

KİŞİSEL BECERİLER, KİŞİLERARASI BECERİLER VE GENEL RUH DURUMU İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLİŞKİSİNİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEKLEMİNDE ANALİZİ

THE ANALYSIS ON UNDERGRADUATE STUDENTS OF RELATIONSHIPS BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND INTRAPERSONAL SKILLS, INTERPERSONAL SKILLS, AND GENERAL MOOD

Habibe AKÇAY BEKİROĞLU* 

Emine ŞAHİN** 

Öz

Bireylerin duygusal zekâsı, kendi ve başkalarının duygularını tanımlamayı, kontrol etmeyi ve yönetmeyi sağlayan bütüncül bir yapıyı oluşturmaktadır. Bu çalışmada, duygusal zekânın göstergesi olarak bireylerin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeylerinin yüksek ya da düşük olmasının sosyal medya bağımlılığıyla ne denli ilişkili olduğu ele alınmıştır. Ayrıca kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığını ne derece etkilediği (yordadığı) ve bu değişkenlerin demografik özellikler ile sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılık düzeyi de bu çalışmada incelenmiştir. Araştırmada nicel araştırma deseni seçilmiş, amaçlı ve kolayda örneklem tekniği ile belirlenen 207 kişiden veriler elde edilmiştir. Araştırmanın verileri 01-20 Mayıs 2019 tarihleri arasında yapılandırılmış soru formu ile sınıf ortamında yapılan yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Çalışma bulgularına göre kişisel beceriler ve kişilerarası becerilerin sosyal medya bağımlılığının tekrarlama ve çatışma alt boyutu ile negatif yönde ilişkili olduğu genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Kişisel ve kişilerarası beceriler arttıkça tekrarlama ve çatışma düzeyi azalmaktadır. Ölçek genelinde kişisel becerilerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu ve sosyal medya bağımlılığını etkilediği belirlenmiştir. Araştırma, alanda çok fazla çalışmanın olmaması ve ulaşılan sonuçları bakımından önemlidir.

* Yıldız Teknik Üniversitesi, Rektörlük, habibeakcay@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9521-915X

** Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, eminesahin2001@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7269-0923

Anahtar Kelimeler: Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler, Genel Ruh Durumu, Sosyal Medya Bağımlılığı, Üniversite Öğrencileri.

Abstract

Emotional intelligence is a holistic structure that enables to define, control and manage their own and others' emotions. In this study, it was studied how related is high or low intrapersonal skills, interpersonal skills and general mood, as a sign of emotional intelligence and social media addiction. Moreover, it was analyzed the effect of personal skills, interpersonal skills, the general mood on social media addiction and these variables the level of difference according to demographic features and social media use habits. The quantitative research design was chosen in the study and data was collected from 207 participants through a purposeful and convenient sampling method. Data was collected through a face-to-face survey in a classroom setting via structured questionnaire form, between 01-20 May 2019. According to collected data, it was determined that there is a negative relationship between intrapersonal skills, interpersonal skills and social media addiction relapse and conflict lower dimension; and there is no relationship between general mode and social media addiction lower dimensions. With the increase of intrapersonal and interpersonal skills relapse and conflict level decreases. Furthermore, it has been determined that personal skills are correlated with social media addiction scale total and affect social media addiction. The research is important in terms of its results and due to the limited research in the field.

Keywords: Intrapersonal Skills, Interpersonal Skills, General Mood, Social Media Addiction, University Students.

1. Giriş

Gün geçtikçe sosyal medya kullanım oranının arttığı ve kullanım yaşının düştüğü günümüzde, gençler dijital medyada oluşturdukları sanal ilişkileri kişilerarası ilişkilere tercih etmektedir. Günlük hayattaki sorunlarla baş edebilmek için gençler, sanal dünyadan öğrendikleri davranış kalıplarına başvurabilmektedirler. Ayrıca bilimsel çalışmalar, sosyal ağ sitelerinin gençler arasında sosyal etkileşim ve bilgi alışverişi için en popüler araçlardan biri olduğunu göstermektedir (Karaca, 2007; Hughes, Rowe, Batey & Lee, 2012, Balkaya, 2014; Çiftci, 2016). Sosyal medyanın kullanılan altyapıya bağlı olarak sağladığı imkânlarla kişilerarası iletişim yeni bir boyut kazanmıştır. Böylece, sosyal medya araçlarından, değişimin bir yansıması olarak sosyal etkileşimde de köklü dönüşümler yaşanmıştır (Ellison & Boyd, 2013). Ancak sosyal medya kullanımının bu olumlu çıktılarının yanı sıra tabii ki olumsuz yanları da bulunmaktadır. Alan taraması sonuçlarına göre teknolojinin problemlili kullanımını ki burada çevrim içi oyun ve sosyal medya kullanımı ağırlık kazanmaktadır, kişilik sorunları ve psikososyal problemleri beraberinde getirmektedir (Kuss & Griffiths, 2011; O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011; Wang, Gaskin & Wang, 2015; Wegman & Brand, 2016; Li vd., 2018). Bununla birlikte, birçok insan için sosyal medyada yer almak ve görünür olmak gündelik hayatın vazgeçilmezlerinden biri hâline gelmiştir.

Çağımızın hastalıklarından depresyon, aksiyete ve stresin yanı sıra kişilik özellikleri gibi kendine saygı, kendine güven, kendini gerçekleştirme ve benzeri pek çok nedene bağlı olarak (O'Keeffe

& Clarke-Pearson, 2011; Wang vd., 2015; Wegmann & Brand, 2016; Eşkisu vd., 2020; Şahin, Türk & Hamamcı, 2022) sosyal medya kullanımı kişinin kontrolünden çıkarak toplumsal yaşam içinde zorunluluğa dönüşmektedir. Kişisel ve toplumsal sorunların bir nedeni olarak sosyal medya bağımlısı bireyler huzursuz, stresli, endişeli, gerçek hayattaki sosyal ilişkilerinden uzak, şiddete meyilli mutsuz kişilere dönüşmektedir (Andreassen & Pallesen, 2014; Akçay-Bekiroğlu & Şahin, 2019). Yapılan çalışmalarda demografik faktörlerin sosyal medya kullanım düzeyinde belirleyici olduğu ortaya konmaktadır (Çam & İşbulan, 2012; Çiftci, 2016; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016).

Diğer taraftan, kendi ve başkalarının duygularının farkında olan, duygularla baş edebilen ve yönetebilen bu konuda kendi kendini motive eden, empati kurabilen kişiler (Tuğrul, 1999, s. 12) duygusal zekâsı yüksek kişilerdir. Chandel'a göre duygusal zekâ kısaca, kendimizin ve başkalarının duygularını tanıma ve yönetme yeteneğini ifade etmektedir (Chandel, 2018, s. 577). Kendi duygu ve yeteneklerini tanıyan, onları kabul ederek gelişime açık olan, hayata dair belirlediği hedeflere başarı ve istekle kenetlenen, diğer kişilerin duygusal problem ve gereksinimlerini anlayabilen, onları önemseyen, ekip çalışmasına açık, ikna etme ve uzlaşma yeteneğine (Bridge, 2003, s. 12) sahip kişiler hem sosyal hayatta hem de iş hayatında başarılı kişilerdir. Bu nedenle son yıllarda, gerek iş hayatında gerekse toplumsal hayatta duygusal zekânın önemi giderek artmaktadır.

Reuvaen Bar-On (2006, s. 3) kapsamlı olarak ele aldığı duygusal zekâyı; kendimizi ne kadar iyi anlayabildiğimizi ve ifade ettiğimizi, başkalarını ne kadar iyi anladığımızı ve onlarla kurduğumuz ilişkileri, gündelik olaylarla ve isteklerle başa çıkabilme yeteneğini belirleyen, birbiriyle bağlantılı sosyal ve duygusal yetkinliklerin, becerilerin ve kolaylaştırıcıların bir kesiti olarak açıklamıştır. Bar-On tekrarlar dayanan çalışmaları ile duygusal zekânın bileşenlerini belirlemiştir. Bar-On'un modeline göre bireylerin duygusal zekâsını, kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyumluluk, stres yönetimi ve genel ruh durumu açıklamaktadır (Bar-On, 2006). Bu çalışmada duygusal zekânın; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu boyutları ele alınmıştır.

Çalışmanın problemi, günümüzde bir davranış bozukluğu olarak kabul edilen sosyal medya bağımlılığının öz saygı, öz güven, kendini gerçekleştirme gibi kişisel becerileri, kişilerarası becerileri, mutluluk ve iyimserlik gibi genel ruh durumunu ifade eden duygusal zekâ ölçütleri ile ilişkili olabileceğidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, üniversite öğrencisi gençlerin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ve bu değişkenlerin sosyal medya bağımlılığını nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Çalışmada aynı zamanda sosyal medya bağımlılığının iletişim fakültesi öğrencilerinin, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim gördükleri bölüm gibi demografik özellikleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yansımaları incelenmiştir. Bu kapsamda nicel araştırma deseni olarak tarama tercih edilmiştir. Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden amaçlı, kolayda örneklem tekniği ile belirlenen 216 öğrenciye 01-20 Mayıs 2019 tarihleri arasında sınıf ortamında yapılandırılmış sorulardan hazırlanan anket formu yöneltilmiştir. Ancak veri setindeki 9 kişinin cevapları sorulara eksik cevap verilmesi ve boş bırakılması nedeniyle çıkarılmıştır. Veriler SPSS programında analiz edilmiş ve araştırma sonuçları ortaya konmuştur.

2. İletişimde Duygusal Zekânın Önemi

İnsanlar duygusal varlıklardır. Mayer ve Salovey'e göre duygular; zihinsel ve fiziksel, motivasyona dayalı uyum sağlayıcı düzenli tepkilerdir ve bireyin fizyolojik tepkileri, bilişsel farkındalığı gibi pek çok psikolojik alt sistemleri koordine eden içsel olaylardır (Çakar & Arbak, 2004, s. 27). Duygular, davranışların yakıtıdır. Passons, duyguların hizmet ettiği iki amaçtan bahsetmektedir. Bunlardan birincisi kişiyi harekete geçirmek için gerekli olan enerjiyi sağlamak, ikincisi ise kişinin ihtiyacını karşılayabilmesi için içinde bulunduğu ortamı amacı doğrultusunda kullanmaktır (Passons 1975'ten akt. Tuğrul, 1999, s. 13). Goleman (2018, s. 62) duygusal zekâsı yüksek bireylerin özelliklerini tanımlarken şu ifadeleri kullanmaktadır: "Kendini harekete geçirebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh hâlini düzenleyebilme, sıkıntılarının düşünmeyi engellemesine izin vermeme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, kendini başkasının yerine koyabilme ve umut besleme...". Tüm bunlar kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını etkili bir şekilde düzenlemesi, motive etmesi ve planlaması için duyguların kullanılabilmesini (Salovey & Mayer, 1990, s. 185) ifade etmektedir.

Korku, anksiyete, depresyon ve stres gibi kişileri zor duruma sokan ruhsal bozukluklara yol açan duygu ve ruh hâllerini etkili bir şekilde yönlendirebilmek, bu durumlar karşısında kendi kendini motive edebilmek, hayal kırıklığı karşısında iyimser kalabilmek, empati, yani diğer kişilerin bakış açısından bakabilme yeteneği bireyin duygusal zekâ düzeyini göstermektedir (Konrad & Hendl, 2001, s. 11). Kendi duygularının ve başkalarının duygularının bilincinde olan kişiler, kısaca *duygusal anlamda yüksek farkındalığa sahip kişiler*, kendi duygularını tanıma, duygularının farkına varma ve diğer insanların nasıl hissedebileceğini yorumlayabilme yetisine sahiptir. Böylece kişi hem kendi duygularını hem de diğer kişi ve kişilerin duygularını yönetebilmektedir. Yani içinde bulunduğu duygu dünyasını doğru biçimde anlamlandırmakta ve yönlendirmektedir.

