayı kullanımı etkileyen en önemli özelliklerinden birisi sosyal medyayı ne amaçla kullandığıdır. Bu açıdan annelerin sosyal medya kullanım amaçları ile psikolojik durumları arasında ilişkinin incelendiği araştırmamızda, sosyal medya kullanım amaçlarından; "blog yazma/ takip etme" ifadesini seçenlerin psikolojik sağlamlık düzeyinin daha düşük olduğu görülmüştür. Bu düşüklük benlik algısı ve dünya görüşü kategorisinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Çalışmamızdan farklı olarak McDaniel ve ark., (2012), yaptıkları araştırmada; yeni anne olan bireylerin blog yazmasının anneyi daha iyi hissetirebileceğini göstermişlerdir. Çalışmamızdan farklı olarak; McDaniel ve ark. (2012) araştırmasına dahil edilen annelerin yarısından fazlasının kendi adına bloglarının olduğu belirtilmiştir. Bu durum, blog yazanlardan ziyade blogları takip eden kişilerin dijital ortamlarda kendi hayatlarını başkalarının hayatları ile kıyaslayarak kendine dair negatif bir benlik algısı ve yaşamına dair negatif bir dünya görüşü oluşturması ile açıklanabilir.

Araştırmamızda aynı zamanda annelerin sosyal medya kullanım amaçlarından iletişim maksadıyla sosyal medya platformlarını kullananların, NKE aldıkları puanların daha düşük olduğu görülmüştür. Moon ve ark. (2016) yaptıkları bir çalışmada; narsistik skorları yüksek olan kullanıcıların diğer kullanıcılara kıyasla daha sık olarak kendine ait fotoğrafları paylaştığı ve durum güncellemesi yaptığını göstermiştir. Bu durum narsistik kişilik düzeyi yüksek olan kişilerin sosyal medyayı asıl amacına uygun kullanımdan ziyade narsistik gereksinimleri beslemek amacıyla sosyal mecraları kullandıklarını düşündürebilir.

4.4.2.1. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Platformundaki Çocuklarına Ait Paylaşım Özelliklerinin İlişkisinin Analizi

Dünyada ve ülkemizde sosyal medya platformlarında çocuğa ait paylaşımların mahremiyet ihlali ve istismar açısından sorun oluşturabileceği bilinmesine karşın halen birçok anne sosyal medyada çocuğuna ait paylaşımlarda bulunmaktadır. Annelerin çocuklarına ait paylaşımları ile psikolojik durumları arasında ilişkiyi gösteren net bir kanıt bulunmamaktadır. Ancak annelerin sosyal

medya platformlarında çocukları ile var olma durumunun annelerin psikolojik durumundan kaynaklanabileceği öne sürülmüştür (Günenç, 2020).

Araştırmamıza dahil edilen annelerin çocuklarına ait paylaşım içerikleri ile psikolojik durumları arasındaki ilişki incelendiğinde; çocuklarına ait bilgi ve video paylaşımı yapan annelerin yaşam doyum düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu düşüklük istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bunun dışında katılımcıların çocuklarına ait paylaşım sıklığı ve içerikleri ile diğer psikolojik durumları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

4.4.2.2. Katılımcıların Duygu Durumları ile Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ve Süresinin İlişkisinin Analizi

Bireyin sosyal medya kullanımının patolojik veya normal olduğunun ayrımı yapmada yol gösterici olan en önemli faktörlerden ikisi sosyal medyaya giriş sıklığı ve sosyal medyada geçirilen süre miktarıdır. Bu açıdan birçok araştırmacı bu faktörler ile psikolojik durumların ilişkisini incelemesine rağmen net bir neden sonuç ilişkisi gösterilememiştir (Gaol ve ark., 2017; Lup 2016; Padoa ve ark., 2018; Rosen ve ark., 2013).

Araştırmamızda annelerin sosyal medya platformlarına giriş süreleri ve psikolojik durumların ilişkisi incelenerek annelerin İnstagram ve Facebook'a giriş süreleri ile psikolojik durumlar arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu gösterilmiştir. İnstagram'a daha uzun süreli giren annelerin depresif belirti düzeylerinin daha yüksek, yaşam doyum ve psikolojik sağlamlık düzeylerinin ise daha düşük olduğu görülmüştür. Psikolojik sağlamlıktaki bu düşüklük, dünya görüşü kategorisinde anlamlı bulunmuştur. Diğer sosyal medya platformlarından ise

Facebook'a daha uzun süreli girenlerin yaşam doyum düzeylerinin ve bilişsel üçlüden gelecek algısı düzeylerinin daha düşük olduğu gösterilmiştir.

Araştırmamızda incelenen bir diğer durum, sosyal medyaya günlük giriş sıklığı ile psikolojik durumların ilişkisidir. Annelerin İnstagram'a ve Twitter'a giriş sıklıkları ile psikolojik durumlar arasında istatistiksel anlamlı ilişki gösterilmiştir. İnstagram'a daha sık giren annelerin, depresif belirti düzeyinin daha yüksek, yaşam doyum düzeyi ve psikolojik sağlamlık düzeylerinin ise daha düşük olduğu görülmüştür. Psikolojik sağlamlık düzeyindeki düşüklük, dünya görüşü ve gelecek algısı kategorisinde anlamlı bulunmuştur. Diğer taraftan Twitter'a daha sık giren annelerin yaşam doyum ve psikolojik sağlamlık düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür. Psikolojik sağlamlıktaki düşüklük, gelecek algısı kategorisinde istatistiksel olarak anlamlı iken, benlik algısı ve dünya görüşünde anlamlı bulunmamıştır.

Çalışmamıza benzer şekilde bazı araştırmalara sosyal medyaya giriş süresi ile depresif belirtilerin ilişkisi konu olmuştur. Donnelly ve Kuss (2016) İngiltere'de yaptıkları bir çalışma neticesinde; İnstagram'da geçirilen süre ile depresif belirti düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel anlamlı ilişki olduğunu göstermiştir. ABD'de yapılan ebeveynlerin sosyal medya kullanımı ve depresif belirtilerin incelendiği bir araştırmada; sosyal medya platformlarını günlük iki saatten fazla kullananların depresif belirti düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Sidani ve ark., 2020). Benzer birçok çalışmada da çalışmamıza benzer şekilde sosyal medyada geçirilen süre ile depresif belirtilerinin ilişkili olduğu bulunmuştur (Çil, 2020; Hunt ve ark., 2018; Lin ve ark., 2016). Diğer taraftan bazı araştırmacılar çalışmamıza benzer şekilde sosyal medya araçlarına günlük girme sıklığının depresif belirti düzeyi ile ilişkisinin olduğunu göstermiştir (Lin ve ark., 2016). Diğer psikolojik durumlardan olan yaşam doyumu ve psikolojik sağlamlık düzeyi ile sosyal medya kullanım özelliklerinin ilişkisi diğer bir üzerinde durulan konudur. Çeşitli araştırmalar neticesinde, çalışmamıza benzer şekilde sosyal medyaya giriş süresi

daha fazla olanların yaşam doyum düzeylerinin ve psikolojik sağlamlık düzeylerinin daha düşük olduğu gösterilmiştir (Boonlue ve ark., 2016; Bozkurt 2020; Stieger, 2019).

Diğer taraftan, araştırmamızda sosyal medyaya günlük giriş süresi ve sıklığı ile narsistik kişilik özellikleri düzeyi arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Çalışmamızdan farklı Moon ve ark. (2016), narsistik kişilik özellikleri ile İnstagram'da geçirdikleri süre arasında ilişki saptamıştır. Araştırmamız süresince katılımcılarımızdan bazılarının anketi doldurduktan sonra "…..sanırım narsistik kişiliğim var mı diye bakıyorsunuz?" diye sorgulamıştır. Bu da çalışmadaki katılımcı profilinin sosyokültürel düzeyinin iyi olması ve bu nedenle NKE'de bulunan sorulara bilinçli bir şekilde yönlendirici/yanlı cevap vermiş olabileceğini düşündürmüştür.

Sonuç olarak annelerin psikolojik durumları ile sosyal medya kullanım süreleri ve sıklığı arasında bir ilişki olabileceği görülmektedir. Bu noktada annenin sosyal medyayı uygun ve yeterli kullanan bir dijital vatandaş olmasının ve çocuğunu sosyal ağlardaki tehlikelerden koruyan bir dijital bir ebeveyn olmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Araştırmamız neticesinde İnstagram'a sık ve uzun süreli giren annelerin depresif belirti düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum iki farklı şekilde açıklanabilir. Bunlardan ilki, depresif ruh haline sahip olan anne yüzyüze iletişimden ziyade kendini daha iyi ifade ettiğini düşündüğü sosyal medya platformlarına daha sık ve daha uzun süreli olarak girmeyi tercih edebilir. Diğeri ise; annelerin sosyal medya platformlarında daha sık ve uzun süreli vakit geçirmesi, gerçek ilişkilerine daha az vakit ayırmasına ve bunun sonucunda daha depresif hissetmesine neden olmuş olabilir. Diğer taraftan araştırmamızda İnstagram'a daha uzun süreli ve daha sık olarak giren annelerin yaşam doyum ve psikolojik sağlamlık düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum benzer şekilde açıklanabilir. Psikolojik sağlamlık ve yaşam doyum düzeyleri düşük olan kişiler sosyal medya aracılığıyla kendilerine yeni bir sanal çevre oluşturarak diğer kişilerle

iletişim kurmayı tercih edebilirler veya sosyal medyayı uygun olmayan şekilde kulllanan kişilerin zamanla psikolojik sağlamlık ve yaşam doyum düzeyleri azalıyor olabilir. Özetle kişinin mevcut ruh hali sosyal medya kullanımını etkilebileceği gibi, patolojik sosyal medya kullanımı da kişinin ruh halini olumsuz etkilemiş olabilir.

4.4.3. Katılımcıların Duygu Durumları ile İnstagram Profil Özellikleri Arasındaki İlişkisi

Bireyler dijital dünyada yaptıkları paylaşımları ile varlıklarını sürdürmektedir. Bu paylaşımlar ile kişilerin piskolojik durumları arasında net bir ilişkiden bahsedilmemektedir. Araştırmamızda annelerin İnstagram hesaplarının profil özellikleri incelenmiştir. Annelerin İnstagram hesaplarındaki takipçi, yıl başına düşen toplam, çocuklu ve selfi tarzında paylaşım sayıları ile depresif belirti, yaşam doyum, psikolojik sağlamlık ve narsistik kişilik düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır. Araştırmamızda annelerin selfi tarzında paylaşımları ile narsistik kişilik düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki gösterilmemiştir. Çalışmamızdan farklı olarak Moon ve ark. (2016) yaptıkları bir araştırmada; narsistik kişilik özelliklerine sahip kişilerin daha sık selfi tarzında fotoğraf paylaşımı yaptığını belirtilmiştir. Araştırmamızın eğitim düzeyi yüksek bir katılımcı profilinden oluşması nedeniyle daha önce de ifade edildiği üzere NKE alınan puanlar annelerin gerçek narsistik kişilik düzeyini yansıtmamış olabilir.

Araştırmamızda annelerin İnstagram profillerindeki çocuklarına ait fotoğraf paylaşma durumları ile psikolojik durumlarının ilişkisi incelendiğinde; çocuklarına ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda paylaşım yapan annelerin bu tarz paylaşım yapmayanlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı şekilde depresif belirti düzeylerinin daha yüksek, yaşam doyum düzeylerinin de daha düşük olduğu gösterilmiştir. Bir başka ifade ile depresif belirti düzeyi daha yüksek ve yaşam

doyum düzeyi daha düşük olan annelerin çocuklarına ait mahremiyet ihlal eden ve kimlik bilgileri içerir tarzda paylaşımları yapma olasıklıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durumun nedenleri, depresif ruh haline sahip annelerin sosyal medyanın tehlikelerini farketmekte zorluk çekmesi ve bu yüzden çocuklarına ait paylaşımları yaparken daha tedbirsiz davranması olabilir. Benzer şekilde yaşam doyum düzeyi düşük olan anneler dijital dünyadaki olumsuzları göremeyebilir ve çocuğuna ait paylaşımları yaparken dikkatsiz davranıyor olabilir.

Çalışmamızdaki verilerden anlaşıldığı üzere annelerin yaklaşık yarısı çocuğunun mahremiyetini ihlal eder, üçte biri ise kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğraf paylaşımı yapmaktadır. Bu tarzda paylaşımlar, birçok açıdan sorun teşkil edebilir. Henüz karar verme yetisi olmayan çocuğa ait içeriklerin paylaşımı çocuğun özel hayatının kamusallaştırılması açısından da sıkıntı yaratabilmektedir. Bu noktada ebeveynlerin çocuklarından izin istemesi gerekir, ancak çocuğunun soyut düşünme yetisi oluşmadan mantıklı karar vermesi beklenemeyeceği için çocuk izin verse bile sosyal mecralarda çocuğun yüksek yararı ön planda tutulacak şekilde davranılmalıdır. Moser ve ark. (2017), ebeveynleri ve çocuklarını dâhil ettikleri bir araştırmada; çocukların ebeveynlerinin kendilerine ait paylaşımlar için kendilerinden daha sık izin alması gerektiğini ifade ettiklerini göstermişlerdir. Çocuğa ait sosyal medya paylaşımları ile ilgili diğer bir sorun ise çocuğun yetişkin yaşa ulaştığında mevcut paylaşımlardan rahatsızlık duyabilmesidir. Duygulu (2019), yaptığı araştırmasında; katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyadaki çocuğa ait paylaşımlardan ve özellikle de mahremiyeti ihlal eder tarzda olan (bikinili, duş alırken, çıplak, doğum vb.) fotoğraf paylaşımlarından rahatsızlık duyduklarını tespit etmiştir

Araştırmamızda annelerin internet güvenliğine ilişkin tutumları ile çocuklarına mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda fotoğraf paylaşma durumları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki gösterilmemiştir. Bu da

çevirim içi tehditlerler hakkında bilgi sahibi olmanın çocuklara ait paylaşım konusunda doğru bir tutum için yeterli olmayacağı şeklinde yorumlanabilir.

4.5. İnstagram Takipçi Sayısının Profil Özellikleri ile İlişkisinin Analizi

Dijital dünyada bireyler kısa bir sürede normalde yüzyüze tanışma fırsatı düşük olan birçok kişi ile hızlıca arkadaş olma fırsatı yakalamaktadır. Başlangıçta cazip gibi görünen bu durum zamanla kişide alışkanlık haline gelerek her gün yeni kişilerin eklendiği kabarık bir takipçi/arkadaş listesi oluşumu ile sonuçlanmaktadır. Sosyal medyada sıkça duyduğumuz "fenomen anneler, popüler anneler, instamom" gibi ifadeler ile dikkatleri üzerine toplayan dijital kimlikler, sosyal medyadaki varlıklarını takipçileri aracılığıyla sürdürmektedir. Bu noktada sosyal platformlardaki takipçi sayısının diğer paylaşım özelliklerini etkileyebileceğinden bahsedilebilir.

Sosyal medya platformlarındaki kişilerin popülerliğin bir göstergesi gibi görülen takipçi sayısı, bireyin sosyal medyaki paylaşımlarını görüp yorum yapabilen kişilerden oluşmaktadır. Araştrmamızda; annelerin İnstagram'daki takipçi sayısı, yıllık toplam paylaşım sayısı, yıllık çocuklu paylaşım sayısı ve çocuklarına ait fotoğraf özelliklerini incelediğimizde; İnstagram'da takipçi sayısı fazla olan annelerin yıllık olarak toplam ve çocuklu paylaşım sayılarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha fazla olduğu görülmüştür. Aynı zamanda takipçi sayısı fazla olan annelerin çocuklarına ait oyun oynarken olan, çocuğun tek olduğu, mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini içerir tarzda fotoğraf paylaşma olasılıklarının da daha fazla olduğu saptanmıştır ($p<0,05$). Özetle araştırmamız neticesinde, takipçi sayısı fazla olan annelerin hem çocuğuna ait yıllık paylaşım sayısının daha yüksek hem de çocuğunun haklarını ihlal eder tarzda paylaşım yapma olasılığının daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcılarımız arasında fenomen, popüler ya da blogger anne bulunmamasına rağmen annelerin sıklıkla çocuklarına ait

fotoğrafları paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Sosyal medya platformlarındaki çocuk paylaşımları ile ilgili tedbirsizliğin sadece blogger veya fenomen annelerin sorunu olmadığı düşünülebilir. Bu duruma sosyal medyadaki takipçi sayısının ve beğenilme arzusunun çocuğun yüksek menfaatinin önüne geçmesi, annelerin sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımları daha sık ve tedbirsizce yapmasına neden olabilir. Takipçi sayısı her geçen gün daha da artan anne dijital dünyadaki paylaşımları ile çocuğunun güvenliği ve haklarını tehlikeye atacağını farkedemeyebilir.

Annelerin çocuğa ait paylaşımları çocuğu ve haklarını iki noktada etkilemektedir. Bunlardan ilki; bu annelerin çocuklarını her tür olumsuz içerik ve kötü muameleye karşı savunmasız bıraktığıdır. İkinci en önemli sorun ise; çocuk paylaşımları içinde kurgulanmış marka, kurum tanıtımı vasıtası ile çocuğun ticari amaç için kullanılmasıdır. Parsa ve Akmeşe (2019), takipçi sayısı 1 milyon ile 89,9 bin arasında değişen 17 popüler İnstagram annesine ait profilleri incelemiştir. Örneklemeye dâhil edilen annelerin sosyal medya profillerinde, işlerine ait iletişim bilgilerinin yer aldığı görülmüştür. Annelerin profil sayfalarında hamilelikten başlayan doğum sonrası devam eden paylaşımların olduğu, bu paylaşımlarda da çocuklarına karşı ilgili, onlara güzel ve temiz bakan, aynı zamanda mesleğinde de başarılı "süper anne" imajının vurgulandığı görülmüştür. Bu durum takipçi sayısı fazla olan anneleri bir sosyal pazarlama ağı için ideal kişi haline getirmektedir. O nedenle bu durum birçok çalışmada incelenmiştir. İnstagram annelerin veya blogger annelerin sayfalarında tanıttıkları ürünleri satın alma eğiliminin incelendiği bir araştırma sonucunda; annelerin büyük çoğunluğu ürün tanıtımının bilgilendirici olduğunu düşündüğünü ve tanıtılan ürünü satın aldığını belirtilmiştir (Sine ve Parlak Yorgancı, 2017). Aslan ve Ünlü (2016), İnstagram'daki popüler kişilerin takipçi ve beğeni sayısı ile İnstagram'da aldıkları reklam sayılarının orantılı olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmamıza katılan annelerden sadece 1 anne blogger olduğu için konu ile ilgili analiz yapılamamıştır.

Sonuç olarak sosyal medyadaki annenin varlığı sadece kendini değil beraberinde çocuğunu da etkileyebilir. Annenin ruh hali, sosyal medya platformlarında çocuğuna ait paylaşım yaparken dikkatsiz davranmasına neden olabilir. Sosyal medya araçlarının bilinçsiz bir şekilde kullanılması, annelerin psikolojik durumlarını olumsuz yönden etkileyebilir. Psikolojik olarak iyi hissetmeyen anne dijital ortamlarda çocuğuna yönelik paylaşımlar yaparken olası riskleri görmezden gelebilir. Diğer taraftan psikolojik olarak iyi hissetmeyen anne sosyal medyayı patolojik olarak kullanarak kendini ve çouğunu dijital dünyadaki risk faktörlerine karşı savunmasız bırakabilir.

