

**Ergen Bireylerde Sosyal Medya
Bağımlılığının, Aile Aidiyeti ve Kimlik
Gelişimi Sorunları ile İlişkisinin
İncelenmesi**

Araştırma Makalesi

Kübra Deniz

İstanbul Arel Üniversitesi,
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
Psikolog/Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi,
pskkubradeniz@gmail.com,
ORCID: 0009-0002-4732-7732

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16630184>**ÖZET**

Bu araştırmanın amacı, ergen bireylerde sosyal medya bağımlılığının aile aidiyeti ve kimlik gelişimi ile olan ilişkisini incelemek ve bu ilişkide demografik ve ailevi değişkenlerin rolünü ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Türkiye genelinde sosyal medya kullanan 14-18 yaş arası ergenler, örneklemi ise eğitime devam eden ve farklı okullarda öğrenim gören 303 ergen oluşturmaktadır. Veriler, Google Forms üzerinden çevrim içi olarak toplanmış; Kişisel Bilgi Formu, Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği ile elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 26.0 programı kullanılmış; betimleyici istatistikler, t-testi, ANOVA, Pearson korelasyon ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre, sosyal medya bağımlılığı ile aile aidiyeti ve kendilik aidiyeti arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Kimlik gelişiminin çoğu alt boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif, saplantılı araştırma boyutu ile ise pozitif yönde ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca, aile ve baba-anne birlikteliği, demokratik ebeveyn tutumu, yüksek gelir düzeyi gibi faktörlerin hem aidiyet hem de kimlik gelişimi üzerinde olumlu; ilgisiz veya parçalanmış aile yapısının ise olumsuz etkileri olduğu gösterilmiştir. Regresyon analizinde, aile aidiyeti ve saplantılı araştırma boyutunun sosyal medya bağımlılığının anlamlı yordayıcıları olduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya bağımlılığı ile mücadelede aile içi destek, aidiyet duygusu ve sağlıklı kimlik gelişimi süreçlerinin güçlendirilmesinin önemini göstermektedir. Araştırma, ergenlerle çalışan uygulayıcılara ve politika geliştiricilere, dijital riskleri azaltmaya yönelik aile ve okul temelli önleyici programların tasarlanmasında rehberlik edebilecek kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ergenlik, Sosyal Medya Bağımlılığı, Aile Aidiyeti, Kimlik Gelişimi, Ebeveyn Tutumu.

GİRİŞ¹

Günümüzde ergenler açısından sosyal medya kullanımı, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Özellikle akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla beraber ergenlerin sosyal medya platformlarında geçirdikleri süre giderek artış göstermektedir (Deniz ve Gürültü, 2018, s. 358). Bu durum hem bireysel hem de ailesel boyutta önemli dönüşümler yaratmakta, ergenlerin kimlik gelişim süreci ve psikolojik iyi oluş düzeyleri üzerinde belirgin etkiler ortaya koyabilmektedir (Monacis, de Palo, Griffiths ve Sinatra, 2017, s. 853; Malgaz Güçlü ve Çulha, 2024, s. 46). Öte yandan, sosyal medya bağımlılığı giderek artan bir risk faktörü olarak değerlendirilmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının ergenlikte yalnızca okul başarı ve sosyal yaşantıyı değil, aynı zamanda aile içi ilişkileri, kimlik inşasını ve duygusal süreçleri de derinden etkilediğine işaret etmektedir (D'Arienzo, Boursier ve Griffiths, 2019, s. 1094–1118; Atar Keskin ve Demirbaş, 2024, s. 165).