Duygusal yönetim konusunda yetenekli kişiler, yani kendi duygularının farkında olan ve idare edebilen, bunun yanında başkalarının duygularını da anlayıp, bu duygular ile etkili bir biçimde başa çıkabilen kişiler hayatın her alanında çevresiyle daha uyumludur. Bu kişiler, romantik ilişkilerde, örgüt içi politik ilişkilerde, başarıyı belirleyen sözsüz kuralları kavrama konusunda daha avantajlıdır (Goleman, 2018, s. 65). Kısaca bu kişilerin, insanların duygularını okuyabilen ve nasıl hissettiklerini fark ederek iletişimi bu yönde yönlendiren kişiler olduklarını söylemek mümkündür.

Duygusal zekâ, bireyleri sosyal yolculuklarında kişilerarası başarıya sorunsuz bir şekilde yönlendirmek için kim oldukları ve duygular dünyasında nerede oldukları hakkında bilgi sahibi olmalarını kolaylaştırmaktadır (Kunnanatt, 2004, s. 490). İletişim içinde olunan bireyin duygularına ilişkin duygusal farkındalık da dâhil edildiğinde duygusal zekâyı *bireylerin içsel (kişinin kendi duygularını yönetme) veya kişilerarası (başkalarının duygularını yönetme) doğasına ilişkin duygu yüklü bilgilere katılma, işleme ve kullanma derecesi* (Petrides & Furnham 2003, s. 39) olarak tanımlamak daha doğru görünmektedir. Bu bağlamda ele alındığında, duygusal zekânın kişilerarası iletişimde önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Öte yandan gündelik hayatta duygusal zekâ yeteneğine sahip

bireyler, içsel anlamda da kendi duygusal deneyimleriyle bağlantılı olan problemleri daha hızlı ve etkin bir biçimde çözebilme yeteneğine de sahiptirler (Kunnanatt, 2004, s. 490). Bu bireylerin duygularının durum göstergelerine karşı daha duyarlı ve farkındalıklarının yüksek olduğu söylenebilir.

2.1. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumu

Reuvaen Bar-On'un 1997'de geliştirdiği ve farklı çalışmalarında ya da etnik gruplar üzerinde uyguladığı "Duygusal Zekâ Modeli" kişisel ve sosyal becerilerini bütünsel ele alan beş boyuttan oluşmaktadır. Birinci boyut; "kendine saygı, kendine güven, duygusal benlik bilinci, bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme" alt boyutlarını içeren "kişisel beceriler"dir. İkinci boyut; "empati, sosyal sorumluluk, kişilerarası ilişkiler" alt boyutlarından oluşan "kişilerarası beceriler"dir. Üçüncü boyut "uyumluluktur" ve "gerçekçilik, esneklik, problem çözme" alt boyutlarından oluşmaktadır. Dördüncü boyut "stres yönetimi" boyutudur ve "strese dayanıklılık ve dürtü kontrolü" alt boyutlarını kapsamaktadır. Beşinci boyut ise "genel ruh durumu"dur. Bu boyut, "iyimserlik ve mutluluk" alt boyutlarından oluşmaktadır (Bar-On akt. Izaguirre, 2008, s. 73; Çarıkçı, Kanten & Kanten, 2010, s. 46).

Bu araştırmada kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu boyutundan faydalanılmıştır. Bar-On'un (2006, s. 23) kendini tanıma ve kendini ifade etme becerilerini içeren "kişisel beceriler"i kendini doğru algılamayı, anlamayı ve kabul etmeyi, bunun yanı sıra kişinin duygularının farkında olmasını ve duygularını anlamasını, benliğini ve duygularını yapıcı ve etkili şekilde ifade edebilmesini kapsamaktadır. Kendini doğru şekilde algılayan, anlayan ve kabul eden kişiler kendine güvenen ve başkalarına duygusal olarak bağımlı olmayan, kişisel hedeflerine ulaşmak ve potansiyelini gerçekleştirmek için çabalayan kişilerdir. Sosyal farkındalık ve kişilerarası ilişki becerilerini içeren "kişilerarası beceriler" boyutu ise başkalarının nasıl hissettiğinin farkında olmak ve anlamak, kendi sosyal grubuyla özdeşleşmek ve başkalarıyla işbirliği yapmak, karşılıklı olarak tatmin edici iyi ilişkiler kurmak becerilerini ve yetkinliklerini kapsamaktadır. Kendi kendini motive edebilme becerilerini içeren "genel ruh durumu" ise olumlu olmayı ve hayatın daha parlak tarafından bakmayı; kendinden, başkalarından ve genel olarak yaşamdan memnun hissedebilme becerilerini kapsamaktadır.

2.2. Gündelik Hayatta Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Zekâ

İnternet kullanıcısı olan önemli bir kitle için sosyal medya kullanımı önemli bir gündelik etkinlik hâline gelmiştir. Bir çok konuda eleştirilse de sosyal medyanın, günümüzde milyarlarca kişinin hayatına dokunan bir iletişim aracına dönüşmüş olması yadsınamaz bir gerçektir. Öyle ki interneti sadece sosyal medya hesaplarına erişmek ya da bu hesapları aktif tutabilmek için kullanan kişi sayısı oldukça fazladır.

Çevrim içi sosyal ağlar, birey için yeni ilişkiler kurma ve gerçek hayatta kurduğu ilişkileri geliştirme, kimlik ve anlam oluşturma gibi önemli işlevlere hizmet etmektedir (Andreassen & Pallesen, 2014, s. 4053). Ayrıca "Kişilerarası ilişkilerin ve iletişiminin perçinleşmesine ve sürdürülmesine katkı

sağladığı” söylenebilir (Çalışır, 2015, s. 119). Sanal ortamların kullanıcıları için sağladığı en önemli olanaklarından biri, fiziksel olarak birbirinden uzak olan bireylerin iletişim kurmalarına imkân tanımalarıdır (Çiftci, 2016, s. 29). Bununla birlikte sosyal ağ siteleri, insanların iletişim kurma ve bilgi alışverişinde bulunma yöntemlerini önemli ölçüde değiştirmiştir (Hughes, Rowe, Batey & Lee, 2012, s. 561). Sosyal ağ sitelerini bu denli ilgi odağı hâline getiren ve benzersiz kılan şey bireylerin bu ağlar üzerinde yeni insanlarla tanışabilmeleri değil var olan arkadaşlıklarını devam ettirebilmesidir, aynı zamanda bu ortamların kendilerini ifade edebilmelerine ve görünür kılmalarına olanak tanınmasıdır (Ellison vd., 2007:1155).

Sosyal ağlara olan bağımlılığı duygusal bağımlılık kategorisinde değerlendirmek mümkündür. İnsanların fizyolojik ve duygusal ihtiyaçları bulunmaktadır. İnsan hayatı için iletişim kurmak bir ihtiyaçtır. Fakat bu ihtiyacı giderme şekli noktasında bağımlılık devreye girmektedir. Son yıllarda, “sosyal ağ bağımlılığı”, “sosyal ağ bozukluğu”, “sosyal ağ sitelerinin aşırı kullanımı”, “sosyal ağ sitelerine bağımlılık” gibi başlıklar altında sosyal ağların sık, aşırı ve zorlayıcı kullanımına ilişkin araştırmalar artmıştır (Andreassen & Pallesen, 2014, s. 4053;). Bağımlılık güçlü bir yapma isteği, ihtiyaç duyulan şey yapıldığında rahatlama, yapılmadığında ise kişide huzursuzluk, boşluk, yoksunluk duygusu ile davranış ile edilen doyum oranında ortaya çıkmaktadır (Hazar, 2011, s. 161). Sanal ortam bağımlılığı ya da dijital bağımlılıktan kasıt ise bu araçların aşırı kullanımı ile oluşabilecek sonuçlardır (Ceyhan, 2008, s. 111).

Andreassen ve Pallesen (2014, s. 4054) sosyal medya bağımlılığını, *sosyal medya ile ilgili aşırı endişe duymak, sosyal ağlarda oturma açmak veya kullanmak için güçlü bir motivasyonla yönlendirilmek ve diğer sosyal faaliyetleri, iş hayatını ya da diğer günlük işleri, kişilerarası ilişkileri bozacak kadar çok zaman ve çaba harcamak* olarak tanımlar. Her bağımlılıkta olduğu gibi sosyal medyaya bağımlı olma, çevrim içi dünyadan uzak kalamama ve kişinin o istekle baş edememe durumu söz konusudur. Yani diğer bağımlılıklar gibi yaşanmışlıklarla baş edememe, duygusal boşluk ve onun oluşturduğu acıyı başka bir şey ile doldurma durumu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, teknolojinin problemleri kullanımı ile kişilik sorunları ve psikososyal problemler yaşayan bireylerin, günlük yaşam mücadeleleri ve zorluklar ile baş edebilmede de sorunlar yaşayabileceğine dair sonuçlar bulunmaktadır (Kuss & Griffiths, 2011).

Sosyal ağlar özellikle öğrenciler arasında gündelik hayatın kolayca erişilebilir pratiklerinden biri olarak görülmektedir (Deng & Tavares, 2013). Bunun yanı sıra öğrenciler, Facebook gibi sanal ortamları veya başka bir deyişle sosyal ağ sitelerini ciddiye almakta ve bunları gerçek hayatlarının bir parçası olarak görmektedir (Çiftci, 2016, s. 30). Gençlik döneminde bireyler zihinsel, duygusal ve kişilerarası ilişkilerde sorunlar yaşayabilmektedir (Delikaya, 1999, s. 23). Diğer taraftan ergenlik döneminde bireyler kimliklerini keşfetme, bulma ve gerçekleştirme sürecinde bir sosyal iletişim aracı olarak internette uzun süre geçirmektedir (Karaca, 2007; Balkaya, 2014). Sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça, sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır (Koçak, 2012; Aktan, 2018). Ayrıca ergenler kişilik ve psikolojik anlamda olgunlaşamadıkları için, bağımlılık geliştirme açısından potansiyeli bulunan bir grup olarak görülmektedir (Ceyhan, 2008, s. 111; Amichai-Hamburger & Vinitzky,

2010, s. 1290). Araştırmalara göre problemlili internet kullanımı 12-18 yaş arası ergenler için önemli risk faktörü olarak görülmektedir (Öztürk vd., 2007, s. 36-41). Bunun yanında, ebeveynlerin olumsuz tutumlarının da gençlerin çeşitli bağımlılıklara yönelmesinde etkili olabileceğine dair çalışmalar bulunmaktadır (Andreassen & Pallesen, 2014).