Çalışmamızın Kısıtlıkları

1. Araştırmamızda, annelerin narsistik kişilik düzeyinin değerlendirilmesi için Narsistik Kişilik Envanteri kullanılmıştır. Katılımcılarının çoğunun bunun narsiszm ile ilişkili olduğunu kolayca anladığını ifade etmeleri annelerin narsistik kişilik düzeyinin objektif değerlendirilmesi açısından araştırmamızın bir kısıtlılığı olduğu göstermektedir.
2. Çalışmamızda kullanılan annelerin internet güvenliği ve bilinçli internet kullanım bilgisi ve bu konudaki olumsuz tutumlarını değerlendiren bir ölçek bulunmadığından tarafımızca oluşturulmuş bir anketten elde edilen verilere göre değerlendirilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu tez çalışması Ankara'da Başkent Üniversitesi Ankara Hastanesi'ne başvuran, çocukları 0-13 yaş aralığında olan annelerinin sosyal medya kullanım özellikleri ile sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımlarının niteliği ve niceliğinin incelenmesi ve sosyal medya kullanım özelliklerinin psikolojik sağlamlık durumları ile ilişkisinin değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmaya toplam 130 anne dahil edilmiştir.

Araştırmamızın gereç-yöntem kısmında belirttiğimiz hipotezlerimiz ve çalışmamız neticesinde elde ettiğimiz sonuçlar ile ilgili değerlendirmeler aşağıda belirtilmektedir

Hipotez 1: Annelerin sosyal medya kullanım sıklığı ve süresi ile depresif bulgularının derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı arttıkça annelerin depresif belirtilerinin derecesi artmaktadır.

Araştırmamıza dahil edilen annelerin İnstagram'a giriş süresi ve sıklığı ile depresif belirti düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($p<0,05$). İnstagram'a günlük daha uzun süreli ve sık giren annelerin depresif belirti düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer sosyal medya platformlarına giriş süreleri ve sıklığı ile depresif belirti düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Araştırmamızdaki annelerin %90'ının birinci sırada İnstagram'ı tercih etmesi nedeni ile diğer sosyal medya platformları ile depresif belirti düzeyi arasında ilişki gösterilememiş olabilir. Sonuç olarak annelerin İnstagram'a giriş süresi ve sıklığı ile depresif belirti düzeyi arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmış olup, bu durum birinci hipotezimizi doğrulamaktadır.

Hipotez 2: Annelerin sosyal medya kullanım sıklığı ve süresi ile yaşam doyumu arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı arttıkça annelerin yaşam doyum derecesi azalmaktadır.

Araştırmamıza dahil edilen annelerin İnstagram'a giriş sıklığı ve süresi, Facebook'a giriş süresi ve Twitter'a giriş sıklığı ile yaşam doyum düzeyleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($p<0,05$). Sonuç olarak İnstagram'a daha sık ve uzun süreli giren, Facebook'a daha uzun süreli giren ve Twitter'a daha sık giren annelerin yaşam doyum düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ikinci hipotezimizi doğrulamaktadır.

Hipotez 3: Annelerin sosyal medya kullanım sıklığı ve süresi ile psikolojik sağlamlık durumu arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek olan annelerin sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı azalmaktadır.

Sosyal medya platformlarına giriş sıklığı ve süresi ile hem psikolojik sağlamlığın hem de psikolojik sağlamlığın alt gruplarından olan benlik algısının, gelecek algısının ve dünya görüşünün ilişkisi incelenmiştir.

Araştırmamız neticesinde annelerin İnstagram'a giriş sıklığı ve süresi, Facebook'a giriş süresi ve Twitter'a giriş sıklığı ile psikolojik sağlamlık ve/veya psikolojik sağlamlık alt kategorileri arasında istatistiksel anlamlı ilişki gösterilmiştir ($p<0,05$). Günlük olarak İnstagram'a daha uzun süre giren annelerin psikolojik sağlamlık ve dünya görüş düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür. Benzer şekilde günlük İnstagram'a daha sık giren annelerin psikolojik sağlamlık, gelecek algısı ve dünya görüş düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür. Facebook'ta daha uzun süre vakit geçirenlerin gelecek algısı düzeylerinin daha düşük olduğu,

Twitter'a giriş sıklığı fazla olan annelerin ise psikolojik sağlamlık ve gelecek algısı düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

Yukarıdan bahsedilen mevcut bulgularla araştırmamız üçüncü hipotezimizi doğrulamaktadır.

Hipotez 4: Annelerin sosyal medya kullanım sıklığı ve süresi ile narsistik kişilik özellikleri arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Narsistik kişilik özellikleri yüksek olan annelerin sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı daha yüksektir.

Araştırmamız neticesinde annelerin İnstagram, Facebook, Twitter ve Snapchat'e giriş süre ve sıklıkları ile narsistik kişilik özellikleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki gösterilmemiştir. Katılımcılarımızın sosyokültürel düzeylerinin iyi olması ve NKE'ne yanıltıcı yanıt vermiş olması bu duruma neden olmuş olabilir. Sonuç olarak araştırmamız dördüncü hipotezimizi doğrular nitelikte değildir.

Hipotez 5: Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma durumları ile depresif bulgularının derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Depresif belirti düzeyi yüksek olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Annelerin İnstagram'daki çocuklarına ait fotoğraf özellikleri incelendiğinde; çocuklarının mahremiyetini ihlal eden ve kimlik bilgileri içerir tarzda olan fotoğraf paylaşımı yapan annelerin bu tarz paylaşım yapmayanlara kıyasla depresif belirti düzeyi daha yüksek olan Beck II grubunda yer alma olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir($p<0,05$). Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf paylaşım

durumlarına göre ortalama BDÖ puanları incelendiğinde ise İnstagram'da çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda fotoğraf paylaşımı yapan annelerin yapmayanlara kıyasla BDÖ ortalama puanlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğraf paylaşan annelerin ortalama BDÖ puanı 12,6±6,5 iken; bu tarz paylaşım yapmayan annelerin 9,5±5,1 idi. Benzer şekilde çocuklarına ait kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda paylaşım yapanların ortalama BDÖ puanı 14,4±5 iken, bu tarz paylaşım yapmayanların 9,3±6,0 olduğu görülmüştür. Özetle çocuğuna ait mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda paylaşım yapan annelerin depresif belirti düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışmamız neticesinde elde ettiğimiz sonuçlar beşinci hipotezimizi doğrular niteliktedir.

Hipotez 6: Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma durumları ile yaşam doyum derecesi arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Yaşam doyum düzeyi düşük olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait fotoğraf paylaşım durumlarına göre yaşam doyum düzeyleri incelendiğinde; İnstagram'da çocuğunun mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini ifşa eder tarzda fotoğraf paylaşımı yapan annelerin yapmayanlara kıyasla yaşam doyum düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı şekilde düşük olduğu bulunmuştur ($p<0,05$). Araştırmamız neticesinde elde ettiğimiz bulgular altıncı hipotezimi doğrular niteliktedir.

Hipotez 7: Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma durumları ile psikolojik sağlamlığı arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Psikolojik sağlamlık

düzeyi düşük olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait aile içinde, çocuğun tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları ile ortalama BÜE puanları arasında istatiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır. Bu açıdan araştırmamızın sonuçlarının yedinci hipotezimizle uyumlu olmadığı görülmektedir.

Hipotez 8: Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma durumları ile narsistik kişilik özelliklerinin derecesi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Narsistik kişilik özellikleri düzeyi yüksek olan anneler sosyal medyada çocuklarına ait paylaşımlarda daha tedbirsiz davranırlar.

Annelerin İnstagram'da çocuklarına ait aile içinde, çocuğun tek olduğu, oyun oynarken olan, doğum gününde olan, mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma durumları ile ortalama NKE puanları arasında istatiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır. Bu durum, yukarıda bahsettiğimiz katılımcılarımızın anket sonrası "…. Sanırım biraz narsistim?..." gibi sorularından yola çıkarak annelerin NKE doğruyu yansıtan sonuçlar vermemiş olmasından kaynaklanıyor olabilir. Bu açıdan araştırmamızın sonuçlarının sekizinci hipotezimizle uyumlu olmadığı görülmektedir.

Hipotez 9: Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma durumları ile İnternet güvenliği hakkındaki bilgi düzeyi arasında negatif yönde bir ilişki vardır. İnternetin güvenli kullanımı hakkında bilgi sahibi olan annelerin çocuklarına ait

mahremiyeti ihlal eder ve kimlik bilgisi içerir tarzda paylaşım yapma olasılığı daha azdır.

Annelerin internet güvenliğine ilişkin tutumları ile annelerin sosyal medya araçlarındaki çocuklarına ait kimlik bilgisi içerir ve mahremiyetini ihlal eder tarzda fotoğraf paylaşma durumu arasında istatistiksel anlamlı ilişkiye saptanmamıştır. Bu durum annelerin internet güvenliği ile ilgili bilgi sahibi olmalarına rağmen sosyal medyada çocuklarına ait paylaşım yapmaktan kendilerini alıkoyamamaları ile açıklanabilir. Özetle, araştırmamızın sonuçlarının dokuzuncu hipotezimizle uyumlu olmadığı görülmektedir.

Hipotez 10: İnstagram profilinde takipçi sayısı fazla olan annelerin çocuklarına ait paylaşım sayıları daha fazladır. İnstagram' daki takipçi sayısı fazla olan anneler çocuklarına ait paylaşımlar yaparken tedbirsizce davranırlar**.**

Annelerin İnstagram'daki takipçi sayısı ile diğer profil özelliklerinin ilişkisi incelendiğinde; İnstagram'daki takipçi sayısı ile yıllık toplam ve çocuklu paylaşım sayısı arasında pozitif yönde istatiksel anlamlı ilişki saptanmıştır ($p<0,05$). İnstagram'daki takipçi sayısı daha fazla olan annelerin, toplam ve çocuklu paylaşım sayısının daha yüksek olduğu görülmektedir. Takipçi sayısı fazla olan anneler, çocuklarına ait paylaşım yaparken dijital dünyadaki tehlikeleri farketmede güçlük çekiyor olabilir. Araştırmamız neticesinde elde ettiğimiz bulgular onuncu hipotezimi doğrular niteliktedir.

Araştırmamız neticesinde tespit ettiğimiz bir diğer önemli bulgumuz; İnstagram'daki takipçi sayısı fazla olan annelerin çocuklarına ait oyun oynarken, tek olduğu, mahremiyetini ihlal eder ve kimlik bilgilerini içerir tarzda olan fotoğraf paylaşma olasılıklarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha fazla olduğudur.

Diğer taraftan araştırmamız neticesinde annelerin en sık ve birinci sırada tercih ettikleri sosyal medya platformunun İnstagram olduğu görülmektedir. Annelerin günlük en sık olarak ortalama 6 kez ve en uzun süreli ortalama 1 saat 15 dakika ile İnstagram'a girdikleri saptanmıştır. Annelerin en sık olarak iletişim, bilgi edinme ve fotoğraf paylaşma amacıyla sosyal medya platformlarını kullandığı görülmüştür. Annelerin tamamına yakının sosyal medya platformlarında paylaşımda bulunduğu, en sık olarak "ayda bir kereden daha az" olacak şekilde çocuklarına ait paylaşım yaptıkları ve çocuklarına ait içerik olarak da en sık (%90,8) fotoğraf paylaşımı yaptıkları görülmüştür. Araştırmamıza dahil edilen annelerin çocukların ait video ve bilgi paylaşımı yaptıklarını belirten annelerin, bu tarz paylaşımları yapmayanlara kıyasla yaşam doyum düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir.

Sosyal medyayı blog tutma/yazma amacıyla kullanan annelerin, psikolojik sağlamlık, benlik algısı ve gelecek algısı düzeylerinin istatistiksel anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu görülmüştür. Diğer taraftan sosyal medyayı asıl kullanım amaçlarından biri olan iletişim maksadıyla kullanan annelerin narsistik kişilik skorlarının daha düşük olduğu saptanmıştır. Sosyal medya amacına uygun kullanmama psikolojik olarak iyi olmamanın bir sonucu olabilir veya kendini iyi hissetmeyen birey sosyal medya platformlarını farklı amaçlarla kullanabilir.

Özetle araştırmamız neticesinde İnstagram'a daha sık ve uzun süreli girmenin psikolojik durumlarla ilişkili olabileceği ve annenin psikolojik durumun çocuğuna ait paylaşım durumu ile de ilişkisi olduğu görülmektedir. Annelerin psikolojik durumlarının hem sosyal medya kullanım özellikleri ile hem de çocuklarına ait paylaşımlar ile ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu açıdan araştırmamız annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile psikolojik durumlarının ilişkisini ve annelerin çocuklarına ait paylaşım özellikleri ile psikolojik durumlarının ilişkinin incelenmesi ile literatüre katkı sağlayacaktır.

Yukarıda bahsedilen sonuçlardan da anlaşılacağı üzere annelerin sosyal medyanın içinde barındırdığı olası risklerden korumak önem arz etmektedir. Sosyal medya kullanım özelliklerini etkileyebileceği düşünülen eğitim durumu açısından, araştırmamıza dahil edilen annelerin eğitim durumlarının çoğunun lisans mezunu olduğu ve annelerin neredeyse tamamının çocuğuna ait paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Bu nedenle annelerin eğitim düzeylerinin tek başına dijital tehlikelere karşı koruyucu olmadığı düşünülmektedir. Sosyal medyadaki olumsuzlukları görmezden gelen anne sosyal medyadaki tehditlerle ilgili yine sosyal medya aracılığıyla bilgilendirilebilir. Toplum tarafından sevilen veya ünlü kişilerin yaptığı dijital güvenlikle ilgili canlı yayınlar ve paylaşımlar aracılığıyla annelerin dikkatinin bu konuya çekilmesi hedeflenmelidir.

Diğer bir önemli durum; içinde kıyaslama ve rekabet ortamını barındıran sosyal medya platformlarındaki tehlikeler ile ilgili annelerin bilgilendirilmesidir. Çocuğu olduktan sonra bir anda sayısız sorumluluk üstüne yüklenen anne için, blog tutma akut dönemde kurtarıcı ve rahatlatıcı bir çözüm gibi görünse de blog yazma/takip etmenin uzun dönem çocuk ve anne üzerindeki etkilerinin net olmadığı akılda tutulmalıdır. Bu nedenle blog tutma ve takip etmenin beraberinde getirebileceği olumsuz durumlar hakkında anneler bilinçlendirilmelidir. Sosyal medya araçlarındaki takipçilerinin sadece yazılı bir rakam ve profilden ibaret olmadığının farkında olunmalıdır. Nasıl birey evine, iş yerine herkesi davet etmiyorsa, sosyal mecralarda da iletişim halinde olduğu kişilerle ilgili dikkatli davranmasının gerekmektedir. Bu açıdan bireylerin dijital vatandaşlığının sorumluluklarını yerine getirmesinin önemi vurgulanmalıdır.

Yaşamımızın her aşamasını etkileyen psikolojik durumlar, annelerin sosyal medyadaki kendi ve çocuğuna ait varlığını da etkileyebilmektedir. Annelerin psikolojik olarak iyilik hallerinin sağlanması ve stresle baş edebilme yeteneklerinin geliştirilmesi, gerekli ve yeterli tıbbi destek ile mümkün olabilmektedir. Bu noktada çocuk ve anne ile temas halinde olan tüm sağlık çalışanına büyük görevler

düşmektedir. Çocuğun rutin kontroleri sırasında, nasıl ki büyüme ve gelişmesi değerlendiriliyorsa aynı şekilde çocuğa ait dijital ayak izleri de sorgulanarak gerekli tedbirler alınmalıdır.

Sonuç olarak; annenlerin sosyal medya kullanımından ziyade, annelerin sosyal medyayı amacına uygun ve tedbirli kullanmamasının sorun oluşturabileceği bilinmelidir. Bireyin ruh hali sosyal medya kullanım özelliklerini olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, uygunsuz sosyal medya kullanımı da bireyin psikolojisini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu noktada bilinmesi gereken psikolojik durumların, bireye ait iyileştirilebilir özellikler olduğudur. Bu durumu bir avantaj haline çevirerek, anneler gebeliklerinden itibaren psikolojik destek ve rehberliklerle desteklenmelidir. Annelere stresle baş edebilmek için müzik, dans, spor ve resim gibi ek hobilerin kazandırılması önemlidir. Bu sayede annelerin hayatlarının meşakkatli ve yorucu süreçlerinde yalnız hissetmeleri engellenmiş olabilir. Diğer taraftan annelere çocuk hakları ve güvenliği ile ilgili seminerler, toplantılar ve televizyon programları düzenlenerek çocuklarına ait paylaşımlarla ilgili bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Ebeveynlere, bebeğin daha anne karnında başlayan büyüme ve gelişim sürecinin özel olduğu ve çocuğun güvenliğinin sağlanmasının temel bir ihtiyaç olduğu anlatılmalıdır.

ÖZET

Annelerin Psikolojik Sağlamlık Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri

Teknolojik gelişmeler sonucunda annelerin sosyal medya kullanımının artması beraberinde birçok tartışma konusunu getirmiştir. Bunlardan ilki sosyal medya platformlarının annelerin ruh sağlığını nasıl etkilediğidir. Bir grup çalışmada; sosyal medya kullanımın annelere destek olarak daha iyi hissetmesini sağladığı gösterilmiştir (Chouve Edge, 2012; Kross, Verduyn, Demiralp, 2013). Diğer taraftan bazı araştırmacılar da annelerin sosyal medya kullanımının onları olumsuz etkileyerek depresif belirti düzeyinin artışı ile ilişki olduğunu göstermiştir (Padoa ve ark., 2018; Sidani ve ark., 2020). Annelerin dijital dünyada varlığı ile birlikte gündeme gelen bir diğer durum ise "sharenting" diye bahsedilen ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımlarıdır. Annelerin henüz söz hakkı olmayan çocuğuna ait paylaşımlarının hem niteliği hem niceliği çocuk hakları açısından sorun yaratabilmektedir. Bu araştırmada; annelerinin sosyal medya kullanım özellikleri ile sosyal medya platformlarında çocuklarına ait paylaşımlarının niteliği ve niceliğinin incelenmesi ve sosyal medya kullanım özelliklerinin psikolojik sağlamlık durumları ile ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmaya; 2020 Nisan-2021 Ocak tarihleri arasında Başkent Üniversitesi Hastanesi çocuk polikliniğine başvuran çocukların annelerinden, İnstagram hesabı olan, hesabını @dr_anne_baba kullanıcısı tarafından takip etmemize izin veren, çocuğu 13 yaşından küçük olan ve anketi doldurmayı kabul eden 130 anne dahil edilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden anneler, sosyodemografik özellikler, sosyal medya kullanım özellikleri ve internet güvenliğine ilişkin özelliklerini değerlendirmek için bir anket formu ve depresyon düzeylerini belirlemek için Beck Depresyon Ölçeğin (BDÖ), yaşam doyum düzeylerini belirlemek için Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ), psikolojik sağlamlık düzeyini belirlemek için Bilişsel Üçlü Envanter (BÜE) ve narsistik kişilik özelliklerini belirlemek için Narsistik Kişilik Envanterinden (NKE) oluşan bir anket formunu online olarak doldurmuştur. Araştırmaya katılmaya kabul eden annelerin İnstagram hesabı, tarafımızca açılan "@dr_anne_baba" hesabı tarafından bir kez incelenerek annelerin İnstagram profil ve çocuklarına ait paylaşım özelliklerini içeren "İnstagram Kullanım Özelliklerine İlişkin Veri Formu" tarafımızca doldurulmuştur.