Sosyal medya bağımlılığının tanımlanmasında, bireyin çevrimiçi platformlarda geçirdiği sürenin artması, bu platformlardan uzak kalamama hissi ve çevrimdışı yaşamdaki sorumlulukların aksamasına yol açması gibi göstergeler öne çıkmaktadır (Bilgin, Şahin ve Togay, 2020, s. 263–265). Böyle bir bağımlılık, ergenlerin kimlik oluşumunu sekteye uğratabilmekte ve aile içi gerilimi artırabilmektedir (He, Li, Ma ve Liu, 2021, s. 60; Crisanto, Wagaman, Kerr, McGinnis ve Berman, 2022, s. 215–224). Aile ilişkisinin kalitesinin, ebeveynlerin evlilik doyumunun düşük olması ya da aile işlevselliğinde bozulma gibi etkenlerin, ergenlerin sosyal medyaya yönelmesine ve bağımlılık geliştirmesine zemin hazırladığı görülmektedir (Qi vd., 2024, s. 341). Türkiye’de yapılan çalışmalar ise aile aidiyetinin ve ebeveyn desteğinin, bu bağımlılığa karşı koruyucu bir rol üstlenebileceğini ancak zayıf aile işlevselliğinin tam aksine bağımlılığı pekiştirdiğini göstermektedir (Yılmaz ve Özkan, 2024, s. 664).

Ergenlik döneminin getirdiği bilişsel, duygusal ve sosyal değişimler, sosyal medya bağımlılığına yatkınlığı daha da artırabilmektedir (Şen, 2011, s. 6–14). Bu dönemde kimlik arayışının yoğunlaşması, ergenlerin çevrimiçi platformları kimliklerini sınamak, akranlarla iletişim kurmak ve onay arayışı için kullanmalarına yol açmaktadır (Lee, Ho ve Lwin, 2017, s. 240–251; van der Merwe, 2017, s. 203–207). Dolayısıyla, sosyal medyanın kimlik gelişimine dair etkilerinin anlaşılması, hem ergenlerin sağlıklı kimlik inşası hem de dijital bağımlılıkların önlenmesi adına kritik görülmektedir (Imperato, Mancini ve Musetti, 2023, s. 3430–3445). Nitekim, düşük yansıtıcı işlev düzeyi gibi psikolojik etkenler, ergenlerin sosyal medyaya aşırı ve sorunlu şekilde yönelmesine sebep olabilmektedir (Imperato vd., 2023, s. 3430–3445).

Aile aidiyeti ise ergenlerin en temel destek kaynaklarından biri olarak öne çıkmakta, sosyal medya bağımlılığı ve kimlik gelişimi arasındaki etkileşimde hem koruyucu hem de tetikleyici rollere sahip olabilmektedir (Korkut ve Gençtürk, 2020, s. 209–231). Aile içinde sağlıklı ve sıcak iletişim, ergenlerin sosyal medya ortamlarında aradıkları duygusal ihtiyaçları azaltarak bağımlılık eğilimini düşürebilir (Atar Keskin ve Demirbaş, 2024, s. 165–184). Ancak aile işlev bozuklukları ya da ebeveynlerin yeterli rehberlik sunamaması, ergenin kimlik arayışını çevrimiçi ortama kaydırmasına, orada daha fazla zaman geçirmesine ve hatta dijital bağımlılıklara sürüklenmesine zemin hazırlayabilir (Arslan, 2019, s. 63–80; Qi vd., 2024, s. 341). Gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde, aile yapısı ve ebeveyn-ergen etkileşimi ile sosyal medya bağımlılığı

¹ Bu çalışma Kübra Deniz tarafından İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’de tamamlanan “Ergen Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının, Aile Aidiyeti ve Kimlik Gelişimi Sorunları İle İlişkisinin İncelenmesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

arasında güçlü ve çok yönlü ilişkilerin varlığına işaret edilmektedir (Bloemen ve De Coninck, 2020, s. 1–12; Baş, 2024, s. 659–698).

Tüm bu veriler ışığında, ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığı, kimlik gelişimi ve aile aidiyeti arasındaki ilişkilerin derinlemesine ele alınması kaçınılmaz görünmektedir. Literatürdeki yaygın görüş, aile içi dinamiklerin ve aidiyet duygusunun, ergenlerin sosyal medya kullanım pratiklerini anlamlı biçimde etkilediği yönündedir (Korkmaz, 2020, s. 237–250; Monacis vd., 2017, s. 853–868). Öte yandan, kimlik gelişiminin temel süreçlerinden biri olan “kendini kanıtlama” veya “ait olma” ihtiyacının, dijital ortamlarda hızlı ve anlık doyumlarla pekişmesi, sosyal medya bağımlılığının neden olduğu riskleri artırmaktadır (Melonashi, 2017, s. 62–83). Dolayısıyla, aile aidiyeti ve kimlik gelişimi gibi unsurların, ergenlikte sosyal medya bağımlılığı üzerinde hem koruyucu hem de risk oluşturuç mekanizmaları daha kapsamlı incelemeyi gerektirmesi, bu araştırmayı yapılabilir ve gerekli kılan temel unsurdur.