Sosyal medya bağımlılığını ele alan araştırmalara bakıldığında örneğin: Wilson, Fornasier & White (2010) çalışmasında, kişilik özellikleri bireylerin hem sosyal ağ kullanımı hem de bağımlılık eğilimlerinin daha yüksek düzeyde etkilediğini ortaya koymaktadır. Hazar (2011) üniversite öğrencilerinin sosyal ağlardaki bağımlılık profillerini; duygusal-sosyalleşme bağımlılığı, bilgi edinme amaçlı bağımlılık, davranışsal-araçsal bağımlılık, davranışsal-eylemsel bağımlılık, duygusal-kaçış bağımlılığı olarak belirlemiştir. Andreassen vd. (2012) gençlerin daha yaşlı kullanıcılardan sosyal ağlara bağımlılık geliştirmeye daha yatkın olduklarını ortaya koymuştur. Andreassen vd. (2013) çalışmasında Facebook bağımlılığı, video oyunu bağımlılığı, internet bağımlılığı, egzersiz bağımlılığı, cep telefonu bağımlılığı, kompulsif satın alma ve çalışma bağımlılığı ve beş faktörlü kişilik modelinin ana boyutları karşılaştırılmıştır. Buna göre yedi davranışsal bağımlılık ile kişilik özellikleri arasında ilişki tespit edilmiştir. Uysal araştırmasında (2014), Facebook bağımlılığının öznel mutluluk ve iyi oluş üzerinde aracı rolü olduğunu ortaya koymuştur. Koç & Gülyavaş (2013) Facebook bağımlılığının yeni arkadaşlar edinme, sınıf arkadaşlarıyla ödev paylaşma ve Facebook'ta günlük haberleri takip etme güdüleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu bulmuştur. Yine aynı çalışmada sosyal ağ bağımlılığının zayıf benlik algısı ve sosyal ilişkilerde bozulma ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Şahin vd. (2022), sosyal medya bağımlılığının stres ve anksiyete gibi ruhsal bozuklukların yanı sıra işlevsel başa çıkma ile pozitif yönde orta düzeyde ilişkili olduğunu bulmuştur. Diğer taraftan internetin dolayısıyla sosyal medyanın uzun süreli kontrolsüz kullanımının bireyler için fiziksel, akademik, mesleki, bilişsel, psikososyal ve gelişimsel alanlar dâhil olmak üzere bazı sorunlara yol açtığı ortaya koyulmuştur (Balkaya, 2014). Tutgun-Ünal & Deniz (2016) üniversite öğrencilerine yönelik olarak, sosyal medya bağımlılıklarını ölçmeyi amaçladığı çalışmasında, öğrencilerin pek çok boyutta sosyal medyadan olumsuz etkilendiklerini göstermektedir. Andreassen (2015)'in çalışmasına göre, sosyal medya bağımlıları, sosyal ağlara erişime engel olabilecek şeylere karşı aşırı tepkilidirler. Uykusuzluk veya ilişkisel çatışmalar gibi diğer bağımlılık davranışlarına paralel olarak davranış modeli sergilemektedirler. Savcı & Aysan (2017) internet, sosyal medya, akıllı telefon ve dijital oyun bağımlılığının, sosyal bağlılığı önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında Balcı & Baloğlu (2018) sosyal medya bağımlılığı ve depresyon arasında pozitif anlamda ilişki bulmuştur. Çiftçi (2016) erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre bağımlılığa daha yatkın oldukları, bunun yanı sıra günde 5 saatten fazla sosyal medyada zaman geçiren kişilerin benlik çatışması yaşadıkları ve sosyallikten uzaklaştıkları sonucuna ulaşmıştır. Akçay-Bekiroğlu & Şahin (2019) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi ile saldırganlığı düşmanlık alt boyutunun ilişkili olduğunu belirlemiştir.

Duygusal zekâ; düzeyi ile teknoloji ya da sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılmış çalışmalar göstermiştir ki düşük duygusal zekâ; akıllı telefonlar, internet ve çevrim içi oyun oynama bağımlılığı

gibi teknolojik iletişim ortamlarının problemleri kullanımıyla ilişkili olabilmektedir (Beranuy vd., 2009; Che vd., 2017). Newness vd. (2012, s. 473) dürüst ve duygusal olarak zeki bireylerin, uygunsuz sosyal ağ içeriğini ifşa etmenin olumsuz etkilerinin farkında olduğunu belirtmektedir. Yine aynı çalışmanın sonuçlarına göre, duygusal zekâsı yüksek bireyler, duygusal zekâsı düşük bireylere kıyasla daha az uygunsuz Facebook içeriği paylaşmaktadırlar (Newness vd., 2012, s. 482). Ateş (2018) sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ arasında ters yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benzer biçimde Süral vd. (2019) duygusal zekânın, sosyal medyayı kullanma güdülerinde ve problemleri sosyal medya kullanımının gelişmesinde ve sürdürülmesinde rol oynayabileceğini ortaya koymuştur. Osmanoglu-Enginsoy (2019, s. 47) çalışmasında üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve teknoloji bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. “Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve Duygusal Zekâ Ölçeği” kullanılan çalışmada, duygusal zekâ ile teknoloji bağımlılığı arasında ilişkinin bulunduğu ve duygusal zekânın teknoloji bağımlılığını yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal ağ verilerine dayalı olarak ilk kez duygusal zekâ tahmin modelleri öneren Wei vd., (2020) duygusal zekâdaki cinsiyet farklılıklarına odaklanmaktadır ve benzer çalışmalara ek olarak (Gürbüz & Yüksel, 2008) kadınların erkeklerden daha yüksek duygusal zekâyâ sahip olduğu tespit edilmiştir. Ergen & Akacan (2021, s. 582) sosyal medya bağımlılığı ve duygusal zekâ düzeyi arasındaki ilişkiyi üniversite öğrencileri bağlamında ele aldığı çalışmasında, sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazarların çalışmasında Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği kullanılmıştır (Ergen & Akacan 2021, s. 586). Arrivillaga vd. (2022) düşük duygusal zekâyı bir savunmasızlık faktörü olarak göz önünde bulundurmuş ve algılanan stres ve depresif belirtiler gösterme, çatışan durumlara duygusal tepkiler verme davranışlarına sosyal medyayı sorunlu kullanmanın da eklenebileceğini öne sürmektedir.

Tüm bağımlılıklarda olduğu gibi düşük duygusal zekâ düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkili olabileceği varsayımından hareket edilerek “Bar-On’un Duygusal Zekâ Kuramı”na odaklandığımız bu çalışmada ise, duygusal zekânın bileşenleri olan; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeylerinin yüksek ya da düşük olmasının sosyal medya bağımlılığıyla ilişkisi ele alınmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışma kapsamında nicel araştırma deseni olarak tarama tercih edilmiştir. Tarama modelinde araştırmaya konu olan olay ya da durum var olduğu koşullar içinde, dışardan bir etkide bulunmaksızın tanımlanmaktadır (Karasar, 2014, s. 77). Çalışmanın betimleyici bir araştırma olması bakımında nicel araştırma deseninde tercih edilen anket tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir. Böylece duygusal zekâ bağlamında kişisel ve kişilerarası beceriler, genel ruh durumu bağımsız değişkenleri ile sosyal medya bağımlı değişkeni alt boyutları arasındaki ilişki ve etki açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Sınırlılıklar

Literatürde duygusal zekâ duyguların farkında olma, duygularını yönetebilme kadar iş ve sosyal ilişkilerde karşılaşılan olumsuz durumlarda stresle başa çıkma, kendini motive etme, empati kurma ve ilişkileri yönetme yeteneklerini (Tuğrul, 1999; Petrides & Furnham, 2001; Goleman, 2018) kapsayan bütünleşik bir yapıyı tanımlamaktadır. Duygusal zekâ öz güven, öz saygı, kendini gerçekleştirme gibi kişisel becerileri, empati, kişilerarası ilişki gibi kişilerarası becerileri, mutluluk ve iyimserlik gibi genel ruh durumunu kapsamaktadır. Alan yazın taramasında duygusal zekânın kişilik özelliklerinin liderlikle (Acar, 2001; Çarıkçı vd., 2010) ve iş doyumunu ile ilişkisi (Yüksel, 2006) ya da demografik değişkenlere göre farklılık düzeyi (Yüksel, 2006; Babaoğlu, 2010; Karakaş & Küçükoglu, 2011; Fırat-Kılıç vd., 2017) konularında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Oysa iletişim kurma, gerçek hayatta kurulan ilişkileri devam ettirme, kendini gerçekleştirme, gerçek hayattaki sorunlardan kaçış aracı olarak kullanılan ve kontrol edilemediğinde bağımlılığa dönüşen (Kuss & Griffiths, 2011; Andraassen & Pallesen, 2014; Şahin vd., 2022) sosyal medya ile duygusal zekânın ilişkisini inceleyen çok fazla araştırmaya rastlanmamaktadır. Bu çalışmada Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin duygusal zekâ bağlamında kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ve sosyal medya bağımlılık puanlarının kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu değişkenlerince nasıl yordandığını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Aynı zamanda araştırmada kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, genel ruh durumunun yanı sıra sosyal medya bağımlılığının demografik değişkenlere ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre değişip değişmediği de incelenmiştir.

Araştırmada alan yazın incelemesi ve belirlenen amaçlar kapsamında şu sorulara cevap aranmaktadır:

AS1. Üniversite öğrencilerinin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeyleri demografik faktörlere göre değişmekte midir?

AS2. Üniversite öğrencilerinin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeyleri sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre değişmekte midir?

AS3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri demografik faktörlere göre değişmekte midir?

AS4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre değişmekte midir?

Araştırmada aynı zamanda şu hipotezler sınanmıştır:

H1. Üniversite öğrencilerinin kişisel becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır.

H2. Üniversite öğrencilerinin kişilerarası becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır.

H3. Üniversite öğrencilerinin genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır.

H4. Duygusal zekânın bir göstergesi olarak kişisel becerileri sosyal medya bağımlılığını etkiler.

H5. Duygusal zekânın bir göstergesi olarak kişilerarası becerileri sosyal medya bağımlılığını etkiler.

H6. Duygusal zekânın bir göstergesi olarak genel ruh durumu sosyal medya bağımlılığını etkiler.

Çalışma kendi içinde sınırlılıklar taşımaktadır. Araştırmanın örneklemini, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri gibi sınırlı sayıda katılımcıdan oluşmaktadır. Amaçlı örneklem olması nedeniyle sonuçlar diğer nicel araştırmalarda olduğu gibi genele yayılamaz, genelin tutumlarını temsil edemez niteliktedir. Ayrıca yüz yüze anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Bu nedenle verilerin cevapların gerçekte olduğunu yansıtmamasından çok ideal olanı seçmeleri olasılığı göz önünde bulundurulmalıdır.

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın ana kütesini Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören lisans düzeyinde öğrenciler oluşmaktadır. Fakültede lisans ve yüksek lisans olmak üzere toplamda 632 öğrenci bulunmaktadır. Araştırmada evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından evren içinden rastlantısal olmayan amaçlı ve kolayda örneklem yöntemi ile belirlenen 216 lisans öğrencisi araştırmaya dâhil edilmiştir. Ancak elde edilen verilerden 9'u araştırmadan çıkarılmış geriye 207 kişinin verileri analiz edilmiştir. Örneklem büyüklüğünü evrenin büyüklüğü, varsayılan güvenilirlik ve soru sayısı belirlemektedir. Araştırmanın uygun örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde farklı büyüklükteki evrenler için oluşturulmuş örneklem tablosundan faydalanılmıştır (Kozak, 2015, s. 113). Buna göre 1.000 kişilik bir evren için %90 güvenilirlik düzeyinde kabul edilebilir asgari örneklem büyüklüğü 214 kişidir.