Araştırmamıza dahil edilen annelerin ortalama yaşları 34,5±4,4 idi. Katılımcıların ilk tercih ettikleri sosyal medya platformunun İnstagram olduğu görülmüştür. Annelerin tamamının İnstagram (%100), %63,8'inin Facebook, %40,8'inin Twitter ve %6,2'sinin Snapchat (%6,2) hesabı olduğu saptanmıştır. Annelerin sosyal medya platformlarını en sık olarak iletişim (%82,3) amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Annelerin ortalama 5,8±4,1 kez/gün ile en sık olarak ve 75,5±59,5 dakika/gün olarak en uzun süreli olarak İnstagram'a girdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların İnstagram'a giriş süresi ve sıklığı ile depresif belirti düzeyi arasında pozitif yönde, yaşam doyumu ve psikolojik sağlamlık düzeyi arasında negatif yönde istatistiksel anlamlı ilişki gösterilmiştir ($p<0,05$). Facebook'a giriş süresi ve Twitter'a giriş sıklıkları ile yaşam doyumu düzeyi arasında negatif yönde istatistiksel anlamlı ilişki gösterilmiştir ($p<0,05$). Facebook'a giriş süresi ve Twitter'a giriş sıklığı ile gelecek algısı negatif yönde istatistiksel anlamlı ilişki saptanmıştır($p<0,05$). Annelerin çocuklarına

ait fotoğraf paylaşımları @dr_anne_baba adlı kullanıcı tarafından annelerin İnstgram profili incelenerek değerlendirilmiştir. Çocuklarına ait mahremiyet ihlal eder ve kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğraf paylaşan annelerin bu tarz paylaşımlar yapmayanlara kıyasla depresif belirti düzeylerinin yüksek ve yaşam doyum düzeylerinin düşük olduğu gösterilmiştir ($p<0,05$). Annelerden takipçi sayısı fazla olanların, istatistiksel anlamlı olarak yıllık toplam ve çocuklu paylaşım sayısının daha yüksek olduğu ve bu annelerin çocuklarına ait oynarken, kimlik bilgisi içerir ve mahremiyeti ihlal eder tarzda fotoğraf paylaşma olasılığının daha yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0,05$).

Araştırmamızda İnstagram'ı daha uzun ve daha sık kullananların depresif belirti düzeyinin daha yüksek, yaşam doyum ve psikolojik sağlamlık düzeyinin daha düşük olduğu görülmektedir. Depresif belirti düzeyi yüksek ve yaşam doyum düzeyleri daha düşük olan annelerin çocuklarına ait kimlik bilgisi içerir ve mahremiyeti ihlal eder tarzda paylaşım yapma olasılığının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum depresif ruh haline sahip bireylerin sosyal medyayı bilinçli ve yeterli kullanma konusunda dikkatsiz davranması ile açıklanabilir. Diğer taraftan kişilerin uzun süreli ve sık olarak sosyal medya platformlarına girmesi kişinin diğer insanlarla yüz yüze iletişimini azaltarak depresyon gelişimine zemin hazırlayabilir. Benzer şekilde depresif ruh haline sahip anne, sosyal medya platformlarındaki riskleri farkedemeyebilir ve bu platformlarda çocuğuna ait paylaşımlar yaparken tedbirsizce davranabilir. Bu açıdan annenin sosyal medyayı bilinçli olarak kullanması ve anneye sosyal medya dışında da destek olabilecek ortamların geliştirilmesi önemlidir.

Anahtar Sözcükler: Anne, Çocuğa ait paylaşım**,** Psikolojik durum, Sosyal medya.

SUMMARY

Psychological Resilience and Social Media Usage Characteristics of Mothers

As a result of technological developments, the increase in the use of social media by mothers has brought along many controversial topics. The first is how social media platforms affect the mental health of mothers. In a group study, it has been shown that the use of social media as a support makes mothers feel better (Chouve Edge, 2012; Kross, Verduyn, Demiralp, 2013). Whereas in other studies, some researchers have shown that mothers' use of social media negatively affects them and is associated with an increase in the level of depressive symptoms (Padoa et al., 2018, Sidani et al.2020). Another situation that comes forward along with the presence of mothers in the digital world is the sharing of their children on their own social media platforms, which is referred to as "sharenting". Both the quality and the quantity of mothers' posts about their children, who have no right to speak, can create problems in terms of children's rights. In this study, the aim was to examine the social media usage characteristics of mothers and the quality and quantity of their children's posts on social media platforms, and to evaluate the relationship between their social media usage characteristics and their psychological resilience.

The subjects included in this study are 130 mothers of children who applied to Başkent University Hospital pediatric outpatient clinic between April 2020 and January 2021, who had an Instagram account, who allowed us to follow their account by username " @dr_anne_baba", whose children were under 13 years old, and who accepted to fill in the questionnaire. Mothers who agreed to participate in the study filled an online questionnaire to evaluate sociodemographic characteristics, social media usage characteristics, internet safety characteristics, the Beck Scale of Depression to determine their level of depression, the Life Satisfaction Scale to determine the life satisfaction levels, the Cognitive Triad Inventory determine their level of psychological resilience, and the Narcissistic Personality Inventory to determine narcissistic personality traits. The Instagram account of the mothers who accepted to participate in the study was examined once by the "@dr_anne_baba" account opened by us, and the "Data Form on Instagram Usage Features" containing the Instagram profile features of the mothers and the sharing features of their children was filled by us.

The mean age of the mothers included in our study was 34.5±4.4 years. It has been observed that the first social media platform preferred by the participants is Instagram. It was determined that all mothers had Instagram (100%), 63.8% had Facebook, 40.8% had Twitter and 6.2% had Snapchat (6.2%) accounts. It was found that mothers most frequently used social media platforms for communication (82.3%). It was found that mothers used Instagram most frequently (5.8±4.1 times / day) and the longest (75.5±59.5). There was a positive correlation between the duration and frequency of participants' login to Instagram and their level of depressive symptoms, and a negative statistically significant relationship between life satisfaction and psychological resilience ($p<0,05$). A negative statistically significant relationship was found between Facebook login time and frequency of Twitter login and life satisfaction level ($p<0,05$). Negative statistically significant relationship between Facebook login time and frequency of Twitter login and future perception was

determined ($p<0,05$). The photo sharing of the mothers' children was evaluated by a user named @dr_anne_baba by examining the Instagram profile of the mothers. It has been shown that mothers who share photos containing privacy and identity information of their children have higher the levels of depressive symptoms and lower levels of life satisfaction compared to mothers who did not share such photos ($p<0,05$). It was determined that mothers with a higher number of followers had a statistically significant higher total and number of posts with children per year, and these mothers were more likely to share pictures of their children, including playing photo, identity information, and privacy ($p<0,05$).

In our study, we found the mothers who use Instagram longer and more frequently had higher levels of depressive symptoms and lower levels of life satisfaction and psychological resilience. It was found that mothers with high levels of depressive symptoms and lower levels of life satisfaction were more likely to share photos that include identity information and privacy of their children. This can be explained by the carelessness of individuals with a depressive mood in using social media consciously and adequately. On the other hand, long-term and frequent use of social media platforms may pave the way for the development of depression by reducing the person's face-to-face communication with other people. Similarly, the mother with a depressed mood may not be aware of the risks on social media platforms and may act imprudently while sharing her child's posts on these platforms. In this respect, it is important for the mother to use social media consciously and to develop environments that can support the mother outside of social media.

Keywords: Mother, Psychological state, Sharenting, Social media.

KAYNAKLAR

ABRAHİM S, MİR BA, SUHARA H, SATO M (2018). Exploring academic use of online social networking sites (sns) for language learning: Japanese students perceptions and attitudes towards Facebook. Journal of Information Technology & Software Engineering.8(1),1-5. https://scite.ai/reports/exploring-academic-use-of-online-.

AHİ G (2016). Sosyal ağlar ve çocukların mahremiyeti. Erişim adresi: [https://digitalage.com.tr/makale/sosyal-aglar-ve-cocuklarin-mahremiyeti/]. Erişim tarihi: 05/11/2020.

AHMAD I, KHAN M (2005). Risk factors associated with post-natal depression in Pakistani women. Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology, **3**, 41–50.

AKBULUT M, ÇELİK C (2018). Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Statü İlişkisi. International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS'18) June 27-28, 2018 /Bandırma- Turkey.

AKGÜL, A (2016). Kişisel Verilerin Korunmasında Yeni Bir Hak: "Unutulma Hakkı" ve AB Adalet Divanı'nın "Google Kararı". TBB Dergisi, Sayı:**116**,11-38.

AKPINAR, B.H., PAYLAN, N., ETLİK Ş., ERUS B, KARAKOÇ, H (2020). "Sharenting" konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri, Genel Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(2), 8-18.

AKTAN E, KATIŞ HH (2018). Online Academic Journal of Information Technology.Ajit-e.org. Erişim adresi: [https://ajit-e.org/download_pdf.php?id=307&f=307_rev1.pdf]. Erişim tarihi:12/12/20.

AKYÜZ E (2012). Çocuk Hakları. **2**:125. Ankara.

ALTINTAŞ A (2020). Lise Öğrencilerinde Problemli İnternet Kullanımının Duygusal Zeka Ve Yaşam Doyumu Açısından İncelenmesi. İstanbul.

AMERİCAN PSYCHİATRİC ASSOCİATİON, DSM-5 TASK FORCE (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (DSM-5). Washington, DC: American Psychiatric Publishing.

AMMARİ T, LAMPE C, SCHOENEBECK S (2015). Managing Children's Online İdentities: How Parents Decide What To Disclose About Their Children Online. The Acm Confrence On Human Factors In Comouting Systems, 18-23 April, 2015, Seoul, Korea.

ANDERSON M (2015). Men catch up with women on overall social media use. Pew Research center 2015. Erişim adresi: [https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/28/men-catch-up-with-women-on-overall-social-media-use/]. Erişim Tarihi: 02/11/2020.

AMERİCAN PSYCHİATRİC ASSOCİATİON (2013). DSM-5 (Diagnostic and statistical manual of mental disorders): DSM-5. 5th ed. Washington, DC: American Psychiatric Association.

ANDIÇ S, BATIGÜN AD (2019). DSM-5 Tanı Ölçütleri Temelinde İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nin Geliştirilmesi: İnternet Oyun Oynama Bozukluğu açısından Bir Değerlendirme. Türk Psikiyatri Dergisi 2019. **10**:12.

ANDREASSEN CS, BİLLİEUX J, GRİFFİTHS MD, KUSS DJ, DEMETROVİCS Z, MAZZONİ, E, PALLESEN S (2016). The relationship between addictive use of social media andvideo games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. Psychology of Addictive Behaviors, **30;** 252–262.

ARAYA R, LEWİS G, ROJAS G, MANN A (2001). ''Patient knows best''—detection of common mental disorders in Santiago, Chile: Cross sectional study. British Medical Journal, **322**; 79–80.

ARCHER C, KAO K (2018). Mother, baby and Facebook makes three: does social media provide social support for new mothers? Media International Australia 2018, **1**: 122–139.

ARISOY Ö (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 1(1), 55-67.

ASLAN A, ÜNLÜ GD (2016). İnstagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: İnstagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, **3(2)**; 43-65.

ATAY S (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye Standardizasyonu. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi **11**(1);181-196.

AYDIN A (2015). Dijital Vatandaşlık Türk Kütüphaneciliği **29(1);** 142-146.

AYKAN ŞB, ALTINDİŞ M, EKERBİÇER H, ASLAN FG, ALTINDİŞ S (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve cinsel yolla bulaşan hastalıklarla ilgili farkındalıkları. Kocaeli Üniversites Sağlık Bilimleri Dergisi, **3**(1); 1-5.

BAE MN, LEE M, PARK S, LEE EJ (2019). Associations among addiction risk, life satisfaction, depression, and suicidal ideation in Korean adults. Journal of Korean Academy of Psychiatric and Mental Health Nursing **28(2);** 133-143.

BALCI Ş, KOÇAK MC (2017). ''Sosyal Medya Kullanımı ile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma'', 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, NobelAkademik Yayıncılık, Ankara, 2017, 34-45.

BALCI Ş, BAL E, DELAL Ö (2019). Instagram Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları ile Narsisizm Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Örneği. Erciyes İletişim Dergisi. **6** (2); 955-974.

BALL ROKEACH SJ (1998). A Theory of Media Power and a Theory of Media Use: Different Stories, Questions, and Ways of Thinking. Mass Communication and Society Volume 1, 1998-Issue 1-2.

BAŞOĞLU M, YANAR Ş (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi **1(2);** 6-13.

BECK AT, WARD CH, MENDELSON M, MOCK J, ERBAUGH J (1961). An inventory for measuring depression. Archives of general psychiatry **4**; 561-571.

BECK AT. (1987). Cognitive models of depression. J Cogn Psychother 1987;**1**: 5–37

BECK AT, STEER RA, BALL R, RANİERİ W (1996). Comparison of Beck Depression Inventories -IA and -II in psychiatric outpatients. J Pers Assess **67(3);** 588-93.

BECKHAM EE, LEBER, WR, WATKİNS, JT, BOYER, JL, COOK JB (1986). Development of an instrument to measure Beck's cognitive triad: The Cognitive Triad Inventory. Journal of Consulting and Clinical Psychology **54(4);** 566-567. Doi:10.1037/0022-006X.54.4.566

BERGMAN SM, FEARRİNGTON ME, DAVENPORT SW, BERGMA JZ (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on socialnetworking sites and why. Personality and Individual Differences **50(5);** 706–711.

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İNTERNETİN BİLİNÇLİ, GÜVENLİ KULLANIMI. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu İnternet Daire Başkanlığı. Erişim adresi: [https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/nH58Q.pdf]. Erişim tarihi: 08/12/20.

BŁACHNİO A, PRZEPİORKA A, PANTİC I (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. Computers in Human Behavior **55**; 701–705. doi:10.1016/j.chb.2015.10.026

BŁACHNİO A, PRZEPİORKA A, BENVENUTİ M, MAZZONİ E, SEİDMAN G (2018). Relations between facebook intrusion, internet addiction, life satisfaction, and self - esteem: A study in Italy and the USA. International Journal of Mental Health and Addiction **7**; 145-157.

BLOCK JJ (2008). Issues for DSM-V: Internet addiction. American Journal of Psychiatry **165(3)**; 306-307.

BOONLUE T, BRİGGS P, SİLLENCE E (2016). "Self-Compassion, Psychological Resilience and Social Media Use in Thai Students, BCS HumanComputer Interaction Conference.11-15 Temmuz 2016.Tayland.

BOSTANCI M (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı.: Online Academic Journal of Information Technology 10(38). DOI:10.5824/1309-1581.2019.3.005.

BOZKURT V, KESER A, ZULFİKAR H (2020). Factors predicting life satisfaction among social media users. Journal of Social Policy Conferences, **78;** 47-62.

BRAİLOVSKAİA J, MARGRAF J, SCHİLLACK H, K€OLLNER V (2019). Comparing mental health of Facebook users and Facebook non-users in an inpatient sample in Germany. Journal of Affective Disorders **259;** 376–381.

BRAİLOVSKAİA J, SCHİLLACK H, MARGRAF J (2020a). Tell me why are you using social media (SM)! Relationship between reasons for use of SM, SM flow, daily stress, depression, anxiety, and addictive SM use – An exploratory investigation of young adults in German. Computers in Human Behavior 113; 106511.

BRAİLOVSKAİA J, BİERHOFF HW, ROHMANN E, RAEDER F, MARGRAF J (2020b). The relationship between narcissism, intensity of Facebook use, Facebook flow and Facebook addiction. Addict Behav Rep. Jun; 11: 100265. doi: 10.1016/j.abrep.2020.100265

BRAND M, YOUNG KS, LAİER C (2014). Prefrontal control and Internet addiction: a theoretical model and review of neuropsychological and neuroimaging findings. Frontiers in human neuroscience **8(375**); 1-13.

BRANDİNG TÜRKİYE (2017). 2018 tarihinde Facebook Hakkında Her Şey: Facebook Nedir? Nasıl Kullanılır? Facebook'un Özellikleri Nelerdir? Erişim adresi: [https://www.brandingturkiye.com/facebook-hakkinda-her-sey-facebook-nedir-nasil-kullanilir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/]. Erişim tarihi: 05/12/20.

BROSCH A (2016). When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook. March 2016. The New Educational Reviwe. **43**(1); 225-235.

BROSCH A (2018). Sharenting-Why Do Parents Violate Their Children's Privacy? The New Educational Review, **54**; 75-85.

CAMPBELL S, BROWNELL C, HUNGERFORD A, SPİEKER S, MOHAN R, BLESSİNG J (2004). The course of maternal depressive symptoms and maternal sensitivity as predictors of attachment security at 36 months. Development and Psychopathology, 16, 231–252

CAMPBELL WK, FOSTER CA (2002). Narcissism and commitment in romantic relationships: An investment model analysis. Personality and Social Psychology Bulletin, **28**; 484-495.

CANADİAN AGENCY FOR DRUGS AND TECHNOLOGİES İN HEALTH (CADTH) RAPİD RESPONSE SERVİCE (2015). Diagnosing, Screening, And Monitoring Depression in the Elderly: A Review of Guidelines (Internet). Erişim adresi: [https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK321379/]. Erişim tarihi:08/11/20.

CAPLAN SE (2005). A social skill account of problematic internet use. Journal of Communication **55**; 721–736.

CARPENTER CJ (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. Personality and Individual Differences **52;** 482–486

CASALE S, BANCHİ V (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. Addict Behav Rep. 2020 Jun; **11**: 100252.

CEYHAN A (2011). Ergenlerin problemli internet kullanımı düzeylerinin yordayıcıları. Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi **18(2):** 85-94.

CHOU HT, EDGE N (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others’lives. Cyberpsychol Behav Socl Netw; **15(2);**117–121.

CHOW HPH (2005). Life satisfaction among university students in a Canadian Prairie City: A multivariate Analysis. Social Indicators Research, **70**; 139-150.

COLWELL J, KATO M (2003). Investigation of the relationship between social isolation, selfesteem, agression and computer game play in Japanese adolescents. Asian Journal of Social Psychology **6**; 149-158

C.S MOTT CHİLDREN’S HOSPİTAL NATİONAL POLL ON CHİLDRENS HEALTH (2015). Prants on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. Erişim adresi: [https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting].. Erişim tarihi:12/12/20.

ÇAM E (2012). Öğretmen Adaylarının Eğitsel ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları ve Facebook Bağımlılıkları. Sakarya.

ÇAYIRLI E (2017). Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılanmaları, Yaşam Doyumu ve Depresyon Açısından İncelenmesi. İstanbul.