Kısacası, ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığı ile kimlik ve aile aidiyeti arasındaki ilişkilerin anlaşılması hem ruh sağlığı uzmanları hem de eğitimciler ve ebeveynler için kritik önem taşımaktadır (Sancar, 2023, s. 54–67). Bir yandan ergenlerin kendilerini ve ailelerini tanıma sürecine destek olmak, diğer yandan da sosyal medya platformlarının potansiyel zararlarına karşı savunma mekanizmaları geliştirmek açısından böylesi bütüncül bir araştırmanın yürütülmesi elzem hâle gelmiştir. Bu araştırmanın amacı, ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığının aile aidiyeti ve kimlik gelişimiyle nasıl etkileşime girdiğini bütüncül bir bakış açısıyla incelemektir. Çalışma kapsamında, ergenlerin aileye duydukları aidiyet duygusunun sosyal medya kullanımı ve bağımlılık düzeyleri üzerindeki etkileri değerlendirilirken, aynı zamanda kimlik gelişim sürecinin bu etkileşimdeki rolü araştırılacaktır. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığının ergenlerin kimlik arayışı ve aile içi iletişim bağlamında ne tür riskler veya koruyucu faktörler içerdiğini belirlemek hedeflenmektedir. Elde edilecek bulguların, ergenlik dönemindeki aile desteği, kimlik oluşumu ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkileri daha iyi anlamaya katkı sağlaması ve bu doğrultuda eğitim, rehberlik ve aile odaklı uygulamalara yol gösterici nitelikte olması beklenmektedir.

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu araştırma, ergen bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile aile aidiyeti ve kimlik gelişimi arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlayan, nicel verilerin analizine dayalı ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Araştırmanın modelinde, sosyal medya bağımlılığı (bağımlı değişken), aile aidiyeti ve kimlik gelişimi (bağımsız değişkenler) olarak ele alınmıştır. Çalışmada, sosyal medya bağımlılığının düzeyinin ve buna etki eden aile aidiyeti ile kimlik gelişimi alt boyutlarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, sınıf, gelir düzeyi, anne-baba ilişki durumu, ebeveyn tutumları) bu temel ilişkiler üzerindeki yordayıcı ve farklılaştırıcı etkileri de incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde sosyal medya kullanan 14-18 yaş arası tüm ergenler oluşturmaktadır. Çalışmanın hedef evrenini ise, hâlihazırda eğitimine devam eden ve

okullarda öğrenim görmekte olan ergen bireyler teşkil etmektedir. Araştırmada, uygun örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme (convenience sampling) tekniği kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2021). Bu kapsamda, örneklem grubunu farklı okullarda öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılan her iki cinsiyetten toplam 302 ergen oluşturmaktadır. Katılımcılar, yaş, cinsiyet ve diğer demografik özellikler bakımından çeşitlilik göstermektedir. Araştırma sürecinde etik ilkelere özen gösterilmiş, tüm katılımcıların bilgileri gizli tutulmuş ve veriler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile aile aidiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile kendilik aidiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile kimlik gelişimi boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Aile aidiyeti ve kendilik aidiyeti, sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir biçimde etkilemektedir.

H₅: Kimlik gelişimi boyutları, sosyal medya bağımlılığının anlamlı bir biçimde etkilemektedir.