3.3. Veri Toplama ve Analizi

Araştırmada veri toplamak için oluşturulan anket formu yapılandırılmış sorulardan oluşmaktadır. Soru formunun ilk bölümünde cinsiyet, eğitim, ekonomik gelir gibi demografik veriler elde etmeye yönelik sorular, ikinci bölümde sosyal medya kullanım alışkanlığını ölçmeye yönelik sorular, üçüncü bölümde duygusal zekâ ölçeğinden elde edilen kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunu ölçmeye yönelik sorular ve son olarak dördüncü bölümde sosyal medya bağımlılığını ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Çalışmada kullanılan ölçekler, 5'li Likert tipi bir öz-değerlendirme ölçüm aracıdır. Ankete katılan örneklemin duygusal zekâ bağlamında kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunu ölçmeye yönelik sorular Reuven Bar-On tarafından 1997'de ortaya konmuş Füsün Acar (2001) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Bu çalışmada kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu İlker Çarıkçı, Selahattin Kanten ve Pelin

Kanten (2010) tarafından kısaltılmış duygusal zekâ ölçeğinden kullanılmıştır. Kişisel beceriler için 20, kişilerarası beceriler 12 ve genel ruh durumu 9 madde ile ölçülmüştür. Acar (2001) Türkçe uyarlamasında güvenilirliği kabul edilebilir düzeyde (Cronbach's Alpha kişilerarası beceriler=,837, kişilerarası beceriler=,778, genel ruh durumu=,750), bulurken Çarıkçı vd. (2010) ise Cronbach's Alpha katsayısını kişisel beceriler için alt boyutlarda ,65 ile 83 arasında, kişilerarası beceriler alt boyutlarda ,63 ile ,86 arasında ve genel ruh durumu alt boyutlarda ,65 ile ,78 arasında bulmuştur. Bu çalışma için Cronbach's Alpha kat sayıları kişisel beceriler için ,896, kişilerarası beceriler için ,870 ve genel ruh durumu için ,718 olarak bulunmuştur bu oranlar kabul edilebilir düzeydedir. Bar-On'un (2006) test tekrarları, Acar'ın (2001) birleşim ayrışım geçerliliği hesaplamalarında orta ve güçlü düzeyde korelasyon olduğunu göstermektedir ($p < ,01$). Çarıkçı vd., (2010) faktör analizi ile ölçeğin yapısal geçerliliğini yeniden ölçmüştür.

Sosyal medya bağımlılık düzeyini ölçme aracı olarak Aylin Tutgun-Ünal ve Levent Deniz (2015) tarafından geliştirilmiş sosyal medya bağımlılığı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma olmak üzere 41 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Tutgun-Ünal & Deniz (2015) ölçeğin güvenilirlik değerlerini ,967 olarak (Cronbach's Alpha meşguliyet=,932, duygu durum düzenleme=,892, tekrarlama =,914 ve çatışma= ,958) elde etmiştir. Ayrıca ölçeğin geçerliliğinin, benzer ölçek geçerliğinde sağlandığı görülmüştür. Benzer ölçeklerle ve test tekrarları ile elde edilen sonuçlar arasında güçlü düzeyde korelasyon vardır ($p < ,01$). Bu çalışmada da ölçeğin güvenilirlik düzeyinin kabul edilebilir düzeyde olduğu (Cronbach's Alpha meşguliyet=,847, duygu durum düzenleme=,864, tekrarlama =,913 ve çatışma= ,927), boyutlar arasında korelasyonun orta ve güçlü düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın verilerini toplamak üzere hazırlanan yapılandırılmış anket formu 01-20 Mayıs 2019 tarihinde Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yüz yüze yapılan derslerin sonunda uygulanmıştır. Ulaşılabilirlik bakımından öğrencilerin bir arada olduğu ders zaman aralığı tercih edilmiştir. Her anket formu 15 ila 20 dakika arasında sürmüştür. Verilerin analizi aşamasında IBM SPSS Statistiks 22 analiz programı kullanılmıştır. Ölçeklerin alt boyutlarının çarpıklık ve basıklık katsayısı $\pm 1,96$ altında olduğundan normal dağılım göstermektedir (Büyüköztürk, 2012, ss. 40-45). Bu sonuçlara dayanarak verilerin analizinde betimsel analizler, Ki-kare analizi, Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Tek Yönlü ANOVA; bağımlı bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için ise Pearson Korelasyon analizi ve etkiyi ölçmek için Çoklu (linear) Regresyon analizi kullanılmıştır.

4. Bulgular

Bulgular bölümünde önce ankete katılanların, demografik özellikleri, sosyal medya kullanım alışkanlıkları, bağımsız değişken kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile bağımlı değişken sosyal medya bağımlılığı alt boyutları meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma düzeyleri belirlenmiştir. Devamında bağımlı ve bağımsız değişkenlerin demografik ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre nasıl değiştiği, kişisel beceriler, kişilerarası beceriler

ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutları arasındaki ilişki ve son olarak kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu bağımsız değişkenlerinin sosyal medya bağımlılığına etkisinin olup olmadığı ölçülmüştür.

4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Dağılımı

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre dağılım Tablo 1'de yer verilmiştir. Buna göre katılımcıların %64,7'si (n=134) kadın ve 35,3'ü (n=73) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşı en fazla, %93,2 oranında 17-24 arasındır (n=193), ikinci sırada %3,4 ile 25-29 arasındadır (n=7). Gelir düzeyi dağılımı incelendiğinde en fazla %68,1 oranında 999 ve altı ₺ gelir düzeyinde katılımcı olduğu (n=141) ve en az %2,9 oranında 2500-3499 ₺ arasında (n=6) gelir düzeyinde katılımcı olduğu belirlenmiştir. Ankete katılanların eğitimini ölçmek için lisans öğrencilerinin sınıflarına göre dağılımı incelendiğinde en fazla %77,8 ile (n=161) Halkla İlişkiler ve Tanıtım, ikinci sırada %22,2 ile (n=46) Gazetecilik bölümü öğrencileri yer almaktadır.

4.2. Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Katılımcıların sosyal medya katılım şekline yönelik frekans analizlerinin sonuçlarına Tablo 2'de yer verilmiştir. Buna göre katılımcıların %99,5'i (n=206) cep telefonundan, %5,8'i (n=12) tabletinden, %15'i (n=31) bilgisayarından ve %2,4'ü (n=5) her ikisinden de sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. Katılımcıların sosyal medyayı kullanma amaçları incelendiğinde en yüksek %57 oranında eğlenmek (n=118), ikinci olarak %55,1 ile bilgilenmek/eğitim (n=114), %53,6 ile sosyalleşmek ve etkileşim kurmak (n=111), %40,6 ile arkadaş gruplarındakilerle mesajlaşmak (n=84), %11,1 ile kişisel sunum (n=23) ve %8,2 ile sorunlardan kaçmak (n=17) amacıyla kullanmaktadır. Katılımcıların sosyal medyayı kullanım süresini ölçmek amacıyla kaç yıldır ve günde kaç saat sosyal medya kullandığı sorulmuştur. %44,9'u 6 yıldan fazla (n=93), %35,7'si 3 ile 6 yıl arasında (n=74), %13,5'i 1 ile 3 yıl arasında (n=27) ve %2,9'u 1 yıldan daha az (n=6) kullanmaktadır. Ancak günlük kullanım süresi dikkate alındığında %43'ü (n=89) 1 ile 2 saat arasında, %41,5'i (n=86) 2 ile 3 saat arasında, %9,2'si (n=19) 1 saatten az, %6'3'ü (n=13) 4 saatten fazla sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medya kullanım alışkanlığına ilişkin kaç uygulama kullanıldığına ilişkin soruya %31,9'u (n=66) üç uygulama, %22,2'si (n= 46) 4 uygulama, %19,8'i (n=41) 2 uygulama, %15'i (n=31) en az 1 uygulama ve %11,1 oranında (n=20) 5 ve üzeri uygulama olarak cevap vermiştir.

Cinsiyet, gelir düzeyi, yaş ve eğitim gördüğü bölüm ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasında ilişkiyi ölçmek amacıyla Ki-kare analizi yapılmıştır. Araştırmada araştırmaya katılanların cinsiyeti ile kaç yıldır sosyal medya kullandığı arasında farklılık olduğu belirlenmiştir ($X^2= 22,88$, $df=3$ $p<0,001$), erkekler %51,6 ile 6 yıldan daha uzun süreli kullanım göstermektedir. Yine eğitim gördükleri bölüm ile kaç yıldır sosyal medya kullandıkları arasında da farklılık görülmektedir ($X^2= 25,13$, $df=3$ $p<0,000$). HİT öğrencileri %47,1 ile 6 yıl ve daha fazla sosyal medya kullanmaktadır.

4.3. Duygusal Zekâ Bağlamında Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler, Genel Ruh Durumu ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri

Bu çalışma için kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu boyutları ölçme aracı olarak kullanılmıştır ve üç alt boyutun toplamında Cronbach Alpha= ,913 olarak belirlenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinde ise Cronbach's Alpha= ,947 olarak hesaplanmıştır. Ölçekler bu örneklem için yeterli düzeyde güvenilirdir (Kalaycı, 2006, s.405).

Tablo 1. Ölçek Puanlarının Betimleyici İstatistikleri ve Normalliği

Değişkenler		N	\bar{X}	SS	Çarpıklık	Basıklık	CA
Duygusal zekâ	Kişisel beceriler	207	4,0538	,61034	-,629	,452	,896
	Kişilerarası beceriler	207	3,8545	,68288	-1,117	1,803	,870
	Genel ruh durumu	207	3,8332	,74025	-1,782	1,071	,718
Sosyal medya bağımlılığı		N	\bar{X}	SS	Çarpıklık	Basıklık	CA
	Meşguliyet	207	2,8956	,87845	,210	,190	,847
	Duygu durum düzenleme	207	2,6964	,99176	,237	-415	,864
	Tekrarlama	207	2,2628	1,11134	,605	-,490	,913
	Çatışma	207	2,2748	1,06153	,670	-,277	,927
	Ölçek toplamı	207	2,5149	0,8166	,602	,235	,947

Araştırmaya katılanların duygusal zekâ ölçeğinin araştırmada kullanılan kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, genel ruh durumu ile sosyal medya ölçeği alt boyutlarına ait aritmetik ortalama, standart sapma, çarpıklık, basıklık ve güvenilirlik değerleri Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre bağımsız değişken duygusal zekâ alt boyutlarında en yüksek değer kişisel beceriler $4,053 \pm ,61$, en düşük değer ise genel ruh durumu $3,83 \pm ,74$ 'dür. Bağımlı değişken sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarında en yüksek değer meşguliyet $2,89 \pm ,87$, en düşük değer ise tekrarlama $2,26 \pm ,1,11$ olarak belirlenmiştir.

Cinsiyet ve eğitim görülen bölüm değişkeni ile bağımsız değişkenlerin karşılaştırılmasında Bağımsız İki Örnek T-Testi, kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, genel ruh durumunun gelir düzeyi karşılaştırılmasında ANOVA kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Tablo 2. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumu Ölçek Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Değişkenler		N	Kişisel beceriler Ort.±ss	Kişilerarası beceriler Ort.±ss	Genel ruh durumu Ort.±ss
Cinsiyet					
	Kadın	134	4,062±,593	3,903±,605	3,901±,690
	Erkek	73	4,038±,643	3,764±,802	3,708±,813
	T		,272	1,398	1,801
	P		,786	,164	,073

Gelir	999 ve altı	141	4,0219±,621	3,825±,715	3,819±,753
	1000-2499	36	4,104±592	3,877±,521	3,950±,640
	2499-3499	6	4,110±,403	3,287±,623	3,448±1,318
	3500 ve üzeri	9	4,294±,831	3,827±,774	3,919±,876
	F		,668	1,302	,851
	P		,573	,275	,468
Bölüm	HİT	161	4,041±,706	3,840±,679	3,895±,752
	GZT	46	3,957±,5927	3,905±,699	3,617±,657
	F		1,490	,106	,021
	P		,463	,570	,024*

*p<0,05,** p<0,005 anlamlı fark var, p>0,05 ve p<0,005 anlamlı fark yok; t testi, ANOVA (F) testi

Çalışmada belirlenen **ASİ**. Üniversite öğrencilerinin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeyleri demografik faktörlere göre değişmekte midir? araştırma sorusunu cevaplamak için yapılan analizlerin sonucu olarak kişisel beceri, kişilerarası beceri ve genel ruh durumu değişkenleri ile kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında sadece genel ruh durumu değişkeninin eğitim görülen bölüme göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05). HİT bölümünün GZT bölümünün ortalamalarının daha yüksek olduğu (\bar{X} = 3,895±,752, p<,05) belirlenmiştir.