ÇEVİK SB (2020). Sosyal Medyada Kuşak Farkı: Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma. İstanbul.

ÇİL SN (2020). Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyonla İlişkisi. İstanbul.

ÇİVİ G, ÇEKİÇ MN (2014). Intersect Kullanıcı Kimlik Doğrulama ve Onaylama Sistemi. GIDB-Dergi. Sayı **1**.

ÇOBAN H (2020). Afet Çalışanlarında Psikolojik Dayanıklılık ve Stresle Başa Çıkma Düzeyi. Afet Yönetimi Anabilim Dalı. İstanbul.

ÇOBAN B (2014). Sosyal Medya Devrimi. Su Yayınevi. İstanbul.

ÇOKLAR AN (2010). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler. F. Odabaşı (Editör.), Ailede Dönüşümler; 185-208. Ankara: Nobel Yayın.

ÇUBUKCU A, BAYZAN Ş (2013). Türkiye’de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri. Middle Eastern & African Journal of Educational Research **5**: 148-74.

DAĞITMAÇ M, EKMEN Ş (2019). Dijital Psikolojik Devrim. Motto Yayınevi. İstanbul.

DAĞLI A, BAYSAL N (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması: Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. **15(59);** 1250-1262.

DAVIS RA (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internetuse. Computers in Human Behavior **17(2**); 141–224.

DAVİD M (1997). Turing's Legacy: A History of Computing at the National Physical Laboratory 1945-1995.Yates, National Museum of Science and Industry, 1997, pages126-146. Erişim tarihi: 08/10/20 tarihinde Wayback Machine sitesinde arşivlendi.

DAVİS RA (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. Computers in Human Behavior **17(2);** 187–195.

DE COCK R, VANGEEL J, KLEİN A, MİNOTTE P, ROSAS O, MEERKERK GJ (2014). Compulsive use of social networking sites in Belgium: prevalence, profile, and the role of attitude toward work and school. Cyberpsychol Behav Soc Netw. 2014 Mar; **17(3):**166-71.

DEMİRCİ İ, EKŞİ F (2017). Büyüklenmeci Narsisizmin İki Farklı Yüzü: Narsistik Hayranlık ve Rekabetin Mutlulukla İlişkisi. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, Haziran 2017, **46**; 37-58 (ISSN 1300-8889).DOI: 10.15285/maruaebd.33000.8.

DENNİS C, CREEDY D (2004). Psychosocial and psychological interventions for preventing postpartum depression. Cochrane Database of Systematic Reviews, 4, CD001134, pub2.

DİGİTAL (2021a). Dünya'da İnternet İstatistikleri. Erişim adresi: [https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report]. Erişim tarihi: 01/03/21.

DİGİTAL (2021b). Türkiye'de İnternet İstatistikleri Erişim adresi: [https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey/]. Erişim tarihi: 01/03/21.

DİENER E (1984). Subjective Well-Being. Psychological Bulletin, **95(3);** 542-575.

DONNELLY E, KUSS DJ (2016). Depression among Users of Social Networkin Sites (SNSs): The Role of SNS Addiction and Increased Usage. J Add Pre Med **2(1):** 107.

DUGGAN M, LENHART A, LAMPE C, ELLİSON N (2015). Parents and social media. Mothers are especially likely to give and receive support on social media. Pew Research Center, 2015. Erişim adresi: [https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/]. Erişim tarihi:18/12/20.

DUGGAN M, LENHART A, LAMPE C, ELLİSON N (2015). Parents use a variety of social network sites, with Facebook being the most popular. Usage rates for social media are similar to those of non-parents. Pew Resarch Center, 2015. Erişim adresi: [https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/main-findings-14/]. Erişim tarihi:18/12/20.

DURSUN C (2019). Ebeveynlerin Çocuklarını Sosyal Medyada Teşhiri: Çocuk Hakları Bağlamında Bir Değerlendirme. Çocuk ve Medeniyet dergisi **4(8);** 2.

DUYGULU S (2019). Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafı Paylaşımlarının Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi. **4(8);** 424-487

ERARSLAN Ö (2014). Üniversite Öğrencilerinde Psikolojik Sağlamlık ile Depresif Belirtiler ve Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkide Benlik Saygısı, Pozitif Dünya Görüşü ve Umudun Aracı Rolünün İncelenmesi. Ankara.

ERARSLAN Ö, IŞIKLI S (2019). Bilişsel Üçlü Envanteri'nin Türkçe Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Arch Neuropsychiatry 2019; **56**; 32−39.

ERGENÇ A (2011). Web 2.0 ve sanal sosyalleşme: Facebook örneği. İstanbul.

ERGÜNER B (2017). Hekimlerin Algıladıkları Stres Düzeyi, Psikolojik Dayanıklılıkları ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.Ankara

FACEBOOK YARDIM MERKEZİ. Erişim adresi: https://www.facebook.com/help. Erişim tarihi: 15/02/21

FENG GS, ZHANG Y, LIN Z (2019). A Meta-Analysis Of The Effects of Sociodemographic Factors On Social Media Adoption. International Journal of Communication **13**; 1996–2025.

FİSCHBACH RL, HERBERT B (1997). Domestic violence and mental health: Correlates and conundrums within and across cultures. Social Science & Medicine, **45**; 1161–1176

FORMAN D, O'HARA M, STUART S, GORMAN L, LARSEN K, COY K (2007). Effective treatment for postpartum depression is not sufficient to improve the developing mother-child relationship. Development and Psychopathology, **19**; 585–602.

FYLLER C, LEHMAN E (2017). Bedtime Use of Technology and Associated Sleep Problems in Children. Global Pediatric Health; **4;** 1-8.

GAOL LAL, MUTİARA AB, SARASWATİ NL, RAHMADİNİ R, HİLMAH MA (2017). The relationship between social comparison and depressive symptoms among Indonesian Instagram users. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 139. Universitas Indonesia International Psychology Symposium for Undergraduate Research (UIPSUR 2017).

GLOBAL HEALTH METRICS (2017). Disease and Injury Incidence and Prevalence Collaborators. Global, regional, and national incidence, prevalence, and years lived with disability for 354 diseases and injuries for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. The Lancet.

GİZİR CA (2007). Psikolojik Sağlamlık, Risk Faktörleri ve Koruyucu Faktörler Üzerine Bir Derleme Çalışması. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi. **3;** 28.

GOODMAN S, GOTLİB I. (1999). Risk for psychopathology in the children of depressed mothers: A developmental model for understanding mechanisms of transmission. Psychological Review, **106;** 458–490

GÖKGÜL AN (2016). Sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: 7 Haziran 2015 genel seçimleri Twitter örneği. İstanbul.

GRANT JE, CHAMBERLAİN SR (2016). Expanding the definition of addiction: DSM-5 vs. ICD-11.CNS spectrums, **21(4);** 300-303.

GRAY J (2010). Erkekler Mars'tan, KadınlarVenüs'ten, 16. Basım, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2010.

GREENE R (2002). Human behavior theory: A resilience orientation. (Ed: R. Greene) Resiliency: An integrated approach to practice, policy, and research. Washington, DC: NASW Press.

GRİFFİTHS MD, KUSS DJ, DEMETROVİCS Z (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. In Behavioral addictions. Criteria, evidence, and treatment New York: Elsevier; 119-141.

GRİFFİTHS M, KİNG D, DEMETROVİCS Z (2014). DSM-5 Internet gaming disorder needs a unified approach to assessment. Neuropsychiatry, **4**; 1-4.

GÜLEÇ G, KÖŞGER F, EŞSİZOĞLU A (2015). DSM-5'te Alkol ve Madde Kullanım Bozuklukları.Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, **7(4);** 448-460.

GÜNÜÇ (2020). Sharenting Eyleminin Psikolojik Açıdan Değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz Annelerin Karşılaştırılması. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar- Current Approaches in Psychiatry 2020; **12**; 281-297.

HALL W, IRVİNE V (2009). E-communication among mothers of infants and toddlers in a community-based cohort: A content analysis. Journal of Advanced Nursing, 65,175-183

HASAN AAH, JABER AA (2019). Prevalence of İnternet addiction, its association with psychological distress, coping strategies among undergraduate students. Nurse Education Today **81**; 78-82

HAWİ N S, SAMAHA MC (2016). ''The Relations among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfactionin University Students'', Social Science Computer Review **10**; 1-10.

HAYBRON DM (2001). "Happiness and The Importance of Life Satisfaction", Delivered at the Department of Philosophy, University of Arizona.

HAZAR M (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir alan çalışması, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, **35 (3);** 311-319.

HESLİN M, DESAİ R, LAPPİN JM, DONOGHUE K, LOMAS B, REİNİNGHAUS U (2016). Biological and Psychosocial Risk Factors for Psychotic Major Depression. Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology **51(2);** 233-45

HİSLİ N (1988). Beck Depresyon Envanterinin Geçerliliği Üzerine Bir Çalışma. Ağustos Türk Psikoloji Dergisi; 1988; **6(23)**; 3-13.

HORZUM MB (2016). Examining the relationship to gender and personality on the purpose of Facebook usage of Turkish university students. Computers in Human Behavior, **64;** 319–328.

HOU X, WANG HZ, GASKİN JE, ROST DH, WANG WL (2017). Psychological resilience can help combat the effect of stress onproblematic social networking site usage. April 2017.Personality and Individual Differences 109; 61-66.

HUNT MG, MARX R, LİPSON C, YOUNG J (2018). No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. Journal of Social and Clinical Psychology: **37**; 751-768.

HUSSAİN Z, GRİFFİTHS MD (2018). Problematic Social Networking Site Use and Comorbid Psychiatric Disorders: A Systematic Review of Recent Large-Scale Studies. Front. Psychiatry 9; 686.

INTERNET WORLD STATS (2021a). Erişim adresi: [https://www.internetworldstats.com/stats4.htm]. Erişim tarihi: 02/03/21.

INTERNET WORLD STATS (2021b). Erişim adresi: [https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#tr]. Erişim tarihi: 02/03/21.

IŞIK E, IŞIK U, IŞIK TANER Y. Çocuk, Ergen, Erişkin Ve Yaşlılarda Depresif Ve Bipolar Bozukluklar. Ankara: Rotatıp Kitapevi; 2013.

İNTERNET ORTAMINDA YAPILAN YAYINLARIN DÜZENLENMESİ VE BU YAYINLAR YOLUYLA İŞLENEN SUÇLARLA MÜCADELE EDİLMESİ HAKKINDA KANUN (2007). Erişim adresi: [https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523-1.htm]. Erişim tarihi: 08/10/20.

JAOUDE A, NAYLOR KT, PİGNATİELLO A (2020). Smartphones, social media use and youth mental health. Canadian Medical Association Journal, **192;** 136-141.

JALLOH A, FLACK T, CHEN K, FLEMİNG K (2014). Measuring Happiness: Examining Definitions and Instruments. Illuminare: A Student Journal in Recreation, Parks and Leisure Studies 12; 59-67.

JERİ-YABAR A, SANCHEZ-CARBONEL A, TİTO K, RAMİREZ-DELCASTİLLO J, TORRES-ALCANTARA A, DENEGRİ D (2019). Association between social media use (Twitter, Instagram, Facebook) and depressive symptoms: Are Twitter users at higher risk? Int J Soc Psychiatry. 2019 Feb; **65(1);** 14-19.

JOHNSON S (2014). "Maternal Devices, Social Media and the Self-Management of Pregnancy, Mothering and Child Health". Societies 4(2); 330-350.

KAPÇI EG, USLU R, TURKCAPAR H, KARAOGLAN A (2008). Beck Depressıon Inventory II Evaluatıon Of The Psychometrıc Propertıes And Cut-Off Poınts In A Turkısh Adult Populatıon. Depressıon And Anxıety 25; 104-110.

KAPLAN HI, SADOCK J (2004). Klinik Psikiyatri. Nobel Tıp Yayınevi; 2004.

KAPLAN AM, HAENLEİN M 2010. Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media. Business horizons **53;** 59-68.

KAPLAN AM, HAENLEİN M (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, **53(1);** 59-68.

KAPLAN AM, HAENLEİN M (2011). The Early Bird Catches The News: Nine Things You Should Know About Micro-Blogging.Business Horizons. Netherlands **54;** 105-113.

KAPLAN İ (2017). Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı. Eskişehir.

KARAAZİZ M, ERDEM ATAK İ (2013). Narsisizm ve Narsisizmle ilgili AraĢtırmalar Üzerine Bir Gözden Geçirme, Nesne Psikoloji Dergisi,**1(2);** 44-59

KARAGÜLLE AE (2015). Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi. İstanbul.

KARAL H, KOKOÇ M (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1(3), 251-263.

KAVUKÇU M (2018). Sosyal Ağ Sitelerindeki Reklamların Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Çorum.

KAYA A (2019). Genç Yetişkinlik Dönemindeki Bireylerin Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri ile Beden Algısı ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji. İstanbul.

KAYA M (2020). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Vatandaşlık ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Mersin.

KESKİN A, ÜNLÜOĞLU İ, BİLGE U, YENİLMEZ Ç (2013). Ruhsal Bozuklukların Yaygınlığı, Cinsiyetlere göre Dağılımı ve Psikiyatrik Destek Alma ile İlişkisi. Nöropsikiyatri Arşivi 2013; **50**; 344-351.

KILIÇ A (2020). Genç Yetişkinlerin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Romantik İlişki Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İstanbul.

KIRCABURUN K (2016). Self-esteem, daily ınternet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. Journal of Education and Practice **7(24);** 64–72.

KİETZMANN JH, HERMKENS K, MCCARTHY LP, SİLVESTRE BS (2011). Social media? Get serious! Understanding thefunctional building blocks of social media. Business Horizons **54**; 241-251.

KOÇ Hİ (2017). Sosyal Medya ve Narsisizm Kültürü. Sakarya.

KÖKER, S (1991). Normal ve Sorunlu Ergenlerin Yaşam Doyumu Düzeylerinin Karşılaştırılması. Ankara.

KÖSE N (2016). Ergenlerde İnternet Bağımlılığının Yaşam Doyumuna Etkisi.Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi, **4(1);** 58-65.

KROSS E, VERDUYN P, DEMİRALP E, PARK J, LEE DS, LİN N, SHABLACK H, JONİDES J, YBARRA O (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults PLoS One **14**; 8. doi: 10.1371/ journal. pone.0069841

KUBİLAY S (2013). Eğitim Kurumlarında Görev Yapan Yöneticilerin İş Doyumu ve Yaşam Doyumu Düzeylerinin İncelenmesi (Niğde İli Örneği). Kayseri.

KUSS DJ, GRİFFİTHS MD (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. Int. J. Environ. Res. Public Health 2017 **14;** 311.

KUŞAY Y (2013). Sosyal medya ortamında çekicilik ve bağımlılık. İstanbul: Beta Yayıncılık.

KÜÇÜKALİ A (2016). "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği", Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, **7;** 13.

KÜRKÇÜ DD (2016). Yeni medya ve gençlik. İstanbul: Kriter Yayınevi.

L.D. ROSEN ET, WHALİNG K., RAB S., CARRİER L.M, CHEEVER NA (2013). Is Facebook creating ''iDisorders''? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety Computers in Human Behavior **29**; 1243–1254.

LAROSE R (2010). The problem of media habits. Communication Theory **20(2);** 194–222.

LECAJ F (2019). Yeni Nesil Annelik ve Yeni Medya İlişkisi Blogger Anneler Örneği. Sakarya.

LEVY K, ELLİSON W, REYNOSO J (2012). A historical review of narcissism and narcissistic personality. The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder, 1; 3-13.

LİM YM, NAM SJ (2018). Exploring factors related to problematic internet use in childhood and adolescence. Int J Soc Psychiatry, 2018; **65(2);** 151-7.

LİM SS (2018). Transcendent parenting in dgitally connected families. When the technological meets the social. In Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age (Eds G Mascheroni, C Ponte, A Jorge) **1;** 31-40.

LİN LY, SİDANİ JE, SHENSA A, RODOVİC A, MİLLER E, COLDİTZ JB, HOFFMAN BL, GİLEZ LM, PRİMACK BA (2016). Association between Social Media Use and Depression among U.S. Young Adults. Depress Anxiety **33(4):** 323-3318.

LİN S, TSAİ CC (2002). Sensation seeking and internet dependence of Taiwanese High School Adolescents. Computers in Human Behavior **18**; 411-426.

LİVİNGSTONE S, BYRNE J (2018). Parenting in the digital age. The challenges of parental responsibility in comparative perspective. In Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age (Eds G Mascheroni, C Ponte, A Jorge) 19-31. Göteborg, Nordicom.

LİVİNGSTONE S, BLUM-ROSS A, ZHANG D (2018). What do parents think, and do, about their children's online privacy? Parenting for a Digital Future: Survey Report 3. London, LSE.

LORANT V, CROUX C, WEİCH S (2007). Depression and Socio-Economic Risk Factors: 7-Year Longitudinal Population Study. British Journal Of Psychiatry 190; 293- 298.

LORANT V, DELİÈGE D, EATON W, ROBERT A, PHİLİPPOT P, ANSSEAU M (2003). Socioeconomic Inequalities in Depression: A Meta-Analysis. American Journal of Epidemiology **157**; 98–112.

LUP K, TRUB L, ROSENTHAL L (2015). Instagram #Instasad? Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, and Strangers Followed. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **18(5)**; 247–252. doi:10.1089/cyber.2014.0560

LUPTON D (2016). "The Use and Value of Digital Media for Information About Pregnancy and Early Motherhood: A Focus Group Study". BMC Pregnancy and Childbirth **16**; 1-10. Doi: 10.1186/s12884-016-0971-3

LUPTON D, PEDERSEN S, THOMAS GM (2016). "Parenting and Digital Media: From the Early Web to Contemporary Digital Society". Sociology Compass **10(8);** 730-743. Doi: 10.1111/soc4.12398

LUTHAR S, CİCCHETTİ D (2000). The construct of resilience: Implications for interventions 220. and social policies. Development and Psychopathology **12**; 857-885.

MADDEN M, LENHART A, CORTESI S, GASSER U, DUGGAN M, SMITH A, BEATON M. TEENS, SOCİAL MEDİA, AND PRİVACY (2013). Teens, Social Media, and Privacy. Erişim adresi: [https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens- social-media-and-privacy/]. Erişim tarihi: 05/10/20.

MADGE C, O'CONNOR H (2006). "Parenting Gone Wired: Empowerment of New Mothers on the Internet?" Social & Cultural Geography **7(2);** 199-220. Doi: 10.1080/14649360600600528

MALKOÇ, A (2011). Öznel iyi oluş müdahale programının üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerine etkisi. İstanbul.

MANDAİ M, KASO M, TAKAHASHİ Y, NAKAYAMA T (2018). Loneliness among mothers raising children under the age of 3 years and predictors with special reference to the use of SNS: a community-based cross-sectional study. BMC Womens Health. **18(1**); 131.

MASTEN AS (2007). Resilience in developing systems: Progress and promise as the fourthwave rises. Development and Psychopathology, **19;** 921–930.

MAVNACIOĞLU K (2018). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım. İstanbul: Beta.

MCCAYPEET L, QUANHAASE A (2017). What is social media and what question scan social media research help us answer. In: Sloan, L., QuanHaase, A. (Eds.), TheSAGE Handbook of Social Media Research Methods. SAGE, 13–26.