H₆: Demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, gelir durumu, anne-baba ilişki durumu ve ebeveyn tutumları) açısından ergenlerin sosyal medya bağımlılığı, aile aidiyeti, kendilik aidiyeti ve kimlik gelişimi düzeyleri anlamlı olarak farklılık göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu

Araştırmada, katılımcıların demografik ve ailevi özelliklerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Bu formda, katılımcıların yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi, aile gelir durumu, anne ve babanın eğitim durumu, anne-baba ilişki durumu (evli-birlikte, evli-ayrı, boşanmış), aile türü (çekirdek/geniş/aileyle yaşayan diğer bireyler), anne ve baba tutum algısı (demokratik, otoriter, ilgisiz, aşırı koruyucu) gibi temel demografik bilgilere yönelik çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular yer almaktadır. Ayrıca katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya platformlarını kullanma amacı ve sıklığı gibi dijital davranışları hakkında da bilgiler toplanmıştır.

Ergenler İçin Sosyal Medya Ölçeği

Ölçeğin geliştirilmesi, geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının ayrıntıları Özgenel, Canpolat ve Ekşi (2019) tarafından yürütülmüştür. Ölçme aracı, *APA DSM-5* bağımlılık kriterleri temel alınarak tasarlanmıştır. Geliştirme sürecinde maddeler sosyal medya kullanımının fizyolojik, duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarını yansıtacak şekilde oluşturulmuştur. ESMBÖ toplam 9 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 5'li Likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir (1 = Hiçbir zaman,

2 = Nadiren, 3 = Bazen, 4 = Çoğunlukla, 5 = Her zaman). Ters puanlanan madde bulunmadığından, her maddeye verilen puanlar doğrudan toplanarak *toplam puan* elde edilir. Bu şekilde, bir katılımcının ölçekten alabileceği en düşük puan 9, en yüksek puan ise 45 olmaktadır. Ayrıca *toplam puan*, madde sayısı olan 9'a bölünerek *aritmetik ortalama* da hesaplanabilir. Ölçekten yüksek puan almak, ergenlerde sosyal medya bağımlılığı düzeyinin yüksek olduğunu; düşük puan almak ise sosyal medya bağımlılığı düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Yapılan faktör analizleri sonucu ölçeğin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu bildirilmiş; iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirlik katsayıları tatmin edici düzeyde bulunmuştur. Bu değerler, ölçeğin ergen örnekleminde sosyal medya bağımlılığını ölçmek için geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu göstermektedir.

Aile Aidiyeti Ölçeği

Aileye duyulan aidiyeti ölçmek amacıyla Mavili, Kesen ve Daşbaşı (2014) tarafından geliştirilmiş olan Aile Aidiyeti Ölçeği, ergenler dahil olmak üzere bireylerin aileleriyle kurdukları bağın düzeyini değerlendirmede kullanılmaktadır. AAÖ, toplam 17 maddeden oluşan 5'li Likert tipi bir ölçektir. Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre ölçek, aile aidiyeti ve kendilik aidiyeti olmak üzere iki faktörlü bir yapı göstermektedir. Ölçeğin geliştirme çalışması sırasında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,96 değeri elde edilmiş ve Bartlett Sphericity testi sonucu anlamlı ($\chi^2 = 16943,875$; $p < 0,001$) bulunmuştur. Toplam varyansın %60'ını açıklayan bu iki faktör, ölçeğin yapı geçerliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. İç tutarlılık güvenilirliği (Cronbach Alfa) 0,94 olarak rapor edilmiştir. Bu yüksek değere göre ölçek, aile aidiyetine ilişkin güçlü bir ölçme kapasitesi sunmaktadır. Her bir madde 1 (Kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (Tamamen katılıyorum) arasında derecelendirilir. İki alt boyuttan ve tüm ölçekten alınan yüksek puan, bireylerin ailelerine karşı hissettikleri aidiyet duygusunun daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği

Kimlik gelişimine ilişkin boyutları ölçmek amacıyla Morsünbül ve Çok (2014) tarafından Türkçeye uyarlanan bu ölçek, kimlik gelişimindeki süreçlere odaklanmaktadır. Ölçek, kimlik gelişimine yönelik farklı süreçleri (örneğin içsel yatırım, özdeşleşme, derinlemesine ve genişlemesine araştırma) ölçen birden fazla alt boyuttan oluşmaktadır. Faktör analizi sonucunda ölçeğin beş boyutu olduğu vurgulanmakta; bu boyutlar şu şekilde ifade edilmektedir:

- İçsel yatırımda bulunma
- İçsel yatırım ile özdeşleşme
- Seçeneklerin genişlemesine araştırılması
- Seçeneklerin derinlemesine araştırılması
- Seçeneklerin saplantılı araştırılması

Ölçeğin Türk örnekleminde uyarlanması kapsamında açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve toplam %57,43 oranında varyans açıklamasıyla ölçeğin beş faktörlü yapısının geçerli olduğu ortaya konmuştur. Ölçek boyutlarının iç tutarlılık katsayıları 0,78 ile 0,88 arasında değişmektedir; bu da ölçeğin her bir alt boyutunun yeterli güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca *Yaşam Doyumu Ölçeği* ile yapılan korelasyon analizleri, kimlik gelişimi

boyutlarıyla yaşam doyumu arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği'ndeki maddeler 5'li Likert formatında derecelendirilmektedir. Her alt boyutun puanı ayrı ayrı ya da ölçeğin toplam puanı elde edilecek şekilde kullanılabilir. Araştırmacı, spesifik olarak hangi alt boyut veya boyutların kimlik gelişimi ile ilgili ölçülmek istendiğine bağlı olarak analizleri yönlendirmektedir. Ergenlerin kimlik statülerinin belirlenmesi amacıyla ek analiz (örneğin küme analizi) yapılması da literatürde yaygın bir uygulamadır.

Verilerin Toplanması

Araştırmada kullanılan veriler, çevrim içi ortamda Google Forms aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılara, araştırmanın amacı ve gönüllülük esasına dayalı olduğu hakkında bilgilendirme yapıldıktan sonra, Kişisel Bilgi Formu ile birlikte araştırmada yer alan ölçekler elektronik ortamda sunulmuştur. Verilerin gizliliği ve anonimliği sağlanmış, katılımcıların yanıtları yalnızca bilimsel amaçlarla değerlendirilmiştir. Google Forms üzerinden toplanan veriler, analiz için elektronik ortamda güvenli bir şekilde kaydedilmiş ve değerlendirilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizi, SPSS 26.0 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, verilerin eksikliği ve doğruluğu kontrol edilmiş, aykırı değerler incelenmiştir. Ölçeklerin güvenirliği için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlerin dağılımı normallik testleri (Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk) ile değerlendirilmiştir. Betimleyici istatistiklerin yanı sıra, gruplar arası karşılaştırmalar için t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson korelasyon analizi, sosyal medya bağımlılığının yordayıcılarını belirlemek için ise çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analizlerde anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır.

Bulgular

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya toplam 303 lise öğrencisi katılım göstermiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik frekans analizi sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	n	%
Cinsiyet	Kız	181	59,7
	Erkek	122	40,3
Yaş	14	17	5,6
	15	77	25,4
	16	79	26,1
	17	98	32,3
	18	32	10,6
Eğitim durumu	Lise 1. sınıf	80	26,4
	Lise 2. sınıf	64	21,1
	Lise 3. sınıf	84	27,7

	Lise 4. sınıf	75	24,8
En çok hangi alanlarda zorluk yaşıyorsunuz?*	Gelecek hedeflerim	169	41,4
	Sosyal ilişkiler kurma	117	28,7
	Aile ile ilişkiler	62	15,2
	Kendimi tanıma	60	14,7
Kendinizi olduğunuz yere ve ailenize ait hissediyor musunuz?	Evet	238	78,5
	Hayır	65	21,5

* Katılımcılara bu soruda çoklu yanıt imkânı sunulmuştur. Yüzde değerleri, tüm yanıtlar içindeki (n = 408) oranı yansıtmaktadır.