Bağımsız değişkenlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre karşılaştırılmasında ANOVA kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları sıralı ölçeği ilk tercihlerine göre tek değişkene dönüştürülmüştür. Testlerin sonuçlarına göre fark çıkan (en az 1 puan için) değişkenler tek tabloda birleştirilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumu Ölçek Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Göre Karşılaştırılması

Değişkenler			Kişisel beceriler	Kişilerarası beceriler	Genel ruh durumu
Kullanım amaçları	Eğlenmek	118	4,035±,622	3,872±,706	3,866±,679
	Mesajlaşmak	16	4,089±,659	3,729±,689	3,687±,652
	Bilgilenme/egitim	27	3,988±,703	3,738±,700	3,670±,907
	Sosyalleşme	39	4,089±,519	3,888±,626	3,868±,843
	Kişisel sunum	4	4,127±,445	3,833±,584	3,650±,568
	F		,153	,361	,608
	P		,962	,836	,657

Kullanım yılı	1 yıldan az	6	4,239±,468	4,351±,513	3,766±,854
	1-3 yıl arası	28	3,962±,502	3,833±,626	3,900±,426
	3-6 yıl arası	74	4,102±,566	3,871±,693	3,921±,697
	6 yıldan fazla	93	4,005±,682	3,795±,693	3,736±,844
	F		,715	1,312	,957
	P		,544	,272	,414
Günlük kullanım	1 saatten az	19	4,067±,636	3,742±,817	4,036±,684
	1-2 saat arası	89	4,012±,640	3,857±,651	3,839±,782
	2-3 saat arası	86	4,061±,564	3,827±,691	3,754±,704
	4 saatten fazla	13	4,269±,677	4,179±,599	4,015±,744
	F		,683	1,204	1,072
	P		,563	,309	,362
Kullanılan uygulama sayısı	En az 1 uygulama	31	4,1054±,709	3,825±,851	4,012±,725
	2 uygulama	41	4,0316±,535	3,986±,593	3,878±,537
	3 uygulama	66	4,053±,631	3,773±,648	3,796±,780
	4 uygulama	49	3,979±,602	3,804±,702	3,720±,681
	5 ve üstü	20	4,203±,561	4,018±,624	3,860±1,070
	F		,546	,983	,824
	P		,702	,418	,512

*p<0,05,** p<0,005 anlamlı fark var, p>0,05 ve p<0,005 anlamlı fark yok; t testi, ANOVA (F) testi

Çalışmada **AS2**. Üniversite öğrencilerinin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeyleri sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre değişmekte midir? araştırma sorusunun cevabı olarak kişisel beceri, kişilerarası beceri ve genel ruh durumu değişkenleri ile sosyal medya kullanım alışkanlığını belirleyen kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir (p>0,05).

Cinsiyet ve eğitim gördükleri bölüm değişkeni ile bağımlı değişkenlerin karşılaştırılmasında Bağımsız İki Örnek T-Testi, sosyal medya bağımlılığının, gelir düzeyine göre karşılaştırılmasında ANOVA kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4'te ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Tablo 4. Sosyal Medyaya Bağımlılığı Alt Boyutları Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

DEĞİŞKENLER			Meşguliyet	Duygu durum düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Cinsiyet		N	Ort.±ss	Ort.±ss	Ort.±ss	Ort.±ss
	Kadın	134	2,919±,864	2,669±,964	2,364 ±1,136	2,293±1,054
	Erkek	73	2,851±,907	2,745±1,044	2,076±1,045	2,240±1,081
	t		,531	,522	1,788	,345
	p		,596	,602	,075	,731

Gelir	999 ve altı	141	2,912±,871	2,666±,967	2,278±1,101	2,292±1,040
	1000-2499	36	2,856±,971	2,933±1,039	2,422±1,219	2,499±1,159
	2499-3499	6	2,861±,927	2,533±,776	2,366±,674	2,160±,863
	3500 üzeri	9	2,685±779	3,022±1,282	2,177±1,390	2,476±1,37
	F		,210	1,036	,200	,456
	p		,890	,378	,896	,714
Bölüm	HİT	161	2,832±,905	2,803±,992	2,345±1,156	2,370±1,104
	GZT	46	2,811±,778	2,321±,902	1,973±,890	1,940±,819
	F		,926	,032	4,852	4,971
	p		,464	,003**	,045*	,015*

*p<0,05, ** p<0,005 anlamlı fark var, p>0,05 ve p<0,005 anlamlı fark yok; t testi, ANOVA (F) testi

Çalışmada **AS3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri demografik faktörlere göre değişmekte midir?** araştırma sorusunun cevabına yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılık ölçeği ile kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma sosyal medya bağımlılık alt boyutunun yalnızca eğitim görülen bölüme göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05). Buna göre sosyal medya bağımlılığı duygu durum düzenleme ($\bar{X}=2,803\pm,992$ p<,005), tekrarlama ($\bar{X}=2,345\pm1,156$, p<,05) ve çatışma ($\bar{X}=2,370\pm1,104$, p<,05) alt boyutunda HİT üçüncü sınıf öğrencileri GZT birinci sınıf öğrencilerinden daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre karşılaştırılmasında ANOVA kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları sıralı ölçeği ilk tercihlerine göre tek değişkene dönüştürülmüştür. Testlerin sonuçlarına göre fark çıkan (en az 1 puan için) değişkenler tek tabloda birleştirilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Sosyal Medyaya Bağımlılığı Alt Boyutları Puanlarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Göre Karşılaştırılması

DEĞİŞKENLER			Meşguliyet	Duygu durum düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Sosyal medya kullanım amaçları	Eğlenmek	118	2,893±,840	2,676±,920	2,169±1,043	2,163±,984
	Mesajlaşmak	16	2,822±1,022	2,562±1,178	2,325±1,400	2,312±1,155
	Bilgilenme±eğitim	27	2,796±,819	2,872±1,134	2,400±1,121	2,478±1,258
	Sosyalleşme	39	2,953±,984	2,574±1,016	2,353±1,088	2,360±1,031
	Kişisel sunum	4	3,00±,577	2,950±,772	1,900±,824	1,906±1,017
	F		,166	,498	,485	,757
	p		,955	,737	,747	,555

Kullanım yılı	1 yıldan az	6	2,472±,670	1,7667±,941	1,8667±1,150	1,6042±,686
	1-3 yıl arası	28	3,217±,970	3,0357±,38	2,585±1,131	2,799±1,184
	3-6 yıl arası	74	2,776±719	2,626±,937	2,224±1,026	2,063±,892
	6 yıldan fazla	93	2,928±,953	2,701±933	2,279±1,171	2,341±1,114
	F		2,256	3,147	1,035	4,358
	p		,083	,026*	,378	,005**
Günlük kullanım	1 saatten az	19	2,9386±,913	2,8711±,991	2,3895±1,157	2,028±,920
	1-2 saat arası	89	2,844±,896	2,6854±,1,025	2,3079±1,209	2,3971±1,147
	2-3 saat arası	86	2,932±,869	2,7023±,966	2,169±,988	2,219±,987
	4 saatten fazla	13	2,935±,845	2,4769±,991	2,384±1,198	2,163±1,124
	F		,172	,410	,381	,859
	p		,915	,746	,767	,463
Kullanılan uygulama sayısı	En az 1 uygulama	31	2,951±1,064	2,8903±1,013	2,445±1,150	2,380±1,017
	2 uygulama	41	3,227±,876	2,8439±,994	2,312±1,042	2,248±1,018
	3 uygulama	66	2,799±,710	2,651±,930	2,342±1,125	2,353±1,097
	4 uygulama	49	2,811±,881	2,590±1,069	2,142±1,106	2,221±1,041
	5 ve üstü	20	2,650±,956	2,500±,963	1,910±1,167	2,035±1,198
	F		2,249	,890	,959	,453
	p		,065	,471	,431	,770

*p<0,05,** p<0,005 anlamlı fark var, p>0,05 ve p<0,005 anlamlı fark yok; t testi, ANOVA (F) testi

AS4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre değişmekte midir? araştırma sorusunun cevabı olarak sosyal medya bağımlılık ölçeği ile kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında duygu durum düzenleme ve çatışma sosyal medya bağımlılık alt boyutunun sosyal medya kullanım yılına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05). Farklılığın yönünü belirlemek amacıyla Post Hoc analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılık alt boyutlarının kullanılan yıl değişkenine göre farklılık düzeyinde 1 ile 3 yıl kullananların 1 yıldan az ve 6 yıldan fazla kullananlara göre daha fazla duygu durum düzenleme ortalamasına sahip olduğu belirlenmiştir ($F_{201}=3,147$, $p=026$, $p<,05$). Benzer bulgular çatışma alt boyutunda da elde edilmiştir. 1 ile 3 yıl arası sosyal medya kullananlar 3 ile 6 yıl arası kullananlardan daha fazla çatışma alt boyutu düzeyine sahiptir ($F_{201}=4,358$, $p=05$, $p<,05$).

4.4. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler, Genel Ruh Durumu ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi

Çalışmada kişisel, kişilerarası ve genel ruh durumu bağımsız değişkeninin sosyal medya bağımlılığı alt boyutları: meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma bağımlı değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesinde korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumu ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7	8
Kişisel beceriler(1)	r	1							
	p								
Kişilerarası beceriler(2)	r	,514**	1						
	p	,000							
Genel ruh durumu(3)	r	,572**	,492**	1					
	p	,000	,000						
Meşguliyet(4)	r	-,080	,056	,030	1				
	p	,127	,212	,336					
Duygu durum düzenleme(5)	r	-,110	-,052	-,005	,550**	1			
	p	,058	,230	,470	,000				
Tekrarlama(6)	r	-,185**	-,079	,041	,435**	,437**	1		
	p	,004	,130	,280	,000	,000			
Çatışma(7)	r	-,184**	-,170**	-,021	,453**	,488**	,732**	1	
	p	,004	,007	,384	,000	,000	,000		
Sosyal medya bağımlılığı (8)	r	-,169*	-,090	,011	,728	,736	,828	,885	1
	p	,015	,097	,440	,000	,000	,000	,000	

**p<0,01 , *p<0,05 anlamlı ilişki var, p>0,05 anlamlı ilişki yok. Korelasyon katsayısı güç düzeyleri; 0<r<0,299 zayıf, 0,300<r<0,599 orta, 0,600<r<0,799 güçlü, 0,800<r<0,999 çok güçlü; Pearson Korelasyon

Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel beceriler ve kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik oluşturulan hipotezler korelasyon analiziyle sınanmıştır. Buna göre sosyal medya çatışma alt boyutu ile kişisel beceriler ve kişilerarası beceriler arasında istatistiksel anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. İlişkinin düzeyi incelendiğinde korelasyon katsayısı $0 < r < 0,299$ parametresinde (Büyüköztürk, 2012) kişisel beceriler bağımsız değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı tekrarlama alt boyutu bağımlı değişkeni ($r = -,185, p < 0,01$) ile negatif yönde zayıf ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yine kişisel beceriler ve kişilerarası beceriler ile sosyal medya bağımlılığı çatışma boyutu arasında ilişkiye rastlanmıştır. Kişisel beceriler ($r = -,184, p < 0,01$) çatışma alt boyutu ile zayıf düzeyde negatif ilişkilidir ve kişilerarası beceriler ile çatışma sosyal medya bağımlılığı alt boyutu ($r = -,170, p < 0,01$) arasında negatif düzeyde zayıf ilişki tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ölçek genelinde ise kişisel beceriler bağımsız değişkeni ile düşük düzeyde negatif yönde zayıf ilişkilidir ($r = -,169, p < 0,05$). Böylece **H1**. *Üniversite öğrencilerinin kişisel becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır* denilebilir. İlişkinin yönü negatiftir. Alt boyutlar incelendiğinde tekrarlama ve çatışma boyutu ile kişisel beceriler negative düşük düzeyde ilişkilidir denebilir. Üniversite öğrencilerinin kişisel becerileri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi (özellikle tekrarlama ve çatışmada) azalmaktadır. Ancak kişilerarası becerilerle sosyal medya bağımlılığı ölçek geneli arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır ($p < 0,05$) dolayısıyla **H2**. *Üniversite öğrencilerinin kişilerarası beceriler ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır* hipotezi reddedilmiştir. Ancak sosyal medya bağımlılığının çatışma boyutunda kişilerarası becerilerle negatif yönlü zayıf bir ilişkiye rastlanmıştır. Yine genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı ölçek geneli ile anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır

($p < 0,05$). **H3.** Üniversite öğrencilerinin genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi de reddedilmiştir.