MCDANİEL BT, COYNE SM, HOLMES EK (2012). New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. Maternal and Child Health Journal **16;** 1509-1517. DOI: 10.1007/s10995-011-0918-2

MCKİNNEY BC, KELLY L, DURAN RL (2012). Narcissism or openness? Collegestudents'use of Facebook and Twitter.Communication Research Reports**, 29(2);** 108–118.

MEHDİZADEH S (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem onFacebook.Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13(4), 357–364

MES DR, ROSE P, ANDERSON PC (2006), The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism, Journal of Research in Personality **40;** 440-450

MEVLİTOĞLU Ş (2019). Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencileri ile Antalya'da Turizm Sektöründe Çalışan Genç Erişkinlerin Çocukluk Çağı Olumsuz Yaşam Deneyimleri ve Psikolojik Sağlamlık Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Ankara.

MİYATA K (2002). Social support for Japanese mothers online and offline. In B. Wellmanand C. Haythornthwaite(eds.), The Internet in Everyday Life. Malden, MA: BlackwellPublishers.

YAMAMOTO GT, ŞEKEROĞLU ÖK (2014). Sosyal Medya ve Blog.İstanbul: Kriter Yayınevi.

MOHINDRA V, AZHAR S (2012). "Gender Communication: A Comparative Analysis of Communicational Approaches of Men and Women at Workplaces", IOSR Journal of Humanities and Social Science (JHSS) 2 (1); 18-27

MOON JH, LEE E, LEE JA, CHOİ TR, SUNG Y (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. Personality and Individual Differences. October 2016, Pages 22-25.

MOON RY, MATHEWS A, ODEN R,CARLİN R (2019). Mothers'Perceptions of the Internet and Social Media as Sources of Parenting and Health Information: Qualitative Study. J Med Internet Res. 21(7); 14289. doi: 10.2196/14289

MORENO MA, JELENCHİCK LA, KOFF RK (2012). Internet use and multitasking among older adolescents: An experience sampling approach. Comput Hum Behav 2012;28: 1097–102.

MOSER C, CHEN T, SCHOENEBECK SY (2017). Parents'and Children's Preferences about Parents Sharing about Children on Social Media. CHI 2017, May 6–11, 2017, Denver, CO, USA.

MOUSSAVİ S, CHATTERJİ S, VERDES E, TANDON A, PATEL V, USTUN B (2007). Depression, chronic diseases, and decrements in health: Results from the World Health Surveys. Lancet, **370**; 851–858.

MOK WT, SİNG R, JİANG X, SEE SL (2014). Investigation of social media on depression. 2014 Presented at: Proceedings of the 9th International Symposium on Chinese Spoken Language Processing; 12-14 Sept, 2014; Singapore p. 488-491. [doi: 10.1109/ISCSLP.2014.6936690].

MURRAY L, SİNCLAİR D, COOPER P, DUCOURNAU P, TURNER P (1999). The socioemotional development of 5-year-old children of postnatally depressed mothers. Journal of Child Psychology & Psychiatr, **40;** 1259–1271.

YUKAY YÜKSEL M, ÇİNİ A, YASAK B (2020). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Yaşdam Doyumunun İncelenmesi. Erzurum.

MYKLETUN A, OVERLAND S, AARO LE, LİABO HM, STEWART R (2008). Smoking in Relation to Anxiety and Depression: Evidence from a Large Population Survey: The HUNT Study. European Psychiatry;**23(2);** 77-84.

NABİ RL, PRESTİN A, SO J (2013). Facebookfriends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. Cyberpsychol Behav Socl Netw. 16(10); 721–727.

NİELSEN (2012). State of The Media: Social Media Report. Erişim adresi: [http://www.nielsen.com/us/en/reports/2012/state-of-the-media-the-social-media-report-2012.html]. Erişim tarihi:03/02/21.

NTV 2017. Mahkeme çocuklarını reklam malzemesi yapan blogger annenin iki çocuğunu babaya verdi. Erişim adresi: [https://www.ntv.com.tr/turkiye/blogger-anne-mahkemede-cocuklarini-kaybetti]. Erişim tarihi: 03/03/21

NYLEN K, MORAN T, FRANKLİN C, O'HARA M (2006). Maternal depression: A review of relevant treatment approaches for mothers and infants. Infant Mental Health Journal **27;** 327–343.

OKULLARDA SOSYAL MEDYANIN KULLANILMASI KONULU GENELGESİ (2017). Erişim adresi: [http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/1833.pdf.] Erişim tarihi: 03/03/21

ÖZATA F (2013). Sosyal Medya Platformları. D. M. ÖZTÜRK içinde, Dijital İletişim ve Yeni Medya. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın No:2956.

ÖZER M, KARABULUT ÖÖ (2003). Yaşlılarda Yaşam Doyumu.Geriatri, **6(2)**:72-74.

ÖZTÜRK Ş (2015). "Sosyal medyada etik sorunlar'', Selçuk İletişim Dergisi, 2015, **9(1);** 287-311.

ÖZTÜRK MF, TALAS M (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. Journal of World of Turks, 7(1), 101-120. Erişim adresi: [http://dieweltdertuerken.org/] Erişim tarihi:09/11/20.

ÖZÜDOĞRU Ş (2014). Bir web 2.0 uygulaması olarak bloglar: blogların dinamikleri ve blog alemi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication **4 (1);** 36-50.

PADOA T, BERLE D, ROBERTS L (2018). Comparative social media use and the mental health of mothers with high levels of perfectionism. Journal of Social and Clinical Psychology · September 2018 DOI: 10.1521/jscp.2018.37.7.514.

PARSA A, AKMEŞE Z (2019). Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: İnstagram Anneleri Örneği. Social Media and Child Abuse: The Case of Instagram Mothers. Kadin ve Demokrasi Dernegi **5(1);**163-191.

PETERSEN EJ (2015). Mommy Bloggers as Rebels. Journal of the Motherhood Initiative 6(1); 9-30.

PETİT A, LEJOYEUX M, REYNAUD M, KARİLA L (2014). Excessive indoor tanning as a behavioral addiction: a literature review. Current pharmaceutical design **20(25);** 4070-4075.

PÖSSEL P, THOMAS SD (2011). Cognitive triad as mediator in the hopelessness model? A three-wave longitudinal study. Journal of Clinical Psychology, Vol. 67(3), 224-240

PRİMACK BA, SHENSA A, ESCOBAR-VİERA C, BARRETT E, SİDANİ J, COLDİTZ J, JAMES A (2017a). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. Computers in Human Behavior; **69;** 1-9.

PRİMACK BA, SHENSA A, SİDANİ JE, WHAİTE EO, LİN LY, ROSEN D, COLDİTZ JB, RADOVİC A, MİLLER E (2017 b). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. Am J Prev Med. **53(1);** 1-8. doi: 10.1016/j.amepre.2017.01.010.

PRZEPİORKA AM, BLACHNİO A, MİZİAK B, CZUCZWAR SA (2014). Clinical approaches to treatment of internet addiction. Pharmacological Reports 66(2), 187-91.

RACTHAM P, TECHATASSANASOONTORN A (2014). ‘‘Social Media Use and Senior Citizen’s Life Satisfaction’’25th Australasian Conference on Information Systems Auckland, NewZealand,2014.

RAHMAN A, CREED F (2007). Outcome of prenatal depression and risk factors associated with persistence in the first postnatal year: Prospective study from Rawalpindi, Pakistan. Journal of Affective Disorders 100; 115–121.

RAHMAN A, IQBAL Z, HARRİNGTON R (2003). Life events, social support and depression in childbirth: Perspectives from a rural community in the developing world. Psychological Medicine **33**; 1161–1167.

RASKİN R, TERRY H (1988). A principal- components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity. Journal of Personality and Social Psychology **54**; 890- 902.

RİDEOUT V, FOX S (2018). Digital health practices, social media use, and mental well-being among teens and young adults in the U.S. Retrieved from San Francisco, CA. Erişim adresi: [https://www.hopelab.org/ reports/pdf/a-national-survey-by-hopelab-and-well-being-trust2018.pdf]. Erişim tarihi: 01.02.2021.

RİBBLE MS, BAİLEY GD, ROSS TW (2004). Digital citizenship: Addressing appropriate technology behavior. Learning & Leading with technology **32(1**); 6.

RİBBLE MS, BAİLEY GD (2007). Digital citizenships in schools. Washington: ISTE

ROTHMAN A (2014). “Boys vs. Girls: Gender Differences in Social Media”, Erişim adresi: [http://isys6621.com/]. Erişim Tarihi: 2 Eylül2018.

RYAN T, XENOS S (2011). Who uses Facebook? An investigation into therelationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. Computers in Human Behavior **27(5);** 1658–1664

SADOWSKİ C, PEDİADİTİS M, TOWNSEND R (2017). University students' perceptions of social networking sites (SNSs) in their educational experiences at a Regional Australian University. Australasian Journal of Educational Technolgy **33(5);** 77-90.

SANTAROSSA S, WOODRUFF SJ (2017). Social media: exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders. Social Media + Society, 2017; **2**: 1–10.

SARITAŞ E, BARUTÇU S (2016). Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: Sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies **3(2);** 1-15. doi: 10. 5505/pjess.2016.27146

SATICI SA, UYSAL R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. Computers in Human Behavior, 49, 185–190.

SAVAŞIR, I, ŞAHİN NH (1997). Bilişsel-davranışçı terapilerde değerlendirme: Sık kullanılan ölçekler. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.

SAVCİ M, AYSAN F (2017). Technological addictions and social connectedness: Predictor effect of Internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences **30(3);** 202–216. doi:10.5350/DAJPN 2017300304.

SAYIMER İ (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul.

SEABROOK EM, KERN ML, RİCKARD NS (2016). Social Networking Sites, Depression and Anxiety: Systematic Review. JMIR Ment Health 2016; **3(4);** 50.

SEİTEL, FRASER, P (2016). Hakla İlişkiler Uygulaması. Seda Mengü (çev.). Ankara: Nobel

SERİN H (2019). Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlalleri: Ebeveynler ve Öğretmenler Farkında mı? DergiPark.Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Arşiv.Cilt 20, Sayı

SEVİNÇ SS (2012). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya, İstanbul: Optimist Yayınları.

SHAKYA HB, CHRİSTAKİS NA (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. American Journal of Epidemiology **185(3);** 203–211.

SHAPİRA NA, LESSİG MC, GOLDSMİTH TD, SZABO S, LAZORİTZ M, GOLD MS, STEİN DJ (2003). Problematic internet use: Proposed classification and diagnostic criteria. Depression and Anxiety **17**; 207-216.

SHAPİRA NA, GOLDSMİTH TD, KECK PE, KHOSLA UM, MCELROY SL (2000). Psychiatric features of individuals with problematic internet use. Journal Of Affect Disorders **57**; 267–272.

SHENSA A, SİDANİ JE, DEW MA, ESCOBAR-VİERA CG, PRİMACK BA (2018). Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis. Am J Health Behav.**42(2);**116-128. doi: 10.5993/AJHB.42.2.11. PMID: 29458520; PMCID: PMC5904786.

SİDANİ JE, SHENSA A, ESCOBAR-VİERA CG, PRİMACK PA (2020). Associations between Comparison on Social Media and Depressive Symptoms: A Study of Young Parents. Journal of Child and Family studies **29;** 3357–3368.

SİDDİQUİ S, SİNGH T (2016). Singh Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. International Journal of Computer Applications Technology and Research 5 **(2);** 71-75.

SİNE, R, PARLAK YORGANCI D (2017). Yeni medya ve metalaşan annelik: İnstagram anneliği üzerine bir odak grup çalışması, Route Educational and Social Science Journal **4(8):** 399-412.

SRİVASTAVA A (2015). ‘‘The Effect of Facebook Use on Life Satisfaction and Subjective Happiness of College Students’’, The International Journal of Indian Psychology, 2015 **2(4);** 204-216.

STEER RA, CAVALİERİ TA, LEONARD DM, BECK AT (1999). Use of the Beck Depression Inventory for Primary Care to screen for major depression disorders. Gen Hosp Psychiatry **21(2);**106-11. DOI: 10.1016/s0163-8343(98)00070-x.

STİEGER S (2019). Facebook Usage And Life Satisfaction. Brıef Research Report Artıcle Front. Psychol., 29 November 2019.

TANDOCİ E, FERRUCCİ P, DUFFY M (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing? February 2015 Computers in Human Behavior **43;** 139-146.

TANKOVSKA H (2021a). Facebook users in Turkey from September 2018 to February 2021. Erişim adresi: [https://www.statista.com/statistics/1030036/facebook-users-turkey/] Erişim tarihi: 03/03/21.

TANKOVSKA H (2021b). Instagram users in Turkey from September 2018 to February 2021. Erişim tarihi: [https://www.statista.com/statistics/1024714/instagram-users-turkey/] Erişim adresi: 03/03/21.

TANKOVSKA H (2021c). Leading countries based on number of Twitter users as of January 2021countries/https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/ adresinden 02.03.21 tarihinde erişilmiştir.

TANKOVSKA H (2021d). Most popular social networks accessed by mothers in the United States as of January 2018. Erişim adresi: [https://www.statista.com/statistics/629250/leading-social-networksamong-us-moms/].Erişim tarihi: 02/03/2.

TAM M (2020). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının, Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Rolü Üzerine Etkisi.İstanbul.

THAPA R, SUBEDİ S (2018). Social Media and Depression. JPsychiatrists'Association of Nepal 7(2);8.

THURER SL (1994). Myths of Motherhood. Boston 1994.

TİMURTURKAN M (2019). Ebeveynlik ve Dijital Medya: Anneliğe İlişkin Yaratılan Yeni Temsiller ve Dayanışma Örüntüleri. Mediterranean Journal of Humanities mjh.akdeniz.edu.tr **1;** 315-333.

TOKATLI YT (2019). Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı: Facebook, Twıtter Ve Instagram Hesapları Üzerinden "Pılot" Markasının İncelenmesi. İstanbul.

TUREL O, SERENKO A (2012). The benefits and dangers of enjoyment withsocial networking websites. European Journal of Information Systems **21;** 512 –528.

TURNER TC (1999). Some Current Issues in Research on Social Identity and Self Categorization Theories. Social Identity: Context, Commitment, Content içinde, 6-34. Wiley: London.

TÜRK DİL KURUMU (2014). Güvenlik. Türkçe Sözlük (genişletilmiş baskı). Ankara: Erişim adresi: [http://www.tdk.gov.tr]. Erişim tarihi:15/10/20.

TÜRK DİL KURUMU (2020). 15.08.2020. Erişim adresi: [http://www.tdk.gov.tr.] Erişim tarihi:15/10/20.

TÜRKEL Z. (2018) Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler.İstanbul.

TÜRKİYE CUMHURİYETİ ANAYASASI (2019). Erişim adresi: [https://www.anayasa.gov.tr/media/6382/gerekceli_anayasa.pdf]. Erişim tarihi: 02/02/21.

TÜİK (2020). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2020. Erişim adresi: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679]. Erişim tarihi: 07/11/20.

TÜRKOĞLU HS (2018). Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma". Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences **54;** 163-189.

TWENGE JM, CAMPBELL WK (2009). The narcissism epidemic: Living in the age ofentitlement. New York: Free Press.

TWENGE JM, JOİNER TE, ROGERS ML, MARTİN GN (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. Clinical Psychological Science, **6 (1);** 3–17.

TWENGE JM, CAMPBELL WK (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. Psychiatric Quarterly **90**; 311–331.

TWENGE JM, COOPER AB, JOİNER TE, DUFFY M, BİNAU SG (2019). Age, period, and cohort trends in mood disorder indicators and suicide-related outcomes in a nationally representative dataset, 2005–2017. Journal of Abnormal Psychology, **128(3);** 185–199.

UNİCEF (2007). Çocuk Hakları Ve Gazetecilik Uygulamaları Hak Temelli Perspektif. Erişim adresi: [https://www.unicef.org/turkey/raporlar/çocuk-haklari-ve-gazetecilik-uygulamalari-hak-temelli.] Erişim tarihi:08/09/20.

UNİCEF (2017). Dijital Bir Dünyada Çocuklar. New York. Erişim adresi: [https://www.unicefturk.org/yazi/SWC2017]. Erişim tarihi: 20/12/20.

ÜMMET D (2019). Farklı Yaş Gruplarındaki Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı: Çeşitli Değişkenlere Göre Bir İncelenme. 21. Uluslararası Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi. 24-27 Ekim 2019.

ÜNLÜ ZR (2018). Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık. İstanbul.

ÜR ALTUNBAŞAK, TETİK Y (2019). 0-3 yaş çocuğa sahip annelerin sosyal medya kullanımı. Maltepe Üniversitesi. 14. Ulusal Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrenci Kongresi Çocuk Ekolojik Dünyası Özel Kitapçığı. Bildiri No:99

VERDUYN P, YBARRA O, RÊSİBOİS M, JONİDES J, KROSS E (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. Social Issues and Policy Review, **11(1);** 274–302.

VERNON L, BARBER BL, MODECKİ KL (2015). Adolescent Problematic Social Networking and School Experiences: The Mediating Effects of Sleep Disruptions and Sleep Quality. Cyberpsychol Behav Soc Netw. **18(7):** 386-92.

VOGEL EA, ROSE JP, OKDİE BM (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. Pers Individ Dif. **86;** 249–256.

WACHS TD, BLACK MM., ENGLE PL (2009). Maternal Depression: A Global Threat to Children's Health, Development, and Behavior and to Human Rights. Chıld Development Perspectıves **3(1);** 51-59.

WAGNER A, GASCHE LA (2018) Sharenting: making decisions about other's privacy on social networking sites. Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2018, March 06-09, 2018, Lüneburg, Germany, pp:977-988.

WALSH PR (2011). Creating a "Values" Chain For Sustainable Development in Developing Nations: Where Maslow Meets Porter. Environment, Development and Sustainability, **13(4);** 789-805.

WANG Y (2006). Internet Use among Students and Its Implication for Cross-Cultural Adaptation (Tez), Kent State University, Doctoral Dissertation; ABD, 2006.

WANG SS, MOON S, KWON KH., EVANS CA, STEFANONE MA (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. Computers in Human Behaviour **26(2);** 226-234.

WHİTİNG A, WİLLİAMS D (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. Qualitative Market Research: An International Journal **16(4);** 362-369.

WOOD J (2011). Gendered Lives: Communication, Genderand Culture, MA: Wadsworth Cenage Learning, Boston,2011.

WORLD HEALTH ORGANİZATİON (2013). Erişim adresi: [https://www.who.int/health-topics/depression#tab=tab_1]. Erişim tarihi: 01/12/2020.

WORLD HEALTH ORGANİZATİON (2020). Depression. Erişim adresi: [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression.] Erişim tarihi: 28/12/20.

YAĞMURLU A (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya, Selçuk İletişim, 7.

YALÇIN E (2009). Hizmet Referanslı Güvenlik Anlayışında Meşruiyet ve Hesap Verilebilirlik.Polis Bilimleri Dergisi 11 (1); 1-24.

YAVUZ CN (2017). Instagram'da Alışveriş ve Meteryalizm. Denizli: Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi **1;** 1-11.

YAVUZER H (1986). Ana, Baba ve Çocuk, İstanbul

YAZICIOĞLU Y, ERDOĞAN S (2004). Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

YEŞİM G (2017). Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama. İstanbul: Derin Yayınları.