Katılımcıların %59,7'si (n = 181) kız, %40,3'ü (n = 122) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Yaş dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %5,6'sı (n = 17) 14 yaşında, %25,4'ü (n = 77) 15 yaşında, %26,1'i (n = 79) 16 yaşında, %32,3'ü (n = 98) 17 yaşında ve %10,6'sı (n = 32) 18 yaşındadır. En yüksek katılım oranı 17 yaş grubunda görülmektedir. Eğitim durumu açısından katılımcıların %26,4'ü (n = 80) lise 1. sınıf, %21,1'i (n = 64) lise 2. sınıf, %27,7'si (n = 84) lise 3. sınıf ve %24,8'i (n = 75) lise 4. sınıf öğrencisidir. Sınıf düzeyleri arasında görece dengeli bir dağılım bulunmaktadır. Katılımcılara en çok hangi alanlarda zorluk yaşadıkları sorulduğunda (çoklu yanıt seçeneği sunulmuş), toplam 408 yanıt alınmıştır. Buna göre katılımcıların %41,4'ü (n = 169) gelecek hedefleri konusunda, %28,7'si (n = 117) sosyal ilişkiler kurma konusunda, %15,2'si (n = 62) aile ile ilişkiler konusunda ve %14,7'si (n = 60) kendini tanıma konusunda zorluk yaşadığını belirtmiştir. En sık yaşanan zorluk alanının gelecek hedefleri olduğu görülmektedir. Aidiyet duygusu ile ilgili olarak, katılımcıların %78,5'i (n = 238) kendilerini bulundukları yere ve ailelerine ait hissettiklerini belirtirken, %21,5'i (n = 65) bu konuda olumsuz yanıt vermiştir.

Katılımcıların aile özelliklerine yönelik frekans analizi sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Aile Özellikleri

Değişken	Kategori	n	%
Ailenin gelir düzeyi	Gelirimiz giderimizden az (Düşük)	34	11,2
	Gelirimiz giderimize denk (Orta)	212	70,0
	Gelirimiz giderimizden fazla (Yüksek)	57	18,8
Anne-baba ilişki durumu	Evli, anne-baba birlikte	250	82,5
	Evli, anne-baba ayrı yaşıyor	23	7,6
	Boşanmış	30	9,9
Anne eğitim durumu	İlkokul	39	12,9
	Ortaokul	36	11,9
	Lise	122	40,3
	Üniversite	106	35,0
Baba eğitim durumu	İlkokul	18	5,9
	Ortaokul	20	6,6
	Lise	118	38,9
	Üniversite	147	48,5
Yetişilen aile türü	Çekirdek aile (anne-baba, kardeşler aynı hanede)	250	82,5
	Geniş aile (bazı akrabalar ile aynı hanede)	26	8,6
	Tek ebeveynli (anne-baba boşanmış veya ebeveynlerden biri vefat etmiş)	27	8,9
Yaşanılan yer	Büyükşehir	32	10,6
	İl/Şehir	205	67,7
	İlçe/Köy	66	21,8
Kardeş sayısı	1 kardeş	39	12,9

	2 kardeş	148	48,8
	3 kardeş	82	27,1
	4 ve üzeri kardeş	34	11,2
Aileyle geçirilen vakit	Her gün	231	76,2
	Haftada birkaç kez	46	15,2
	Haftada bir ve altı	26	8,6
Aileyle yaşama tercihi	Ailemle yaşamak isterim	190	62,7
	Yalnız yaşamak isterim	113	37,3
Anne tutum	Otoriter	81	26,7
	Demokratik	126	41,6
	İlgisiz	17	5,6
	Aşırı koruyucu	79	26,1
Baba tutum	Otoriter	93	30,7
	Demokratik	111	36,6
	İlgisiz	37	12,2
	Aşırı koruyucu	62	20,5
Ailede duygu ve düşüncelerini rahatça ifade edebilme durumu	Nadiren	34	11,2
	Ara sıra	79	26,1
	Genellikle	137	45,2
	Sık sık	53	17,5

Katılımcıların aile özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde, ailenin gelir düzeyi açısından katılımcıların %70,0'i (n = 212) gelirlerinin giderlerine denk olduğunu (orta düzey), %18,8'i (n = 57) gelirlerinin giderlerinden fazla olduğunu (yüksek düzey) ve %11,2'si (n = 34) gelirlerinin giderlerinden az olduğunu (düşük düzey) belirtmiştir.

Anne-baba ilişki durumu bakımından katılımcıların %82,5'i (n = 250) anne-babasının evli ve birlikte yaşadığını, %9,9'u (n = 30) anne-babasının boşanmış olduğunu ve %7,6'sı (n = 23) anne-babasının evli ancak ayrı yaşadığını ifade etmiştir.