Diğer taraftan kişisel beceriler, kişilerarası becerilerle ($r=514$, $p < 0,01$) ve genel ruh durumu ile ($r=572$, $p < 0,01$) orta düzeyde pozitif anlamlı ilişkilidir. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinde meşguliyet alt boyutu ile duygu durumu düzenleme ($r=550$, $p < 0,01$), tekrarlama ($r=435$, $p < 0,01$) ve çatışma ($r=453$, $p < 0,01$) alt boyutu orta düzeyde pozitif anlamlı ilişkilidir. Tekrarlama ile çatışma ise ($r=732$, $p < 0,01$) güçlü düzeyde pozitif anlamlı ilişkilidir.

4.5. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumunun Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi

Araştırmada kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığını etkileyip etkilemediği, eğer varsa etkinin yönü çoklu (linear) regresyon analiz yöntemi ile belirlenmiştir. Analizin ayrıntılı bilgileri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Kişisel Beceriler, Kişilerarası Beceriler ve Genel Ruh Durumunun Sosyal Medyaya Bağımlılığına Etkisi

Bağımlı değişken	Bağımsız değişkenler	Beta (β)	t	p
Sosyal medya bağımlılığı (Sabit)	Kişisel beceriler	-,253	-2,661	,008
	Kişilerarası beceriler	-,019	-,217	,055
	Genel ruh durumu	,166	1,932	,829
F		3,273		
Model (p)		0,022		
R²		0,046		

Kişisel beceriler ve kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığına etkisini ortaya koymaya yönelik hipotezlerin sınanmasında kullanılan regresyon analizi anlamlıdır ($F(3, 207) = 3,273$, $p_{\text{model}} = 0,022$, $p < 0,05$). Sosyal medya bağımlılığının %0,05'i ($R^2 = 0,049$) kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu bağımsız değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Kişisel beceriler düzeyi sosyal medya bağımlılığına negative yönde anlamlı katkı sağlamaktadır ($\beta = 0,231$, $p = 0,022$, $p < 0,05$). Böylece **H4.** Duygusal zekânın bir boyutu olarak kişisel becerileri sosyal medya bağımlılığını etkiler doğrulanmaktadır. Ancak kişilerarası beceriler sosyal medya bağımlılığına anlamlı katkı sağlamamaktadır ($\beta = -0,019$, $p = 0,055$, $p > 0,05$). **H5.** Duygusal zekânın bir boyutu olarak kişilerarası becerileri sosyal medya bağımlılığını etkiler doğrulanmamaktadır. Son olarak genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığına anlamlı katkı sağlamadığı belirlenmiştir ($\beta = 1,932$, $p = 0,829$, $p > 0,05$). **H6.** Duygusal zekânın bir boyutu olarak genel ruh durumu sosyal medya bağımlılığını etkiler hipotezi doğrulanmamıştır.

5. Tartışma

Teknolojinin gelişmesiyle herkesin kolayca ulaşabildiği ve kullanabildiği sosyal medya uygulamaları artık temel kullanım amacını aşmıştır. Her geçen gün kullanım süresi, kullanılan uygulama sayısı ile ilişkili olarak daha da artmakta ve tolere edilemez düzeye gelmektedir. Artık bireyler sosyal medyada daha fazla zaman geçirmeleri nedeniyle normal hayattaki ilişkilerinde çatışma yaşamakta, olumsuz duygularından ve sorunlarından kaçış yolu olarak sosyal medyayı görmektedir. Özellikle ergen ve genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı riski daha yüksekken, kişilik özellikleri (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010), aradıkları sosyal ortamı çevrim içi ağlarda bulma, ruhsal durum gibi faktörler de sosyal medya kullanımını arttırmaktadır. Sürekli artan ve kontrol edilemeyen sosyal medya alışkanlıkları bağımlılığa dönüşmektedir. Bu bağlamda çalışmada Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin duygusal zekânın göstergesi olarak bireylerin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeylerinin sosyal medya bağımlılığıyla ne denli ilişkili olduğu ve bu faktörlerin sosyal medya bağımlılığını ne derece etkilediği ele alınmıştır. Aynı zamanda kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığının iletişim fakültesi öğrencilerinin demografik özellikleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılık düzeyi incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığında en belirleyici faktörün meşguliyet olduğu belirlenmiştir. Diğerleri ise sırayla duygu durum düzenleme, çatışma ve tekrarlama alt boyutlarıdır. Bu sonuç üniversite öğrencilerinin sosyal medyada daha çok meşguliyet yaşadıkları/zaman geçirdikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Öyle ki ankete katılanlar sosyal medya olmadan hayatın zevksiz ve anlamsız olacağını düşündüğünü belirtmekte ve sosyal medyada nasıl zaman geçtiğini anlayamamaktadır. Eğlenmek amacıyla sosyal medya kullanımını ise meşguliyeti arttıran etkenlerden biridir. Diğer taraftan katılımcıların kişisel beceri düzeyi en yüksektir. Bu ise gençlerin kişisel beceriler setini oluşturan kendine güven, öz saygı, öz yeterlik ve duygusal benlik düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir (Wegmann & Brand, 2016, s. 4). Kişisel becerileri, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu izlemektedir.

Araştırmamızın analiz sonuçları incelendiğinde bazı çalışmaların aksine (Gürbüz & Yüksel, 2008; Wei vd., 2020) cinsiyet ve gelir düzeyine göre duygusal zekânın farklılık göstermediği belirlenmiştir. Çalışma, Osmanoğlu – Enginsoy'un (2019) araştırması ile benzerlik taşımaktadır. Ancak cinsiyet değişkeni yalnızca sosyal medya kullanım yılında farklılık göstermektedir. Erkekler daha uzun süreli (yıl düzeyinde) sosyal medya kullanmaktadır. Eğitim görülen bölümün farklılığı akademik ve entellektüel birikime farklı katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle eğitim görülen bölümlere göre duygusal zekânın farklılık düzeyi ölçülmüştür. HİT bölümü öğrencilerinin daha yüksek genel ruh durumu düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak kişisel beceriler ve kişilerarası beceriler ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırmada katılımcıların çoğunun 6 yıldan fazla sosyal medya kullandığı belirlenmiştir. Bu bakımdan Balcı & Baloğlu'nun (2018) araştırmaları ile benzerlik taşımamaktadır. Akademik çalışmalar

göstermiştir ki sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça, sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır (Koçak, 2012; Aktan, 2018). Bunun yanı sıra, araştırmaya katılan kişilerin üniversite öğrencisi olduğu ve yaşlarının 18 ile 25 yaş arasında değiştiği düşünülürse, katılımcıların çok küçük yaşlardan bu yana sosyal medya kullandıklarını söylemek mümkündür. Bu da sosyal medya kullanım yaşının çok küçük yaşlara inmiş olduğunun bir göstergesidir. Son dönemde yapılan araştırmalarda elde edilen raporlar da sosyal medya kullanımının çok küçük yaşlara inmiş olduğunu göstermektedir (Common Sense Media, 2021). Öte yandan araştırmamıza göre özellikle erkekler çok daha uzun zamandır sosyal medya kullanmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarda cinsiyet faktörünün sosyal medya kullanım düzeyleri üzerinde belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmışken (Çam & İşbulan, 2012; Çiftci, 2016; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016), bu araştırmaya katılan kadın ve erkeklerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğine göre farklılaşmadığı (Şahin vd., 2022), benzer biçimde, gelir düzeyine göre de aynı sonucun elde edildiği görülmektedir.

Gençler sosyal medyayı özellikle eğlenme, sosyalleşme (Madge, Meek, Wellens & Hooley, 2009, s. 141; Çalışır, 2015 s. 120) yeni insanlarla tanışma, iş bağlantılar kurma ve kendi iletişim ağını oluşturmaya yönelik yeni iletişim ve etkileşim amacıyla kullanmaktadır. Bu çalışmaya benzer biçimde çalışmalar da göstermektedir ki gençler, başkaları ile etkileşim kurmak için sosyal ağları giderek daha fazla kullanmaktadır (Wilson, Fornasier & White, 2010, s. 173; Hughes, Rowe, Batey & Lee, 2012, s. 561). Çiftci'nin (2016, s. 29) araştırmasında işaret ettiği gibi, gençler sanal ortamdaki iletişimlerini, yüz yüze iletişimin devamı olarak görmektedirler. Gençlerin gerçek hayatta kişilerarası ilişkiler düzeyi düştükçe, zayıfladıkça ve empati düzeyi düştükçe bunun yerini sosyal medya almaktadır. Bu durum ise sosyal medya kullanımında çatışma yaşamasına neden olmaktadır (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Bu çalışmada elde edilen sonuç da bu durumu destekler niteliktedir.

Çalışmamızda kişisel beceriler düzeyinin sosyal medya bağımlılığı duygu durumu düzenleme, tekrarlama ve çatışma ile düşük düzeyde ters yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Diğer ifadeyle kişisel beceriler bağlamında öz yeterliği, öz saygı ve kendini gerçekleştirme ve duygusal farkındalığı düşük bireyler bu boşluğu sosyal medya ile doldurmaktadır. Ölçek genelinin kişisel becerilerle ilişkisi incelendiğinde düşük negatif anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Burada elde edilen sonuçlarla Osmanoglu-Enginsoy (2019:53) ve Ergen & Akacan'ın (2021) çalışması benzerlik taşımaktadır. Bar-On kişisel becerileri saygı, öz yeterlik, özgürlük alt boyutlarının yanı sıra duyguları tanıma ve iyi ifade etme ile açıklamaktadır. Denebilir ki duygusal zekânın duygulardan faydalanma ve duyguları ifade etme alt boyutları, internet bağımlılıklarının anlamlı bir yordayıcısıdır.