YILDIRIM E, TAN MN (2017). Depresyonda Risk Faktörleri, Belirti ve Bulgular. (2017) Turkiye Klinikleri Dergisi Aile Hekimliği-Special Topics **8(1);** 15-20.

YILMAZ N (2017). Sosyal Medyada Canlı Yayın Anlayışı. İstanbul: Yeni Medya Elektronik Dergisi **1**; 127-136.

YOUNG KS (1998). Caught in the net: How to recognize the signs of İnternet addiction and a winning strategy for recovery **1;** 12-35. New York: John Wiley ve Sons.

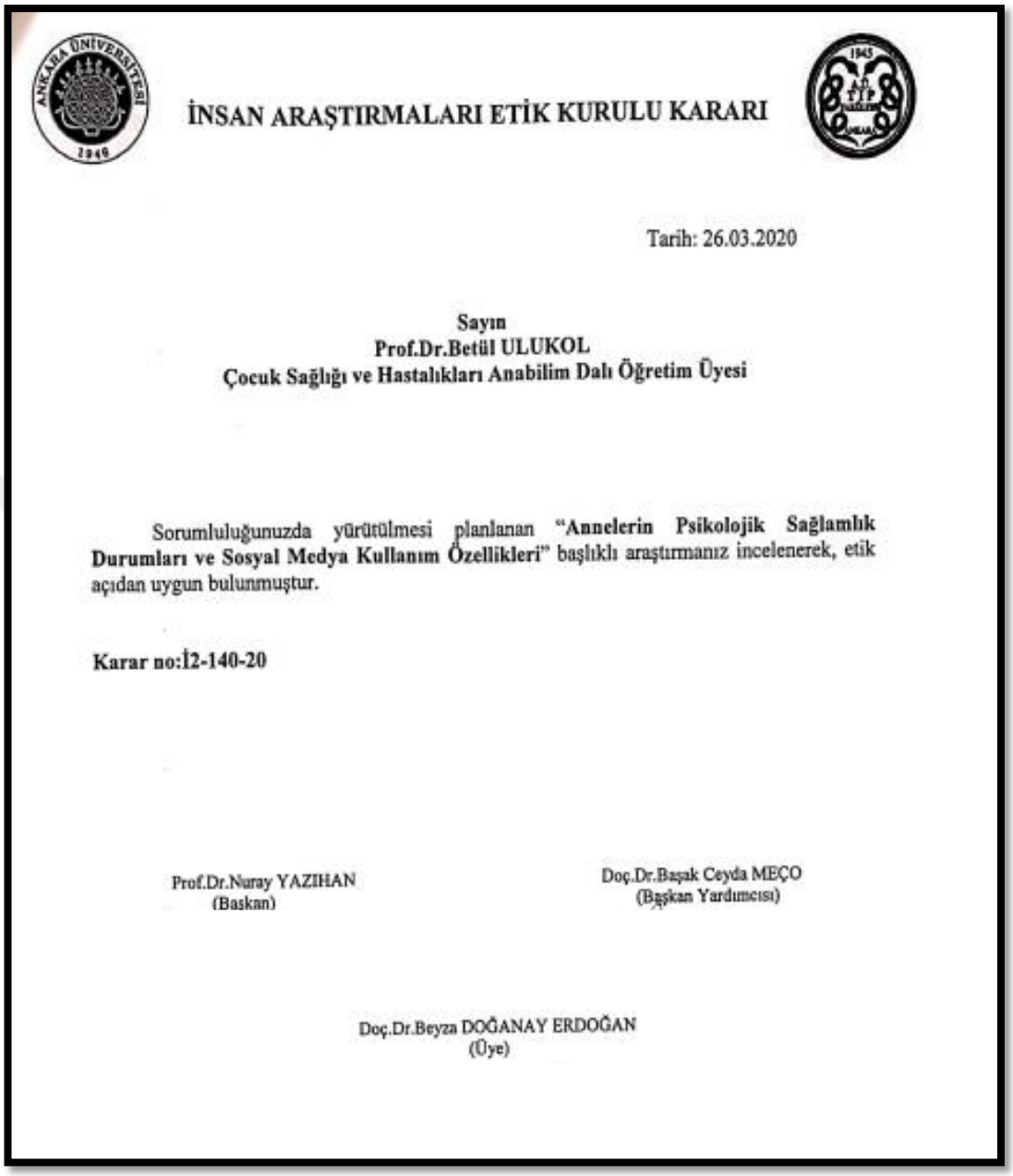
YÜCE N (2020). Sosyal Medyada Çocuk İstismarı: Instagramda Ebeveynler Tarafından Çocukların Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. İstanbul.

YÜKSEL M (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi **58 (1);** 181-213

ZHUMAGAZİYEVA A, KOÇ F (2010). Kültürel Etkileşimde Kadınların Giysi Alışkanlıklarındaki Değişimin Mahremiyet Açısından İncelenmesi (Kazakistan ve Türkiye Örneği). E-Journal of New World Sciences Academy **5(2);** 113-131.

EKLER

Ek-1. Etik Kurul Onayı



İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI

Tarih: 26.03.2020

Sayın
Prof.Dr.Betül ULUKOL
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

Sorumluluğunuzda yürütülmesi planlanan "**Annelerin Psikolojik Sağlamlık Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri**" başlıklı araştırmanız incelenerek, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Karar no:İ2-140-20

Prof.Dr.Nuray YAZIHAN
(Baskan)

Doç.Dr.Başak Ceyda MEÇO
(Başkan Yardımcısı)

Doç.Dr.Beyza DOĞANAY ERDOĞAN
(Üye)

Ek-2. Bilgilendirilmiş Onam Formu

SEVGİLİ ANNE

Yapmayı planladığımız bilimsel bir araştırmaya katılman konusunda izin almak için sizi buraya davet ettik. Bu konuda bir karar vermeden önce, yapılacak araştırmayı ayrıntılı olarak tanıtan bu belge sizin için hazırlanmıştır. Bu araştırmaya katılıp katılmamakta serbestsiniz. Araştırmaya katılım **gönüllülük** esasına dayalıdır. Bu belgeyi okuyup anlamanızda bir sorun ile karşılaşırsanız, gerekli gördüğünüz her zaman aşağıda belirtilen iletişim numarası ve mail adresinden bize ulaşabilirsiniz.

1. ARAŞTIRMANIN ADI :
Annelerin Psikolojik Sağlamlık Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri

2. KATILIMCI SAYISI
Bu araştırmada yer alması öngörülen toplam katılımcı sayısı ……130 (Yüz otuz)……'dır.

3. ARAŞTIRMAYA KATILIM SÜRESİ
Bu araştırmada yer almanız için öngörülen süre ……üç ay……'dır.

4. ANKET ve ÖLÇEKLERİ İÇEREN FORMU DOLDURMAK İÇİN HARCANAN SÜRE
Size verilen anket ve ölçekleri içeren formu doldurmak için harcayacağınız süre yaklaşık…. 15 dakika…..'dır.

5.ARAŞTIRMANIN AMACI
Sosyal medya son yıllarda hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Bu çalışmada annelerin psikolojik sağlamlık durumları ile sosyal medya kullanımına ilişkin özellikleri incelemeyi amaçladık.

6. ARAŞTIRMAYA KATILMA KOŞULLARI
Anketin doldurulması
Sosyal medya hesabının olunması
Sosyal medya hesabını takip etmemize izin veren anneler
Sosyal medya hesabımız instagram: "dr_ anne_ baba" ekleyerek takip etmemize izin verebilirsiniz.

7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ
Sevgili anne anket sonuçlarınız ile sosyal medya hesaplarınızdaki paylaşımlarınızın içeriği incelenecektir.

8. ARAŞTIRMA SÜRECİNDE UYMAM GEREKEN ŞARTLAR, ARAŞTIRMA DIŞINDA BIRAKILACAĞIM DURUMLAR
Sosyal medya hesabı bulunmaması veya takibine izin verilmemesi.

9. ARAŞTIRMADAN BEKLENEN OLASI YARARLAR Annelerin sosyal medya kullanım özellikleri ile psikolojik sağlamlık durumları değerlendirilip annelerin sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgilendirilmesi hedeflenmektedir. Elde edilen veriler ileride yapılacak çalışmalara da ışık tutacaktır.

10. BİLGİLERİN GİZLİLİĞİ
Anketin ve araştırmanın sonuçları yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır. Araştırma yayınlansa bile kimlik bilgileriniz verilmeyecektir

ARAŞTIRMACI		İMZASI
İSİM SOYİSİM ve GÖREVİ	Uzm.Dr.Betül ORHAN KILIÇ	
Mail-adres		
TELEFON		
İnstagram	"dr_anne_baba" isimli sosyal medya hesabımızı ekleyerek bize ulaşabilrisiniz.	
TARİH		

11.ARAŞTIRMA SÜRESİNCE ÇIKABİLECEK SORUNLARDA ARANACAK KİŞİ

ARAŞTIRMACI		İMZASI
İSİM SOYİSİM ve GÖREVİ	Uzm.Dr.Serhat KILIÇ	
Mail-adres		
TELEFON		
İnstagram	"dr_anne_baba" isimli sosyal medya hesabımızı ekleyerek bize ulaşabilrisiniz.	
TARİH		

Katılımınız için teşekkür ederim.

Katılımcının beyanı:

"Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman katılımı sonlandırabileceğimi biliyorum. Bana verilen 3 sayfalık onam formunu okudum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı yayımlarda kullanılmasını kabul ediyorum."

Evet ( ) Hayır ( )

ANNE		İMZASI
İSİM SOYİSİM		
ADRES		
TELEFON		
TARİH		

Ek-3. Anket Formu

1. Yaşınız:…….

2. Mesleğiniz:……

3. Medeni durumunuz

1.( ) Evli-birlikte yaşıyor
2. ( ) Evli-ayrı yaşıyor
3. ( ) Boşanmış ayrı yaşıyor
4. ( ) Evli değil birlikte yaşıyor
5.( ) Diğer. mevcut durum var ise belirtiniz.....

4. Kaç çocuğunuz var ? Sıra ile yaşları ve cinsiyetlerini yazınız.

…….....

5. Öğrenim durumunuz:

1. ( ) Okur-yazar değil
2. ( ) Okur-yazar
3. ( ) İlkokul
4. ( ) Ortaokul
5. ( ) Lise
6. ( ) Lisans
7. ( ) Lisansüstü

6. Gelir durumunuz aşağıdaki hangi şıkta mevcut ise işaretleyiniz.

1.( )2300 TL
2.( )2300-4600 TL arası
3.( )4600-6900 TL arası
4.( )6900 TL ve üzerinde

7.**Aşağıdaki sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanmaktasınız?**
(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

1.( ) Facebook
2.( ) Instagram
3.( ) Twitter
4.( )Snapchat
5.( )Diğer:……

8.Mevcut sosyal medya hesaplarınızdaki adınız (sosyal medya adı/nickname)nedir?

(Bu sorunun her birini tek tek soru şeklinde yaptık, facebooktaki adınız???, girerken de name: avzeyne)
1.Facebook, ...
2.Instagram; .....
3.Twitter; .....
4.Snapchat; .....
5.Diğer; ……

9. Çocuğunuzun adına açtığınız sosyal medya hesabınız var mı?

1.( ) Evet
2.( ) Hayır
Cevabınız **"Evet"** ise çocuğunuz kaç yaşında iken açtınız, hangi sosyal medya aracı/araçları ve hesap ismini yazar mısınız? ……..……

10. Ne kadar süredir sosyal medya kullanmaktasınız? İlk sosyal medya hesabınızı düşünerek yanıtlayın.
……yıl

11. Günde kaç kere sosyal medya hesabınıza girersiniz?
(Günde en az ve en çok kaç kez girdiğinizi yazar mısınız?)

1.Facebook: en az ……. kez/gün, en çok ……. kez/gün
2.Instagram; en az ……. kez/gün, en çok ……. kez/gün
3.Twitter; en az ……. kez/gün, en çok ……. kez/gün
4.Snapchat: en az ……. kez/gün, en çok ……. kez/gün
5.Diğer: en az ……. kez/gün, en çok ……. kez/gün

12. Günlük olarak sosyal medyada geçirdiğiniz süre ne kadardır? Saat olarak belirtiniz. (Her gün kullanmıyor iseniz haftada toplam kaç saat kullandığınızı belirtiniz)

1.Facebook, ...saat/ gün ya da .....saat/hafta
2.Instagram .....saat/ gün ya da .....saat/hafta
3.Twitter .....saat/ gün ya da .....saat/hafta
4.Snapchat .....saat/ gün ya da .....saat/hafta
5.Diğer: .....saat/ gün ya da .....saat/hafta

13. Sosyal medyayı ne amaçla kullanırsınız? *(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)*

1.( ) Arkadaşlarımla- Ailemle iletişim kurmak
2.( ) Bebeğim/çocuğum ile ilgili yeni bilgiler edinmek
3.( ) Elde ettiğim bilgileri paylaşmak
4.( ) Bebeğim/çocuğum ile ilgili alışveriş yapmak
5.( ) Fotoğraflara bakmak- Fotoğraf yüklemek için.
6.( ) Blog (internet günlüğü)
7.( ) Yeni insanlarla tanışmak için.
8.( ) Diğer

14. Çocuklarınızla ilgili paylaşımlarınızı yaptığınız sosyal medya araçları hangileridir? Kullanma sıklığına göre 1 den başlayarak kullanma sıklığınıza uygun olarak sıralayınız.

( ) Facebook
( ) Instagram
( ) Twitter
( )Snapchat
( )Diğer.....

15. Çocuklarınızla ilgili paylaşımlarınızın sıklığınız ne kadardır? Lütfen en sık kullandığınız hesabı dikkate alarak yanıtlayın.

1.( ) Her gün ya da gün aşırı
2.( ) Haftada bir – iki kez
3.( ) Ayda bir – iki kez
4.( ) Ayda bir kereden az
5.( ) Hiçbir zaman

16. Çocuklarınızla ilgili ne tarz paylaşımlar yaparsınız?
(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

1.( ) Fotoğraf
2.( ) Çocuklara ilişkin bilgi ve/veya sözel paylaşım
3.( ) Video
4.( ) Diğer:……..

17. Sosyal medyada kullandığınız hesabın şifresini başka yerlerde kullanıyor musunuz? (Mesela facebook şifreniz ile twitter, instagram hesabınızın şifresi aynı mı)

1.( ) Evet
2.( ) Hayır

18. Sosyal medyada kullandığınız hesabınızın şifresinde doğum tarihiniz, isminiz, telefon numaranız, e posta adresiniz vb size ait bilgilerden oluşuyor mu?

1.( ) Evet
2.( ) Hayır

19.Güncel bir anti-virüs programınız var mı?

1.( ) Evet
2.( ) Hayır

Cevabınız Evet ise en son ne zaman antivirüs programınızı güncellediniz?.....

20. İki faktörlü kimlik doğrulamasını kullanıyor musunuz?

1.( ) Evet
2.( ) Hayır

Ek-4. Beck Depresyon Ölçeği

Aşağıda gruplar halinde bazı sorular yazılıdır. Her gruptaki cümleleri dikkatle okuyunuz. Bugün dâhil, geçen hafta içinde kendinizi nasıl hissettiğinizi en iyi anlatan cümleyi seçiniz. Seçmiş olduğunuz cümlenin yanındaki numaranın üzerine (X) işareti koyunuz. Eğer bu grupta durumunuzu anlatan birden fazla cümle varsa her birine (X) koyarak işaretleyiniz. Seçiminizi yapmadan önce her gruptaki cümlelerin hepsini dikkatle okuyunuz.

1.
( ) Kendimi üzüntülü ve sıkıntılı hissetmiyorum.
( ) Kendimi üzüntülü ve sıkıntılı hissediyorum.
( ) Hep üzüntülü ve sıkıntılıyım. Bundan kurtulamıyorum.
( ) O kadar üzüntülü ve sıkıntılıyım ki artık dayanamıyorum.

2.
() Gelecek hakkında umutsuz ve karamsar değilim.
() Gelecek hakkında karamsarım.
() Gelecekten beklediğim hiçbir şey yok.
() Gelecek hakkında umutsuzum ve sanki hiçbir şey düzelmeyecekmiş gibi geliyor.

3.
( ) Kendimi başarısız bir insan olarak görmüyorum.
( ) Çevremdeki birçok kişiden daha çok başarısızlıklarım olmuş gibi hissediyorum.
( ) Geçmişime baktığımda başarısızlıklarla dolu olduğunu görüyorum.
( ) Kendimi tümüyle başarısız bir kişi olarak görüyorum.

4.
( ) Birçok şeyden eskisi kadar zevk alıyorum.
( ) Eskiden olduğu gibi her şeyden hoşlanmıyorum.
( ) Artık hiçbir şey bana tam anlamıyla zevk vermiyor.
( ) Her şeyden sıkılıyorum.

5.
( ) Kendimi herhangi bir şekilde suçlu hissetmiyorum.
( ) Kendimi zaman zaman suçlu hissediyorum.
( ) Çoğu zaman kendimi suçlu hissediyorum.
( ) Kendimi her zaman suçlu hissediyorum.

6.
( ) Bana cezalandırılmışım gibi gelmiyor.
( ) Cezalandırılabileceğimi seziyorum.
( ) Cezalandırılmayı bekliyorum.
( ) Cezalandırıldığımı hissediyorum

7.
( ) Kendimden memnunum.
( ) Kendi kendimden pek memnun değilim.
( ) Kendime çok kızıyorum.
( ) Kendimden nefret ediyorum. 8**7.**
( ) Başkalarından daha kötü olduğumu sanmıyorum.
( ) Zayıf yanlarım veya hatalarım için kendi kendimi eleştiririm.
( ) Hatalarımdan dolayı her zaman kendimi kabahatli bulurum.
( ) Her aksilik karşısında kendimi kabahatli bulurum.

9.
( ) Kendimi öldürmek gibi düşüncülerim yok.
( ) Zaman zaman kendimi öldürmeyi düşündüğüm oluyor fakat yapmıyorum.
( ) Kendimi öldürmek isterdim.
( ) Fırsatını bulsam kendimi öldürürüm.

10.
( ) Her zamankinden fazla içimden ağlamak gelmiyor.
( ) Zaman zaman içimden ağlamak geliyor.
( ) Çoğu zaman ağlıyorum.
( ) Eskiden ağlayabilirdim şimdi istesem de ağlayamıyorum.

11.
( ) Şimdi her zaman olduğundan daha sinirli değilim.
( ) Eskisine kıyasla kolay kızıyor ya da sinirleniyorum.
( ) Şimdi hep sinirliyim.
( ) Bir zamanlar beni sinirlendiren şeyler şimdi hiç sinirlendirmiyor.

12.
( ) Başkaları ile görüşmek, konuşmak isteğimi kaybetmedim.
( ) Başkaları ile eskisinden daha az konuşmak, görüşmek istiyorum.
( ) Başkaları ile konuşma ve görüşme isteğimi kaybettim.
( ) Hiç kimseyle görüşüp konuşmak istemiyorum.

13.
( ) Eskiden olduğu kadar kolay karar verebiliyorum.
( ) Eskiden olduğu kadar kolay karar veremiyorum.
( ) Karar verirken eskisine kıyasla çok güçlük çekiyorum.
( ) Artık hiç karar veremiyorum.