Ebeveynlerin eğitim durumu incelendiğinde, annelerin %40,3'ü (n = 122) lise, %35,0'i (n = 106) üniversite, %12,9'u (n = 39) ilkököl ve %11,9'u (n = 36) ortaokul mezunudur. Babaların ise %48,5'i (n = 147) üniversite, %38,9'u (n = 118) lise, %6,6'sı (n = 20) ortaokul ve %5,9'u (n = 18) ilkököl mezunudur. Babaların eğitim düzeyinin annelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Aile yapısı açısından katılımcıların %82,5'i (n = 250) çekirdek ailede, %8,9'u (n = 27) tek ebeveynli ailede ve %8,6'sı (n = 26) geniş ailede yetişmiştir. Yaşanılan yer bakımından katılımcıların %67,7'si (n = 205) il/şehirde, %21,8'i (n = 66) ilçe/köyde ve %10,6'sı (n = 32) büyükşehirde yaşamaktadır.

Kardeş sayısı dağılımında katılımcıların %48,8'i (n = 148) 2 kardeş, %27,1'i (n = 82) 3 kardeş, %12,9'u (n = 39) 1 kardeş ve %11,2'si (n = 34) 4 ve üzeri kardeşe sahiptir. Aileyle geçirilen vakit açısından katılımcıların %76,2'si (n = 231) her gün, %15,2'si (n = 46) haftada birkaç kez ve %8,6'sı (n = 26) haftada bir ve altında aileyle vakit geçirmektedir.

Aileyle yaşama tercihi konusunda katılımcıların %62,7'si (n = 190) aileleriyle yaşamak istediklerini, %37,3'ü (n = 113) ise yalnız yaşamak istediklerini belirtmiştir.

Anne tutumları incelendiğinde, katılımcıların %41,6'sı (n = 126) annelerini demokratik, %26,7'si (n = 81) otoriter, %26,1'i (n = 79) aşırı koruyucu ve %5,6'sı (n = 17) ilgisiz olarak değerlendirmiştir. Baba tutumları açısından ise katılımcıların %36,6'sı (n = 111) babalarını demokratik, %30,7'si (n = 93) otoriter, %20,5'i (n = 62) aşırı koruyucu ve %12,2'si (n = 37) ilgisiz olarak tanımlamıştır.

Ailede duygu ve düşüncelerini rahatça ifade edebilme durumu konusunda katılımcıların

%45,2'si (n = 137) genellikle, %26,1'i (n = 79) ara sıra, %17,5'i (n = 53) sık sık ve %11,2'si (n = 34) nadiren duygu ve düşüncelerini rahatça ifade edebildiklerini belirtmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik frekans analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Değişken	Kategori	n	%
Sosyal medya kullanma sıklığı	Günlük	266	87,8
	Haftada bir	3	1,0
	Haftada birkaç kez	24	7,9
	Nadiren	8	2,6
	Hiç kullanmıyorum	2	0,7
Günlük sosyal medya kullanım süresi	0-1 saat	28	9,2
	1-3 saat	135	44,6
	3-5 saat	94	31,0
	5 saat ve üzeri	46	15,2
Sosyal medya kullanım amacı	Vakit geçirmek	203	25,1
	Arkadaşlar ile iletişim kurmak	182	22,5
	Bilgi edinmek, araştırma yapmak	128	15,8
	Haberleri takip etmek	78	9,6
	Alışveriş yapmak	60	7,4
	Paylaşımında bulunma	51	6,3
	Kişisel paylaşımında bulunmak	48	5,9
	Yeni arkadaş edinme	41	5,1
	Başkaları tarafından takip edilme	19	2,3

* Katılımcılara bu soruda çoklu yanıt imkânı sunulmuştur. Yüzde değerleri, tüm yanıtlar içindeki (n = 810) oranı yansıtmaktadır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin bulgular incelendiğinde, sosyal medya kullanma sıklığı açısından katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,8; n = 266) günlük olarak sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların %7,9'u (n = 24) haftada birkaç kez, %2,6'sı (n = 8) nadiren, %1,0'i (n = 3) haftada bir sosyal medya kullandığını ifade ederken, %0,7'si (n = 2) hiç kullanmadığını belirtmiştir.