Bireylerin duygusal zekâ düzeylerinin artması, sosyal medya bağımlılığını azaltmaktadır. Düşük duygusal zekâyâ sahip bireyler, çatışma yaşadıkları durumlarda duygusal tepkiler verme davranışlarına ek olarak, sosyal medyayı sorunlu kullanma eğilimi geliştirmektedir (Arrivillaga vd., 2022). Çalışma, bu anlamda Ateş'in (2018) ve Süral vd.'nin (2019) çalışmaları ile de benzerlik taşımaktadır. Benzer sonuç kişilerarası beceriler bağımsız değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı çatışma alt boyutunda da elde edilmiştir. Kişisel ve kişilerarası becerileri düşük bireyler; kişisel problemlerini çözmek, olumsuz duygulardan kurtulmak, her şeyi unutmak gibi duygusal durumlarını düzenleme

çabası içine girmekte, gerçek hayatta sağlayamadığı sosyal ilişkileri sosyal medyada bulmaktadır. Buna bağlı olarak daha sık sosyal medyada zaman geçirmekte ve sonuç olarak kendiyile ve sosyal çevresiyle daha çok çatışma yaşamaktadır (Eşkisü vd, 2020). Ancak ölçek genelinde sosyal medya bağımlılığı ile kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu arasında anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Çalışma bu örneklemede özellikle mevcut çalışmalarda (Arrivillaga vd., 2020; Ergen & Akacan, 2021) ifade edildiği gibi obsesif-kompulsif bozukluk, depresyon ve stress gibi ruhsal durumlarla ilişkili bulunmamıştır denebilir.

Araştırmada aynı zamanda sosyal medya bağımlılığının kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumundan etkilenip etkilenmediği araştırılmış bu bağlamda oluşturulan hipotezler sınanmıştır. Analiz sonuçlarına göre kişisel beceriler düzeyi sosyal medya bağımlılığına negatif yönde anlamlı katkı sağlamaktadır. Ancak kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığını yordamadığı belirlenmiştir. Koç & Gülyağcı'nın (2013), Wei vd.'nin (2020) araştırmasında belirtildiğinin aksine sosyal medya bağımlılığı iyi kişilerarası ilişkilere sahip olma, empati ve sosyal sorumluluk sahibi olmaya göre değişmemektedir.

Çalışma göstermiştir ki araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin önemli bir bölümü gün içinde sosyal medyada bir saatten fazla vakit geçirmektedir. Akademik çalışmalara göre ise medyada geçirilen zaman arttıkça, sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır (Koçak, 2012; Aktan, 2018). Sosyal ağların özellikle öğrenciler arasında gündelik hayatın kolayca erişilebilir pratiklerinden biri olarak görüldüğü (Deng & Tavares, 2013) bu çalışmada elde edilen sonuçlarla da desteklenmiştir. Bu çalışmaya göre gençler sosyal medya hesaplarına cep telefonları aracılığıyla erişmektedirler. Bu sonuç daha önceki çalışmalara benzer olarak gençlerin anlık ve her yerde sosyal medyada bulunma ve çevrim içi olma isteğini ortaya koymaktadır (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011; Andreassen & Pallesen, 2014). Ankete katılan üniversite öğrencilerinin en fazla iki ve daha fazla sosyal medya uygulamasının kayıtlı kullanıcısidir. Sosyal medyada daha fazla yer almaya ilişkin dürtü ve bu durumun kontrol altına alınamamasına, günlük yapılması gereken işlerin, akademik ve sağlıkla ilgili ihtiyaçların ertelenmesine ya da en aza indirilmesine neden olabilmektedir.

6. Sonuç

Bu araştırmada temelde bireyin kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisi sorgulanmaktadır. Ancak kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenlere göre değişip değişmediği de incelenmiştir. Buna göre cinsiyet ve gelir düzeyine göre duygusal zekânın farklılık göstermediği belirlenmiştir. Benzer durum sosyal medya bağımlılığı için de geçerlidir. Öte yandan araştırmamıza göre özellikle erkekler çok daha uzun zamandır sosyal medya kullanmaktadır. Araştırmamızda eğitim görülen bölüm değişkenine göre duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma bağımlılık düzeyinde anlamlı farklılık göstermekte olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda sosyal medya bağımlılığı uygulamaları kullanma yılına göre de değişmektedir. Hem duygu durumu düzenlemeyi hem de

çatışmayı 1-3 yıl arası sosyal medya kullanıcıları daha fazla yaşamaktadır. Buna göre gençler, zamanlarının önemli bir bölümünü en az üç sosyal ağda çevrim içi olmaya ve böylece, çoğunluğunu gerçek hayatta tanımadığı insanların hayatlarını izlemeye ya da onlara kendi hayatlarından kesitler sunmaya adanmaktadır.

Çalışma bulgularına göre kişisel beceriler, kişilerarası becerilerin sosyal medya bağımlılığının tekrarlama ve çatışma alt boyutu ile negatif yönde ilişkili olduğu genel ruh durumunun sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Kişisel ve kişilerarası beceriler arttıkça tekrarlama ve çatışma düzeyi azalmaktadır. Ancak ölçek genelinde yalnızca kişisel becerilerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Buna göre **H1** *Üniversite öğrencilerinin kişisel becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki vardır* hipotezi doğrulanmıştır. Ancak **H2** ve **H3** doğrulanmamıştır. Ölçek genelinde kişisel becerilerin sosyal medya bağımlılığını etkilediği belirlenmiştir. Böylece **H4** *Duygusal zekânın bir boyutu olarak kişisel becerileri sosyal medya bağımlılığını etkiler* hipotezi doğrulanmıştır. Ancak **H5** ve **H6** kişilerarası beceriler ve genel ruh durumunun etkisine ilişkin hipotezler doğrulanmamıştır.

Bu çalışma kendi içinde sınırlılıklar taşımaktadır. Araştırmanın örneklemini sınırlı sayıda katılımcıdan oluşmaktadır. Amaçlı örneklem tercih edilmesi nedeniyle sonuçlar diğer nicel araştırmalarda olduğu gibi genele yayılamaz, genelin tutumlarını temsil edemez niteliktedir. Bununla birlikte son yıllarda artan gençler üzerine yapılan çalışmalarda ele alınan önemli konulardan biri olan sosyal medya bağımlılığına odaklanılması bakımından önemlidir.

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda bazı öneriler sunulmuştur:

Gün geçtikçe gençler gerçek hayattaki sosyal bağlarından ve ilişkilerinden ödün vererek sosyal ağlarda daha fazla zaman geçirebilmekte, gerçek hayatta sergilemedikleri sosyalliği bu sanal ortamlarda gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Böylece sosyal ağlarda, duygu durumlarını yönetme ve kendileri için neyin iyi neyin kötü olduğu ayırımına varma konularında sorunlar yaşayabileceklerini söyleyebilmek mümkündür. Bu nedenle özellikle üniversitelerin ruh sağlığı desteği veren psikolojik danışmanları ve hali hazırda açılmış ise iletişim fakülteleri aracılığı ile dönemsel olarak sosyal medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.

Bu çalışmada cinsiyetin ve eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım alışkanlığına göre farklılık gösterdiği ancak kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, ruh durumu ve sosyal medya bağımlılığına göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Kültürel farklılıkların da sosyal medya kullanım alışkanlıklarını dolayısıyla da bağımlılık düzeyini etkileyebileceği öngörülebilir. Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile gençlerin kültürel farklılıklarının incelenmesi de bu konuda çalışan araştırmacılara önerilmektedir.

Araştırma nicel araştırma deseni ile hazırlanmıştır ve verileri toplamada anket yöntemi kullanılmıştır. Bu durum araştırmamızın sınırlılığını da oluşturmaktadır. Zira psikometrik araştırmalarda olduğu gibi araştırmaya katılanlar soruları tutumları doğrultusunda cevaplama yerine, ideal olan cevabı seçme eğilimi gösterebilmektedir. Bu nedenle nicel araştırma yöntemi ile hazırlanan bu

araştırmanın benzerinin nitel ya da karma araştırma yöntemleri ile de yapılması önerilmektedir. Böylece daha kapsamlı ve derinlemesine sorularla daha farklı ve gerçeği yansıtan sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, F. T. (2001). *Duygusal zekâ yeteneklerinin göreve yönelik ve insana yönelik liderlik davranışları ile ilişkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Akçay-Bekiroğlu, H., & Şahin E. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım yoğunluğu ve saldırganlık davranışı gösterme ilişkisi. *Turkish Studies – Social Sciences*, 14(3), 215-236. doi: 10.29228/TurkishStudies.22906
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. doi: <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: a comprehensive review, technology and addiction (M Griffiths, Section Editor), *Curr Addict Rep*, 2:175–184. doi: <https://doi.org/10.1007/s40429.015.0056-9>
- Andreassen, C. S. & Pallesen S. (2014). Social network site addiction—an overview. *Curr Pharm Des*, 20, 4053–61. doi: <https://doi.org/10.2174/138.161.2811319.999.0616>
- Andreassen, C. S. Torsheim T, Brunborg G. S., & Pallesen S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychol Reports*, 110(2), 501-17. doi: <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Andreassen, C.S, Griffiths M, Gjertsen S.R, Krossbakken E, Kvam S., & Pallesen S. (2013). The relationship between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *J Behav Addictions*, 2, 90-9. doi: <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Arrivillaga, C., Rey, L., & Extremera, N. (2022). A mediated path from emotional intelligence to problematic social media use in adolescents: The serial mediation of perceived stress and depressive symptoms. *Addictive Behaviors*, 124, 107095. doi: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107095>
- Ateş, P. (2018). *Üniversite öğrencilerinde duygusal zekânın sosyal medya bağımlılığına etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Babaoğlu, E. (2010). Okul Yöneticilerinde Duygusal Zekâ. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 119-136. 15 Ocak 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/kefad/issue/59507/855657> adresinden alındı.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: “üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması”. *İleti-ş-im*, Aralık, 29, 209 – 233. doi: <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500860>
- Balkaya, Ç. A. (2014). *Ergenlerin internet ve problemlili internet kullanım davranışlarının bazı psiko-sosyal özellikler açısından incelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, supl., 13-25. 12 Ocak 2019 tarihinde www.eiconsortium.org adresinden alındı.
- Beranuy, M., Oberst, U., Carbonell, X., & Chamarro, A. (2009). Problematic internet and mobile phone use and clinical symptoms in college students: The role of emotional intelligence. *Computers in Human*