14.
( ) Aynada kendime baktığımda bir değişiklik görmüyorum.
( ) Daha yaşlanmışım ve çirkinleşmişim gibi geliyor.
( ) Görünüşümün çok değiştiğini ve daha çirkinleştiğimi hissediyorum.
( ) Kendimi çok çirkin buluyorum.

15.
( ) Eskisi kadar iyi çalışabiliyorum.
( ) Bir şeyler yapabilmek için gayret göstermek gerekiyor.
( ) Herhangi bir şeyi yapabilmek için kendimi çok zorlamam gerekiyor.
( ) Hiçbir şey yapamıyorum.

16.
( ) Her zamanki gibi uyuyabiliyorum.
( ) Eskiden olduğu gibi uyuyamıyorum.
( ) Her zamankinden 1-2 saat daha erken uyanıyorum ve tekrar uyuyamıyorum.
( ) Her zamankinden çok daha erken uyanıyorum ve tekrar uyuyamıyorum.

17.
( ) Her zamankinden daha çabuk yorulmuyorum.
( ) Her zamankinden daha çabuk yoruluyorum.
( ) Yaptığım hemen her şey beni yoruyor.
( ) Kendimi hiçbir şey yapamayacak kadar yorgun hissediyorum.

18.
( ) İştahım her zamanki gibi.
( ) İştahım eskisi kadar iyi değil.
( ) İştahım çok azaldı.
( ) Artık hiç iştahım yok.

19.
( ) Son zamanlarda kilo vermedim.
( ) İki kilodan fazla kilo verdim.
( ) Dört kilodan fazla kilo verdim.
( ) Altı kilodan fazla kilo verdim.
Daha az yiyerek kilo vermeye çalışıyorum Evet Hayır ⬭ ⬭

20.
( ) Sağlığım beni fazla endişelendirmiyor.
( ) Ağrı, sancı, mide bozukluğu veya kabızlık gibi rahatsızlıklar beni endişelendiriyor.
( ) Sağlığım beni endişelendirdiği için başka şeyleri düşünmek zorlaşıyor.
( ) Sağlığım hakkında o kadar endişeliyim ki başka hiçbir şey düşünemiyorum.

21.
( ) Son zamanlarda cinsel konulara olan ilgimde bir değişme fark etmedim.
( ) Cinsel konularla eskisinden daha az ilgiliyim.
( ) Cinsel konularla şimdi çok daha az ilgiliyim.
( ) Cinsel konulara olan ilgimi tamamen kaybettim.

Ek-5. Yaşam Doyum Ölçeği

Aşağıda 5 farklı ifade yer almaktadır. Bu ifadelerin sizin için ne kadar geçerli olduğunu, ifadelere katılıp katılmadığınızı yan tarafta yer alan boşluklarda size en çok uyan durumu işaretleyerek belirtin.

		Hiç Katılmıyorum	**Çok az Katılıyorum**	**Orta düzeyde Katılıyorum**	**Büyük oranda Katılıyorum**	**Tamamen Katılıyorum**
1	İdeallerime yakın bir yaşantım vardır					
2	Yaşam koşullarım mükemmeldir					
3	Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum.					
4	Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum					
5	Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim					

Ek-6. Bilişsel Üçlü Envanteri

Bu envanter insanların zaman zaman sahip oldukları farklı düşünceleri listelemektedir.
Bu düşüncelerin her biri için, fikrinizi en iyi tanımlayan cevabı yuvarlak içine alarak buna ne kadar katıldığınızı belirtiniz. Her düşünce için sadece bir olunuz. Maddeleri **ŞU ANKİ** düşüncenize göre cevaplayınız

	Hiç Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.Birçok beceri ve yeteneğim var							
2.İşim (ev işi, okul ödevi, günlük işler) zevksiz							
3.İnsanları çoğu arkadaş canlısı ve yardımsever							
4.Benim için bir şeylerin yolunda gitme ihtimali yok							
5.Başarısızım							
6.İleride başıma gelecek iyi şeyleri düşünmeyi severim							
7. İşimi (meslek, okul ödevi, ev işi) yeterli bir şekilde yapıyorum							
8.Tanıdığım insanlar ihtiyacım olduğunda bana yardım eder							
9.Bundan birkaç yıl sonra benim için herleyin çok iyi olacağını bekliyorum							
10.Şimdiye kadarki önemli ilişkilerimin hemen hemen hepsini mahvettim							
11.Geleckte beni birçok heyecan bekliyor							
12.Günlük aktivitelerim eğlenceli ve tatminkardır							
13.Hiçbir şeyi doğru yapamam							
14.İnsanlar beni sever							
15. Hayatımda olmasını beklediğim hiçbirşey kalmadı.							
16. Şu anki sorunlarım ya da endişelerim öyle ya da böyle hep olacak.							
17. Tanıdığım diğer insanlar kadar yeterliyim.							
18. Dünya çok düşmanca bir yer.							
19. Geleceğim hakkında umutlu olmak için hiçbir nedenim yok.							
20. Hayatımdaki önemli insanlar yardımsever ve destekleyicidir.							
21. Kendimden nefret ederim.							
22.Problemlerimin üstesinden geleceğim.							
23.Kötü şeyler başıma çok gelir.							
24. Sevecen ve destekleyici bir eşim ya da arkadaşım var.							
25. Birçok şeyi iyi yapabilirim.							
26. Geleceğim üzerinde düşünemeyeceğim kadar berbat.							
27.Ailem bana ne olduğunu umursamaz.							
28. Gelecekte benim için her şey yolunda gidecek							
29.Birçok önemli şeyden dolayı suçluyum.							
30. Ne yaparsam yapayım insanlar ihtiyacım olan şeyleri etmemi zorlaştırırlar.							
31. Ben değerli bir insanım.							
32.Gelecekten beklediğim hiçbirşey yok.							
33. Kendimi beğeniyorum.							
34.Birçok zorlukla karşı karşıyayım.							
35. Kişiliğimde ciddi kusurlar var.							
36. Yıllar geçtikçe, hoşnut ve tatminkar olacağımı bekliyorum							

Ek-7. Narsistik Kişilik Envanteri

Aşağıda toplam 16 tutum vardır. Her bir tutum iki şıktan oluşmaktadır. Her bir tutumdan size en uygun olanını işaretleyiniz.

1		İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım??
		İyi biri olduğumu biliyorum, çünkü herkes böyle söyler.
2		Kalabalık içinde herkesten biri olmayı tercih ederim.
		İlgi merkezi olmayı severim.
3		Pek çok insandan ne daha iyi ne de daha kötüyüm.
		Özel biri olduğumu düşünüyorum.
4		İnsanlar üzerinde otorite kurmaktan hoşlanırım.
		Emirlere uymaktan rahatsız olmam.
5		İnsanları kolayca manipüle ederim.
		İnsanları manipüle ettiğimi fark ettiğimde rahatsız olurum.
6		Layık olduğum saygıyı elde etme konusunda ısrarcıyımdır.
		Hak ettiğim saygıyı genellikle görürüm.
7		Gösterişten kaçınırım.
		Genellikle fırsatını bulduğumda şov yaparım.
8*		Her zaman ne yaptığımı bilirim.
		Bazen yaptığım şeyden emin değilimdir.
9		Bazen iyi hikaye anlatırım.
		Herkes hikayelerimi dinlemekten hoşlanır.
10		İnsanlardan çok şey beklerim.
		Başkaları için bir şeyler yapmaktan hoşlanırım.
11		İlgi merkezi olmaktan hoşlanırım.
		İlgi merkezi olmak beni rahatsız eder.
12		Otorite olmanın benim için pek bir anlamı yoktur.
		İnsanlar daima otoritemi kabul ediyor görünürler.
13		Önemli bir insan olacağım.
		Başarılı olmayı umuyorum.
14		İnsanlar söylediklerimin bazılarına inanır.
		İnsanları istediğim her şeye inandırabilirim.
15		Kendi kendime yeterim.
		Başkalarından öğrenebileceğim çok şey var.
16		Herkes gibi biriyim.
		Sıra dışı biriyim.

Ek-8. Annenin İnstagram Hesabına İlişkin Veri Formu

Bu form tarafımızca açılan dr_anne_baba aracılığyla annelerin instagram hesapları takip edilerek doldurulmuştur.

1. İnstagram profilindeki takipçi sayısı nedir
2. İnstagramdaki toplam paylaşım sayısı nedir?
3. İnstagramdaki çocuk olduktan sonraki toplam paylaşım sayısı nedir?
4. İnstagramdaki çocuklu paylaşım sayısıı nedir?
5. Annelerin kendilerine ait selfi tarzındaki paylaşım sayısı nedir?
6. Annelerinin çocukları ile birlikte olan selfi tarzındaki paylaşım sayısı nedir?
7. Çocuğa ait fotoğraflardan aile içinde veya çocuğun tek olduğu pozu var mı?
   1: evet
   2: hayır
8. Çocuğa ait fotoğraflardan aile içinde olan poz ve çocuğun tek olduğu poz sayısı nedir?
9. Çocuğuna mahremiyetini ihlal eder tarzda fotoğrafı var mı var mı?
   1: evet
   2: hayır
10. Çocuğa ait mahremiyetini ihlal eder tarzda olan fotoğrafı nerede?
11. Çocuğa ait mahremiyetini ihlal eder tarzda olan fotoğraf sayısı nedir?
12. Çocuğa ait fotoğraflardan oyun oynarken olan pozu var mı?
    1: evet
    2: hayır
13. Çocuğa ait fotoğraflardan oyun oynarken olan poz sayısı nedir?
14. Çocuğa ait fotoğraflardan doğum günü pozu var mı?
    1: evet
    2: hayır
15. Çocuğa ait fotoğraflardan doğum gününde olan poz sayısı nedir?
16. Çocuğa ait kimlik bilgilerini içerir tarzda pozu var mı?
    1: evet
    2: hayır
17. Çocuğa ait kimlik bilgileriri içerir tarzda pozu nerede?
18. Çocuğa ait kimlik bilgileriri içerir tarzda poz sayısı nedir?

Ek-9. Çizelgeler

Çizelge 1. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile Depresif Belirti Düzeyinin İlişkisi.

Sosyo demografik özellikler		**Beck Depresyon Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**Min-Max**	**P değeri**
Yaş grupları				
26-31	(n:27)	12,8±7,8	1-34	0,130[1]
31-36	(n:60)	10,8±5,8	1-31	
37-51	(n:43)	10,9±6,2	0-32	
Eğitim durumu				
Lise ve daha düşük	(n:16)	12,6±6,9	4-31	0,253[1]
Lisans	(n:90)	11,2±7,8	0-34	
Lisans üstü	(n:24)	10,1±5,8	0-24	
Meslek dağılımları				
Özel sektör	(n:30)	11,8 ±5,8	3-25	
Ev hanımı	(n:22)	10,7±7,8	1-31	
Öğretmen	(n:16)	9,9±5,5	0-23	
Memur	(n:16)	11,3±3,8	7-17	0,137[1]
Serbest meslek	(n:15)	13,1±7,8	1-32	
Mühendislik bilimi-mimar	(n:13)	10,6±8,6	0-34	
Sağlık çalışanı	(n:7)	13,1±6,5	3-19	
Akademisyen	(n:7)	7,9±4,8	2-15	
Avukat-hakim	(n:4)	6,8±7,8	1-9	
Gelir Düzeyi				
4600 TL ve altı	(n:40)	10,7±5,8	1-31	0,103[1]
4600-6900 TL	(n:47)	12,7±7,4	2-34	
6900 TL üzeri	(n:43)	9,5±6	0-24	
Medeni Durum				
Evli-birlikte yaşıyor	(n:128)	11,1±6,4	0-34	0,999[2]
Boşanmış ayrı yaşıyor	(n:2)	12,5±9,2	6-19	
Çocuk sayısı				
Tek çocuk	(n:92)	11,3±6,6	1-34	0,807[2]
İki veya üç çocuk	(n:38)	10,3±6,0	0-25	

[1]: Mann Whitney U Test, [2]: Kruskal Wallis Test

Çizelge 2. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi.

Sosyo-demografik özellikler		Yaşam Doyum Ölçeği Toplam		
		Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Yaş grupları				
26-31	(n:27)	13,3±5,3	6-25	0,151[1]
31-36	(n:60)	17,4±4,5	7-25	
37-51	(n:43)	17,3±4,8	6-25	
Eğitim durumu				
Lise ve daha düşük	(n:16)	16,7±3,9	10-23	0,279[1]
Lisans	(n:90)	16,6±4,9	6-25	
Lisans üstü	(n:24)	18,3±5,0	9-25	
Meslek dağılımları				
Özel sektör	(n:30)			
Ev hanımı	(n:22)	16,4±5,0	6-24	0,170[1]
Öğretmen	(n:16)	17,4±5,0	7-25	
Memur	(n:16)	18,0±4,5	13-25	
Serbest meslek	(n:15)	15,1±4,1	9-22	
Mühendislik bilimi-mimar	(n:13)	15,4±4,7	8-23	
Sağlık çalışanı	(n:7)	18,1±5,3	6-25	
Akademisyen	(n:7)	15,9±3,1	11-20	
Avukat-hakim	(n:4)	19,6±5,1	10-24	
		20,7±4,6	15-25	
Gelir Düzeyi				
4600 TL ve altı	(n:40)	17,1±4,3	7-25	0,295[1]
4600-6900 TL	(n:47)	16,1±5,2	6-25	
6900 TL üzeri	(n:43)	17,6±4,8	8-25	
Medeni Durum				
Evli-birlikte yaşıyor	(n:128)	16,9±4,85	6-25	0,802[2]
Boşanmış ayrı yaşıyor	(n:2)	16,5±3,54	14-19	
Çocuk sayısı				0,400[2]
Tek çocuk	(n:92)	17,2±4,7	6-25	
İki veya üç çocuk	(n:38)	16,3±5,0	6-24	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Mann Whitney-U Testi

Çizelge 3. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi.

Sosyo-demografik özellikler		Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam		
		Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Yaş grupları				
26-31	(n:27)	72,2±20,2	36-112	0,297[2]
31-36	(n:60)	70,3±17,9	38-132	
37-51	(n:43)	76,0±17,7	46-122	
Eğitim durumu				
Lise ve daha düşük	(n:16)	78,4±15,8	56-104	0,823[2]
Lisans	(n:90)	71,5±19,6	36-132	
Lisans üstü	(n:24)	72,8±14,6	45-99	
Meslek dağılımları				
Özel sektör	(n:30)			
Ev hanımı	(n:22)	73,6±20,1	41-122	0,418[1]
Öğretmen	(n:16)	71,4±22,3	36-132	
Memur	(n:16)	68,7±16,3	38-95	
Serbest meslek	(n:15)	77,5±13,5	53-97	
Mühendislik bilimi-mimar	(n:13)	75,7±15,0	43-100	
Sağlık çalışanı	(n:7)	70,3±21,3	46-112	
Akademisyen	(n:7)	78,4±20,9	45-104	
Avukat-hakim	(n:4)	71,1±7,9	58-84	
		55,2±14,5	36-71	
Gelir Düzeyi				
4600 TL ve altı	(n:40)	71,8±20,3	36-132	0,723[2]
4600-6900 TL	(n:47)	74,3±18,6	42-122	
6900 TL üzeri	(n:43)	71,5±16,3	38-104	
Medeni Durum				
Evli-birlikte yaşıyor	(n:128)	72,6±118,4	36-132	0,993[4]
Boşanmış ayrı yaşıyor	(n:2)	75,5±19,1	59-86	
Çocuk sayısı				0,078[4]
Tek çocuk	(n:92)	70,8±17,6	36-132	
İki veya üç çocuk	(n:38)	77,0±19,6	43-122	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Tek Yönlü Varyans Analizi, [3]: Mann Whitney-U Testi, [4]: Bağımsız Örneklerde t Testi

Çizelge 4. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

Sosyo-demografik özellikler	Narsistik Kişilik Envanteri toplam		
	Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Yaş grupları			
26-31	8,3±1,59	4-12	0,054[1]
31-36	8,1±1,43	4-11	
37-51	8,9±1,55	5-13	
Eğitim durumu			
Lise ve altı	8,4±1,0	7-10	0,570[1]
Lisans	8,5±1,6	4-12	
Lisans üstü	8,2±2,0	5-13	
Meslek dağılımları			
Özel sektör			
Ev hanımı	8,8±1,4	6-12	
Öğretmen	8,4±1,3	5-10	0,619[1]
Memur	8,7±1,3	7-11	
Serbest meslek	8,7±1,6	6-12	
Mühendis-mimar	7,9±2,0	4-10	
Sağlık çalışanı	8,1±1,8	5-11	
Akademisyen	7,7±0,9	6-9	
Avukat-hakim	8,1±2,5	6-13	
	8,0±0,8	7-9	
Gelir Düzeyi			
4600 TL ve altı	8,6±1,4	5-12	0,355[1]
4600-6900 TL	8,1±1,7	4-12	
6900 TL üzeri	8,6±1,6	5-13	
Medeni Durum			
Evli	8,4±1,6	4-13	0,584[2]
Boşanmış	9,0±1,4	8-10	
Çocuk sayısı			0,655[2]
Tek çocuk	8,4±1,6	4-12	
İki veya üç çocuk	8,5±1,7	5-13	

[1]: Kruskal Wallis Testi, [2]: Mann Whitney-U Testi

Çizelge 5. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Çeşidi ve Sayısının Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformları			Beck Depresyon Ölçeği Puan		
			Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Instagram	Evet	(n:130)	11±6,4	0-34	-
	Hayır		-	-	
Facebook	Evet	(n:83)	10,8±6,5	0-34	-
	Hayır	(n:47)	11,3±6,4	0-31	
Twitter	Evet	(n:53)	10,3±5,3	0-22	0,719
	Hayır	(n:77)	11,3±7,1	0-34	
Snapchat	Evet	(n:8)	10,3±6,7	0-21	0,525[1]
	Hayır	(n:122)	11±6,4	0-34	
Toplam sosyal medya platformu	1	(n:31)	11,7±7,1	0-31	0,812[2]
	2	(n:58)	11±6,6	1-34	
	3	(n:37)	10,8±5,7	2-22	
	4 ve üzeri	(n:4)	8±5,6	0-13	

[1]:Mann Whitney U Test, [2]: Kruskal Wallis Test

Çizelge 6. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Amaçları		**Beck Depresyon Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**Min-Max**	**P değeri**
Arkadaşlarımla-ailemle iletişim için kullanırım	Evet (n:107)	11,5±6,5	1-34	0,071[1]
	Hayır (n:23)	8,8+5,4	1-18	
Bebeğim/çocuğum ile ilgili bilgi edinme için kullanırım	Evet (n:98)	11,5±6,6	0-34	0,178[1]
	Hayır (n:32)	9,5±5,5	0-24	
Fotoğraflara bakmak/fotoğraf yüklemek için kullanırım	Evet (n:76)	10,6±6,0	0-32	0,611[1]
	Hayır (n:54)	11,5±7,0	0-34	
Bebeğim/çocuğum için alışveriş yapmak için kullanırım	Evet (n: 52)	12,1±6,6	1-32	0,077[1]
	Hayır (n:78)	10,2±6,3	0-34	
Elde ettiğim bilgileri paylaşmak için kullanırım	Evet (n: 43)	5,8±1,0	1-25	0,542[1]
	Hayır (n: 87)	6,7±1,0	0-34	
Blog yazmak/takip etmek için kullanırım	Evet (n:17)	11,1±6,3	0-21	0,865[1]
	Hayır (n:113)	11,1±6,5	0-34	
Yeni insanlarla tanışmak için kullanırım	Evet (n:1)	19	……	----
	Hayır (n:129)	10,9±6,4	0-34	

[1]: Mann Whitney U Test, [2]: Fisher'in Kesin Testi

Çizelge 7. Katılımcıların Sosyal Medyada Çocuğuna ait Paylaşım Sıklığı ve İçeriği ile Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Katılımcıların Çocuklarına ait Paylaşım Özellikleri		**Beck Depresyon Ölçeği Puan**		
		Ortalama skor±SS	**Min-Max**	**P değeri**
Hergün ya da gün aşırı (n:4)		13,8±2,5	11-17	0,583[1]
Haftada bir-iki kez (n:27)		11,8±7,7	2-34	
Ayda bir kez (n:30)		10,9±5,1	3-24	
Ayda bir kezden daha az (n:62)		10,9±6,6	0-32	
Hiçbir zaman (n:7)		8,1±6,2	1-18	
Paylaşım içeriği				
Fotoğraf	Evet (n:118)	11,0±6,4	0-34	0,955[2]
	Hayır (n:12)	11,2±7,3	1-25	
Bilgi	Evet (n:51)	11,6±6,3	0-34	0,315[1]
	Hayır (n:79)	10,5±6,5	0-32	
Video	Evet (n:35)	11,9±6,3	2-24	0,209[1]
	Hayır (n:95)	10,6±6,5	0-34	

[1]: Kruskal Wallis Test, [2]: Mann Whitney U Test

Çizelge 8. Katılımcıların İnstagram'daki Çocuklarına ait Fotoğraf Sayısının ve Niceliğinin Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

Çocuğa ait fotoğraf (var/yok)		**Beck Depresyon Ölçeği Toplam Puan**		
		Ortalama skor±SS	**Min-Max**	**P değeri**
Aile içinde fotoğraf	Evet (n:123)	11±6,5	47 (94,0)	0,899
	Hayır (n:7)	10,7±5,2	3 (6,0)	
Çocuğun tek olduğu fotoğraf	Evet (n:93)	11,1±6,2	37 (74,0)	0,600
	Hayır (n:37)	10,7±7,0	13 (26,0)	
Oyun oynarken olan fotoğrafı	Evet (n:90)	11,4±6,4	38 (76,0)	0,146
	Hayır (n:40)	10,0±6,5	12 (24,0)	
Doğum günü fotoğrafı	Evet (n:68)	11,4±6,5	27 (54,0)	0,333
	Hayır (n:62)	10,5±6,3	23 (46,0)	
Mahremiyet ihlal eder tarzda fotoğrafı	Evet (n:67)	12,6±6,5	32 (64,0)	**0,004**
	Hayır (n:63)	9,5±5,1	18 (36,0)	
Kimlik bilgileri içerir tarzda fotoğrafı	Evet (n:44)	14,4±5	28 (56,0)	**0,000**
	Hayır (n:86)	9,3±6,0	22 (44,0)	

Çizelge 9. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile Beck Depresyon Ölçeğine Göre Depresif Belirti Düzeyi ile İlişkisi.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar		**BDÖ Grup 1 (12 ve altı puan) n (%)***	**BDÖ Grup 2 (13 ve üstü puan) n (%)**	**p**
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	Evet (n:44)	29 (65,9)	15 (34,1)	0,464[1]
	Hayır (n:86)	51 (59,3)	35 (40,7)	
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	Evet (n:62)	40 (64,5)	22 (35,5)	0,505[1]
	Hayır (n:68)	40 (58,8)	28 (41,2)	
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	Evet (n:35)	18 (51,4)	17 (48,6)	0,150[1]
	Hayır (n:95)	62 (65,3)	33 (34,7)	
Şifresi kimlik bilgilerinden oluşanlar	Evet (n:29)	15 (51,7)	14 (48,3)	0,218[1]
	Hayır (n:101)	65 (64,4)	36 (35,6)	

[1]: Pearson Kİ-Kare Testi *: Satır yüzdesi

Çizelge 10. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile Depresif Belirti Düzeyinin ilişkisi.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar			Beck Depresyon Ölçeği Puan		
			Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	Evet	(n:44)	9,4±5,7	0-25	0,078[1]
	Hayır	(n:86)	11,8±6,7	0-34	
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	Evet	(n:62)	10,3±6,3	1-25	0,216[1]
	Hayır	(n:68)	11,6±6,5	0-34	
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	Evet	(n:35)	12,3±6,5	0-32	0,137[1]
	Hayır	(n:95)	10,5±6,5	0-34	
Şifresi kimlik bilgilerinden oluşanlar	Evet	(n:29)	12,4±7,3	0-32	0,237[1]
	Hayır	(n:101)	10,1±6,1	0-34	

Çizelge 11. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile Yaşam Doyum Düzeyinin İlişkisi.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar			Yaşam Doyum Ölçeği Toplam		
			Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	Evet	(n:44)	16,54±4,3	7-24	0,447[1]
	Hayır	(n:86)	17,09±4,99	6-25	
Şifresi kimlik bilgilerinden oluşanlar	Evet	(n:62)	16,21±3,59	9-24	0,194[1]
	Hayır	(n:68)	17,16±5,12	6-25	
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	Evet	(n:35)	18,32±4,90	6-25	0,064[1]
	Hayır	(n:95)	17,24±4,66	6-24	
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	Evet	(n:29)	16,65±5,12	6-25	0,551[1]
	Hayır	(n:101)	17,22±4,55	6-25	

[1]: Mann Whitney-U Testi

Çizelge 12 Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile Psikolojik Sağlamlık Düzeyinin İlişkisi.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar			Bilişsel Üçlü Envanteri Toplam		
			Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	Evet	(n:44)	71,57±20,23	42-132	0,698[2]
	Hayır	(n:86)	72,99±17,71	36-122	
Şifresi kimlik bilgilerinden oluşanlar	Evet	(n:62)	72,28±16,85	45-100	0,913[2]
	Hayır	(n:68)	72,70±18,84	36-132	
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	Evet	(n:35)	73,73±18,72	36-108	0,373[1]
	Hayır	(n:95)	72,03±18,25	42-132	
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	Evet	(n:29)	74,94±18,78	36-132	0,168[2]
	Hayır	(n:101)	70,49±17,83	38-122	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi

Çizelge 13. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ile Narsistik Kişilik Düzeyinin İlişkisi.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar			Narsistik Kişilik Envanteri toplam		
			Ortalama skor±SS	Min-Max	P değeri
Şifrelerini başka ortamda kullananlar	Evet	(n:44)	8,51±1,54	5-12	0,686[1]
	Hayır	(n:86)	8,39±1,64	4-13	
Şifresi kimlik bilgilerinden oluşanlar	Evet	(n:62)	8,79±1,42	6-13	0,185[1]
	Hayır	(n:68)	8,32±1,65	4-12	
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar	Evet	(n:35)	8,68±1,55	6-13	0,375[1]
	Hayır	(n:95)	8,29±1,63	4-12	
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar	Evet	(n:29)	8,34±1,66	4-13	0,499[1]
	Hayır	(n:101)	8,50±1,57	4-12	

[1]: Mann Whitney-U Testi, [2]: Bağımsız Örneklerde t Testi

Çizelge 14. Katılımcıların İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumları ve Çocuklarına ait Fotoğraf paylama Durumları ile Arasındaki İlişki.

İnternet Güvenliğine İlişkin Tutumlar	Kimlik Bilgileri İçerir Tarzda Paylaşım Yapma			Aile İçinde Fotoğraf Paylaşım Yapma			Çocuğun Tek Fotoğraf Paylaşım Yapma			Mahremiyeti İhlal Eder Tarzda Paylaşım Yapma			Oyun Oynarken Olan Paylaşım Yapma			Doğum Gününde Olan Paylaşım Yapma		
	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p	Evet n(%)*	Hayır n(%)*	p
Güncel bir antivirüs program kullanmayanlar (n:86)	31 (36,0)	55 (64,0)	0,459[1]	81 (94,2)	5 (5,8)	0,999[1]	59 (68,6)	27 (31,4)	0,300[1]	45 (52,3)	41 (47,7)	0,305[1]	60 (69,8)	26 (30,2)	0,853[1]	42 (48,8)	44 (51,2)	0,268[1]
İki faktör kimlik uygulamasını kullanmayanlar (n:68)	22 (32,4)	46 (67,6)	0,706[1]	63 (96,8)	5(3,2)	0,442[1]	47 (69,1)	21 (30,9)	0,522[1]	32 (47,1)	36(52,9)	0,284[1]	46 (67,6)	22(32,4)	0,692[1]	36 (52,9)	32 (47,1)	0,880[1]
Şifrelerini başka ortamda kullananlar (n:35)	11 (31,4)	24 (68,6)	0,724[1]	33 (94,3)	2 (5,7)	0,982[1]	24 (68,9)	11 (31,4)	0,647[1]	16 (45,7)	19 (54,3)	0,922[1]	23 (65,7)	12(34,3)	0,598[1]	20 (57,1)	15 (42,9)	0,503[1]
Şifreleri kimlik bilgilerinden oluşanlar (n:29)	8 (27,6)	21 (72,4)	0,419[1]	27 (93,1)	2(6,9)	0,652[1]	23 (79,3)	6 (20,7)	0,293[1]	15 51,7)	14 (48,3)	0,784[1]	21 (68,3)	8 (31,7)	0,674[1]	16 (55,2)	13 (44,8)	0,765[1]

ÖZGEÇMİŞ

Unvanı, Adı Soyadı : Uzm. Dr. Betül Orhan Kılıç

Doğum Tarihi:

Doğum yeri:

E-mail:

Telefon:

Bölümü: Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları

Medeni Durum:

Yabancı Dil: İngilizce

Öğrenim Durumu

İlkokul: Lütfiye Kısacık İlkokulu, Adana, 1989-1993

Ortaokul-Lise: İpek Koleji, Ankara, 1993-1999

Lisans: Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi, Ankara, 1999-2006

Uzmanlık Eğitimi: Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları AD, Ankara, 2006-2011

Yüksek Lisans: Ankara Üniversitesi Sosyal Pediatri Tezli Yüksek Lisan (2019-halen)

Çalıştığı Kurumlar:

- Çorum Sungurlu Devlet Hastanesi, 2011-2012 (Mecburi Hizmet)
- Etlik Zübeyde Hanım Kadın Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi , 2012- 2015 (Mecburi Hizmet)
- TOBB ETÜ Hastanesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları AD, Ankara, 2015-2015
- Başkent Üniversitesi Tıp Fakültesi Ankara Hastanesi, Ankara, 2015 –halen çalışmaktadır.

Tıbbi İlgi ve Uzmanlık Alanları:

Tez Çalışmaları: "Akut Lösemili Çocukların Göz Bulguları"

Araştırmalar ve Yayınlar:

1. Malbora B, Avci Z, **Orhan B**, Arda S, Ozbek N. "Succesful use of recombinant factor VIIa (Novoseven®) during apendectomy in an adolescent patient with congenital factor XI deficiency". Journal of Pediatric Sciences. 2011;3(2):e81. (Index Copernicus).
2. Malbora B, Avci Z, Gulsan M, **Orhan B**, Ozbek N. "Low Serum Lipocalin Levels in Patients with Iron Deficiency Anemia". J Pediatr Hematol Oncol. (Science Citation Index). 2013 Apr;35(3):218-20. DOI: 10.1097/MPH.0b013e3182756dea.
3. Orhan B, Malbora B, Akça Bayar S, Avcı Z, Alioğlu B, Özbek N. Ophthalmologic Findings in Children with Leukemia: A Single-Center Study. Turk J Ophthalmol. 2016 Apr;46(2):62-67. Epub 2016 Apr 5.
4. Kılıç BO, Baysun Ş, Gökşen TC, Akınbingöl I, Arslan Z. An Unusual Presentation of Kawasaki Disease: Gallbladder Hydrops and Acute Cholestatic Hepatitis. Case Rep Med. 2018 Jul 3;2018.
5. Gemici A, Alkilic A, Guleryuz P, Tunali S, Kilic BO, Ozisik P New Entity of Skull Lesions due to Birth Trauma: Kanat (Wing) Fractures. Turk Neurosurg. 2018;28(6):940-94

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (*Proceedings*) basılan bildiriler (varsa tarandığı dizinleri belirtiniz.)

1. Malbora B, Avci Z, **Orhan B**, Olgac A, Ozbek N. "Successful Treatment of Early Relapse with ICE-Rituximab Chemotherapy and Subsequent Bone Marrow Transplantation in a Patient with Burkitt Leukemia and Inverted Duplication 1q". P031. 3rd International Congress on Lymphoma Leukemia Myeloma, May 11-14, 2011, Istanbul, Türkiye.
2. **Betül Orhan**, Zekai Avcı, Barış Malbora, Figen Özçay, Serdar Arda, Namık Özbek "Kolektomi İle Düzelmeyen Ülseratif Kolit'e Bağlı İmmün Trombositopenik Purpura". 4. Uludağ Pediatri Kış Kongresi, Bursa, 17–20 Şubat 2008
3. Deniz Çelik, Zekai Avcı, **Betül Orhan**, Barış Malbora, Namık Özbek. "Akut Nekrotizan Ülseratif Gingivostomatitis ve Periodonditis". P049. 8. Ulusal Pediatrik Hematoloji Kongresi, 25-28 Mayıs 2011, Adana.
4. Zekai Avcı, Barış Malbora, **Betül Orhan**, Deniz Çelik, Namık Özbek. "Ağır Konjenital Nötropeni ve G6PC3 Mutasyonu". P087. 8. Ulusal Pediatrik Hematoloji Kongresi, 25-28 Mayıs 2011, Adana.
5. Zekai Avcı, Barış Malbora, **Betül Orhan**, Deniz Çelik, Namık Özbek. "Tek Doz G-CSF Uygulamasının Platelet Fonksiyonlarına Etkisi" 8. Ulusal Pediatrik Hematoloji Kongresi 2011. Adana.
6. Meltem Gülşan, Zekai Avcı, Barış Malbora, **Betül Orhan**, Bahattin Tunç, Namık Özbek. "Demir Eksikliği Anemisinde Demir Sülfat ile Birlikte Çinko Verilmesinin Etkileri". 8. Ulusal Pediatrik Hematoloji Kongresi 2011. Adana.
7. **Kılıç BO,** Aygenç E, Kahraman D, Günhan Ö, Arslan Z. Nadir Bir olgu: Nazal Polip ve Fasiyal Asimetrisi Olan Allerjik Fungal Sinüzit. 54. Türk Pediatri Kongresi, 06-09 Mayıs 2018.

8. Çelik D, **Kılıç BO,** Akışın YA, Tükün A, Akar N. HFE -47 G>A VE T>C Değişimi ile alpha globin -3,7 kb delesyonu olan asemptomatik hemokromatozis olgusu.
9. Akar N, Kurt G, **Kılıç BO,** Akışın YA, Onay H. Refrakter Demir Eksikliği Anemili Bir Olguda TMPRSS6 Gen Değişimleri.
10. Baysun Ş, **Kılıç BO,** Demircin G, Arslan Z. Eksudatif Konjonktivitli Kawasaki ve 11. Gün Tedavi Alan İnkomplet Kawasaki Hastalığı: İki Olgu Sunumu. 14. Uludağ Pediatri Kış Kongresi, 11-14 Mart 2018, Uludağ.
11. Akınbingöl İ, Akışın YA, **Kılıç BO.** Çocuk ve Adölesanlarda Hepatit B Aşısı Seroprevelansı. 14. Uludağ Pediatri Kış Kongresi, 11-14 Mart 2018, Uludağ.
12. **Kılıç BO** ,Baysun Ş, Gökşen TC, Akınbingöl İ, Arslan Z. Safra Kesesi Hidropsu ve Kolestatik Hepatit Tablosu İle Gelen Nadir Bir Atipik Kawasaki Hastalığı. 14. Uludağ Pediatri Kış Kongresi 11-14 Mart 2018, Uludağ.
13. Akışın YA, **Kılıç BO,** Akar N. TOBB ETÜ Tıp Fakültesi Hastanesi Beta Talasemi Taşıyıcılığnın Değerlendirilmesi. 17. Klinik Biyokimya Kongresi, 4-7 Mayıs 2017.
14. Kılıç S, **Kılıç BO**, Karakaş NM, Ecevit Z. Epstein-Barr Virüs Enfeksiyonuna Sekonder Akut Kolestatik Hepatit. Türk Pediatri Kongresi, Girne, KKTC, 2018
15. **Kılıç BO,** Kılıç S, Ecevit Z. Peteşiyal Döküntü ile Karakterize Atipik Parvovirüs B19 Enfeksiyonu. Orhan Kılıç B, 55. Türk Pediatri Kongresi, Girne, KKTC, 2019
16. **Kılıç BO,** Çatal R, Mumcu Y, Akar N. Zor Doğum Sonrası Spontan İyleşen Diyafragma Paralizili Yenidoğan. 55. Türk Pediatri Kongresi, Girne, KKTC, 2019
17. Kılıç S, **Kılıç BO** B, Belen Apak B. Nadir Bir Olgu: Parvovirüs B19 İlişkili Hepatomegali. 55. Türk Pediatri Kongresi, Girne, KKTC, 2019

Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

Kılıç BO. Çocuklarda artrit etyoloji ve sıklığının belirlenmesi; tek merkezin 5 yıllık retrospektif deneyimi. Başkent Pediatri Günleri, Ankara, Türkiye, 2019

Ulusal hakemli dergilerde yayınlanan makaleler (Tarandığı dizinleri belirtiniz.)

Kılıç BO, Arslan Z. Ateşin fizyopatolojisi ve Yönetimi. Pediatride Ateş 1. Baskı. Ankara. Türkiye Klinikleri ; 2019.p 1-7.

KONGRE KATILIMLARI

1. Ulusal Sosyal Pediatri Sempozyumu, 11-13 Ekim 2019, Eskişehir
2. Türk Pediatri Kongresi, 28 Nisan -02 Mayıs 2019, KKTC
3. III. Başkent Pediatri Günleri, 08-09 Mart 2019, Ankara
4. Türk Pediatri Kongresi, 06-09 Mayıs 2018, KKTC
5. Milli Pediatri Kongresi, 14-18 Kasım 2018, Antalya
6. 4. Bahar Pediatri Günleri, 02-03 Mart 2018, Adana

7. 7. Ulusal Aşı Sempozyumu, 20-24 Eylül 2017, Ankara
8. PUADER Kongresi, 23-25 Ekim 2017, Antalya
9. Türk Pediatri Kongresi, 14-18 Mayıs 2017, KKTC
10. 23. Ulusal Neonatoloji Kongresi, 20-22 Nisan 2015, Adana.
11. 22. Ulusal Neonatoloji Kongresi, 10-13 Nisan 2014, Antalya.
12. 3rd International Congress on Lymphoma Leukemia Myeloma, May 11-14, 2011, Istanbul, Türkiye
13. 8. Ulusal Pediatrik Hematoloji Kongresi, 25-28 Mayıs 2011, Adana.
14. 4. Uludağ Pediatri Kış Kongresi, Bursa, 17–20 Şubat 2008