- Behavior*, 25(5): 1182–1187. 12 Ocak 2021 tarihinde <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074.756.3209000351> adresinden alındı.
- Bridge, B. (2003). *Duyguların eğitimi*. Ankara: Beyaz Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (16. bs). İstanbul: Pagem Yayınevi.
- Ceyhan, E. (2008). Ergen ruh açısından bir risk faktörü: internet bağımlılığı. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 15(2): 109-116. 7 Ocak 2021 tarihinde http://cms.galenos.com.tr/Uploads/Article_30250/cogepderg-15-109.pdf adresinden alındı.
- Chandel, P. K. (2018). The impact of time spent on social media on emotional intelligence of adolescents. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 5 (9), 577-597. 4 Ocak 2021 tarihinde <http://www.jetir.org/papers/JETIR1809729.pdf> adresinden alındı.
- Che, D., Hu, J., Zhen, S., Yu, C., Li, B., Chang, X., & Zhang, W. (2017). Dimensions of emotional intelligence and online gaming addiction in adolescence: The indirect effects of two facets of perceived stress. *Frontiers in Psychology*, 8, 1206: 1-8. 10 Ocak 2021 tarihinde <https://www.readcube.com/articles/10.3389/fpsyg.2017.01206> adresinden alındı.
- Common Sense Media. (2021). Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens. 18.05.2022 tarihinde https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/8-18-census-integrated-report-final-web_0.pdf adresinden alındı.
- Çakar, U., & Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3) 23-48. 3 Ocak 2021 tarihinde <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12397/5536> adresinden alındı.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *NWSA-Humanities*, 10(3), 115-144. doi: <http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.3.4C0197>.
- Çam, E., & İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: social networks. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology* – July, 1 14-19.
- Çarıkcı, İ., Kanten, S., & Kanten, P. (2010). Kişilik, duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 41-65. 2 Ocak 2018 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbe/issue/23191/24772> adresinden alındı.
- Çiftçi, S. (2016). Pre-service teachers' perceptions about Facebook usage, *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 1(1), 18-31. 4 Ocak 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/joltida/issue/55462/760054> adresinden alındı.
- Delikaya, H. (1999). *Ankara şehir merkezinde bulunan beş lisedeki öğrencilerin sigara ve alkollü içki kullanma durumları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Deng, L., & Tavares, N. J. (2013). From moodle to Facebook: Exploring students' motivation and experiences in online communities. *Computers & Education*, 68, 167-176. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2013.04.028>.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). *Sociality through social network sites*. (W. H. Dutton (Ed.)), The Oxford Handbook of Internet Studies (151-172). Oxford: Oxford University Press. doi: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/978.019.9589074.013.0008>
- Ergen, M. R., & Akacan, B. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 52, 582-599. doi:<https://doi.org/10.53444/deubefd.956418>
- Eşkisü, M., Çam, Z., Gelibolu, S., & Rasmussen, K. R. (2020). Trait mindfulness as a protective factor in connections between psychological issues and facebook addiction among Turkish University students. *Studia Psychologica*, 62(3), 213-231. doi: <https://doi.org/10.31577/sp.2020.03.801>
- Fırat-Kılıç, H., Çağlayan, S. & Sucu Dağ, G. (2017). Emotional Intelligence Levels of Nursing Students and Affecting Factors. *Hemşirelikte Eğitim Ve Araştırma Dergisi*. doi: <https://doi.org/10.5222/head.2017.275>
- Goleman, D. (Orj.1995, 2018). *Duygusal zeka neden IQ'dan daha önemlidir?*. (çev. B.S. Yüksel), İstanbul: Varlık yayınları.
- Gürbüz, S., & Yüksel, M. (2008). Çalışma ortamında duygusal zeka: İş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özelliklerle ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 174-190. 18 Aralık 2020 tarihinde <http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/68> adresinden alındı.
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175. 10 Aralık 2018 tarihinde <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRJd01ERXhNUT09/sosyal-medya-bagimlilik-bir-alan-calismasi> – adresinden alındı.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Izaguirre, R. (2008). *The Relationship Among Emotional Intelligence, Academic Achievement, and Demographic Characteristics in Fisrt-Year Community College Students*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), The University of the Incarnate Word, ABD.
- Karaca, M. (2007). *Sosyolojik bir olgu olarak internet gençliği: Elazığ örneği*. (Yayınlanmamış Doktora tezi) Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Karakaş, S. A., & Küçüoğlu, S. (2011). Bir eğitim hastanesinde çalışan hemşirelerin duygusal zeka düzeyleri. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14(3), 8-13. 17 Aralık 2020 tarihinde <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRJNU5qZ3pNdz09/bir-egitim-hastanesinde-calisan-hemşirelerin-duygusal-zeka-duzeyleri> adresinden alındı.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kalaycı, Ş. (2006). *Faktör analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. İstanbul: Asil Yayın Dağıtım.
- Koç, M., & Gülyavaş, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: the role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(4), 279-284. doi: <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0249>
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Konrad, S., & Hendl, C. (2001). *Duygularla Güçlenmek (EQ)*. (çev. M. Taştan), İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri* (2. Baskı). Ankara, Detay Yayıncılık.

- Kunananat, J. T. (2004). Emotional intelligence: the new science of interpersonal effectiveness. *Human Resource Development Quarterly*, 15 (4), Winter, 489-495. 10 Ocak 2021 tarihinde <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.390.3615&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı.
- Kuss, D., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-52. 2 Aralık 2020 tarihinde <https://www.proquest.com/docview/899323305?pq-origsite=summon> adresinden alındı.
- Li, J.-B., Mo, P. K. H., Lau, J. T. F., Su, X.-F., Zhang, X., Wu, A. M. S., Mai, J.-C., & Chen, Y.-X. (2018). Online social networking addiction and depression: The results from a large-scale prospective cohort study in Chinese adolescents. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 686-696. doi: <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.69>.
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: “it is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work”. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 141-155. doi: <https://doi.org/10.1080/174.398.80902923606>
- Newness, K., Steinert, J. & Viswesvaran, C. (2012). Effects of personality on social network disclosure: Do emotionally intelligent individuals post inappropriate content? *Psychological Topics*, 21(3), 473-486. 2 Ocak 2021 tarihinde <https://hrca.srce.hr/95507> adresinden alındı.
- O’Keefe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report—The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. doi: <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>.
- Osmanoğlu-Erginsoy, D. (2019). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 47-58. doi: <https://doi.org/10.30900/kafkasegt.603734>
- Öztürk, Ö., Odabaşoğlu, G., Eraslan, D., Genç, Y., & Kalyoncu, Ö.A. (2007). İnternet bağımlılığı: kliniği ve tedavisi. *Bağımlılık Dergisi*, 8(1), 36-41.
- Petrides, K.V., & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15, 425-448. doi: <https://doi.org/10.1002/per.416>.
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2003). Trait emotional intelligence: Behavioural validation in two studies of emotion recognition and reactivity to mood induction. *European Journal of Personality*, 17(1), 39-57. doi: <https://doi.org/10.1002/per.466>.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). *Emotional intelligence*. CO: Baywood Publishing.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağlılık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağlılığı yordayıcı etkisi, *Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30 (3), 202-216. doi: <https://doi.org/10.5350/DAJPN201.730.0304>
- Süral, I., Griffiths, M. D., Kircaburun, K., & Emirtekin, E. (2019). Trait emotional intelligence and problematic social media use among adults: The mediating role of social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(2), 336-345. doi: <https://doi.org/10.1007/s11469.018.0022-6>
- Şahin, E., Türk, F., & Hamamcı Z. (2022). Covid-19 pandemi sürecinde depresyon, anksiyete ve stres ile başa çıkma tutumlarının sosyal medya bağımlılığıyla ilişkisi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1), 165 – 18. doi: <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1001102>
- Tuğrul, C. (1999). Duygusal zekâ. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 1, 12-20. 18 Aralık 2020 tarihinde <https://klinikpsikiyatri.org/jvi.aspx?pdire=KPD&plng=tur&un=KPD-21377> adresinden alındı.

- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*, 6(21), 51-70. doi: <http://doi.org/10.5824/1309-1581.2015.4.004.x>
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181. doi: <https://doi.org/10.17121/ressjournal.488>
- Uysal, R. (2014). The predictive roles of social safeness and flourishing on problematic Facebook use. *South African Journal of Psychology*, 45(2), 182 – 193. doi: <https://doi.org/10.1177/008.124.6314560010>.
- Wang, J-L, Wang, H-Z, Gaskin, J., & Wang, L-H (2015). The role of stress and motivation in problematic smartphone use among college students. *Computers in Human Behavior*, 53, 181–188. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.005>
- Wegmann, E., & Brand, M. (2016). Internet-communication disorder: It's a matter of social aspects, coping, and internet-use expectancies. *Frontiers in Psychology*, 7. doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01747>
- Wei, X., Xu, G., Wang, H., He, Y., Han, Z., & Wang, W. (2020). Sensing Users' Emotional Intelligence in Social Networks. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 7(1), 103–112. doi: <https://doi.org/10.1109/tcss.2019.294.4687>
- Wilson K, Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 13, 173-177. doi: <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>
- Yüksel, M. (2006). *Duygusal zekâ ve performans ilişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

THE ANALYSIS ON UNDERGRADUATE STUDENTS OF RELATIONSHIPS BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND INTRAPERSONAL SKILLS, INTERPERSONAL SKILLS, AND GENERAL MOOD

Habibe AKÇAY BEKİROĞLU* 
Emine ŞAHİN** 

Individuals who were aware of their emotions and were able to manage them had significant capital. On the other hand, individuals are very willing to share all aspects of their lives in order to get more likes and attention on social media. However, the only authority that controls one's behavior in social media is its self-control mechanism.

Emotional intelligence is a holistic structure that enables to define, control and manage their own and others' emotions. In recent years, there is a noticeable number studies dealing with emotional intelligence, which is seen as the source of an individual's success in both social and business life (Acar, 2001; Çarıkcı et. al., 2010; Yüksel, 2006; Babaoğlu, 2010; Karakaş & Küçüköğlü, 2011; Fırat-Kılıç et. al., 2017; Wei et. al.; Ergen & Akacan 2021; Arrivillaga et. al., 2022). People with high emotional intelligence are aware of their own and others' emotions, can cope with and manage emotions, are self-motivated, and empathize with other people (Tuğrul, 1999, p. 12; Salovey & Mayer, 1990, p. 185; Goleman, 2018). Reuvaen Bar-On identified the components of emotional intelligence with his repetitive studies. Bar-On explains emotional intelligence with intrapersonal skills, interpersonal skills, adaptability, stress management, and general mood (Bar-On, 2006). In this study, it is discussed how high or low Bar-On's skills, intrapersonal skills, interpersonal skills, and general mood levels are related to social media addiction.

The problem of the study is that social media addiction, which is considered a behavioral disorder today, may be related to emotional intelligence, which refers to intrapersonal skills, interpersonal

* Yıldız Teknik University, Rectorship, habibeakcay@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9521-915X

** Gaziantep University, Faculty of Communication, eminesahin2001@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7269-0923

skills, and general mood. In context, the study aims to reveal the relationship between social media addiction and intrapersonal skills, interpersonal skills, and general mood of university students, and how these variables affect social media addiction.

In the study, the reflection of social media addiction and emotional intelligence on the demographic characteristics such as gender, income level, department of education, and social media usage habits of the students of the Faculty of Communication was also examined. A quantitative research design was chosen in the research. Data were collected from Gaziantep University Communication Faculty students with a questionnaire prepared from questions structured in the classroom environment between 01 and 20 May 2019. The questionnaire is conducted on 216 students determined by a purposeful, convenient sampling technique. 207 people were included in the study. The data were analyzed in the SPSS program and the research results were revealed.

According to the results obtained in the study, the most determining factor in social media addiction is an occupation. The others, in turn, are mood modification, conflict, and relapse sub-dimensions. The intrapersonal skill level of the participants is the highest. It is followed by intrapersonal skills, interpersonal skills, and general mood. In this study, it was determined that emotional intelligence did not differ according to gender and income level. However, gender differs in the year of social media usage. There are significant differences in mood modification, relapse, and conflict addiction levels according to the variable of the education department. Moreover, social media addiction changes according to the year of social media use. It was determined that the level of intrapersonal skills and social media addiction were negatively correlated with mood modification, relapse, and conflict at a low level. In other words, individuals with low self-efficacy, self-esteem and self-actualization, and emotional awareness fill this gap with social media.

In the study, it was also investigated whether social media addiction is affected by intrapersonal skills, interpersonal skills, and general mood, and the generated hypotheses were tested. According to the results of the analysis, the level of intrapersonal skills makes a significant negative contribution to social media addiction. However, it was determined that interpersonal skills and general mood did not predict social media addiction.

Again, according to the study, young people access their social media accounts via their mobile phones. This result reveals that young people are willing to be online and on social media. According to the results of the study, it can be said that young people devote a significant part of their time to being online in at least three social networks, thus watching the lives of people they do not know in real life or presenting them with slices of their own lives. Furthermore, it has been determined that personal skills are correlated with social media addiction scale total and affect social media addiction.

Although this study has some limitations, it is important in terms of focusing on social media addiction and the effects of emotional intelligence on this addiction, which is one of the important issues addressed in studies on young people, which has increased in recent years. In addition, it is considered valuable for the field to support the subject with empirical studies.