Günlük sosyal medya kullanım süresi bakımından katılımcıların %44,6'sı (n = 135) 1-3 saat, %31,0'i (n = 94) 3-5 saat, %15,2'si (n = 46) 5 saat ve üzeri ve %9,2'si (n = 28) 0-1 saat sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun günde 1-3 saat sosyal medya kullandığı görülmektedir.

Sosyal medya kullanım amacı konusunda katılımcılara çoklu yanıt seçeneği sunulmuş ve toplam 810 yanıt alınmıştır. Buna göre katılımcıların en sık belirttikleri amaçlar sırasıyla vakit geçirmek (%25,1; n = 203), arkadaşlar ile iletişim kurmak (%22,5; n = 182) ve bilgi edinmek/araştırma yapmak (%15,8; n = 128) olmuştur. Diğer amaçlar ise haberleri takip etmek (%9,6; n = 78), alışveriş yapmak (%7,4; n = 60), paylaşımında bulunmak (%6,3; n = 51), kişisel paylaşımında bulunmak (%5,9; n = 48), yeni arkadaş edinmek (%5,1; n = 41) ve başkaları tarafından takip edilmek (%2,3; n = 19) şeklinde sıralanmaktadır.

Güvenilirlik Analizi

Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Boyut	Madde Sayısı	Cronbach Alpha
Aile Aidiyeti Ölçeği	Aile aidiyeti	5	,732
	Kendilik aidiyeti	12	,965
Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği	İçsel yatırımda bulunma	5	,924
	İçsel yatırımla özdeşleşme	5	,911
	Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	5	,923
	Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	5	,830
	Seçeneklerin saplantılı araştırılması	5	,844
Ergenler İçin Sosyal Medya Ölçeği		8	,894

Güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde, Aile Aidiyeti Ölçeği'nin aile aidiyeti boyutunun (5 madde) Cronbach Alpha değeri ,732 olarak bulunmuştur. Aynı ölçeğin kendilik aidiyeti boyutunun (12 madde) Cronbach Alpha değeri ,965 olarak hesaplanmıştır.

Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin güvenirlik katsayıları; içsel yatırımda bulunma boyutu (5 madde) ,924; içsel yatırımla özdeşleşme boyutu (5 madde) ,911; seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutu (5 madde) ,923; seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutu (5 madde) ,830 ve seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu (5 madde) ,844 Cronbach Alpha değerlerine sahiptir.

Ergenler İçin Sosyal Medya Ölçeği'nin (8 madde) Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı ,894 olarak bulunmuştur.

Elde edilen Cronbach Alpha değerleri, ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. George ve Mallery (2003) tarafından önerilen kriterlere göre ,70 ve üzeri değerler kabul edilebilir düzeyde güvenirlik göstermektedir. Bu sonuçlar, araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığa sahip olduğunu ve güvenilir ölçümler sağladığını ortaya koymaktadır.

Normal Dağılım Analizi

Araştırma verilerinin normal dağılıp dağılmadığını değerlendirmek üzere değişkenlerin çarpıklık ve basıklık katsayıları incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5: Normal Dağılım Analizi Sonuçları

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık
Aile Aidiyeti		
Aile aidiyeti	-,393	,176
Kendilik aidiyeti	-,863	-,036
Kimlik Gelişimi		
İçsel yatırımda bulunma	-,383	-,182
İçsel yatırımla özdeşleşme	-,458	-,167
Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	-,597	,089
Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	-,490	,341
Seçeneklerin saplantılı araştırılması	-,443	-,026
Sosyal Medya Bağımlılığı	,516	-,531

Normal dağılım analizi sonuçları incelendiğinde, Aile Aidiyeti Ölçeği'nin aile aidiyeti

boyutunun çarpıklık değeri -,393 ve basıklık değeri ,176 olarak bulunmuştur. Kendilik aidiyeti boyutunun çarpıklık değeri -,863 ve basıklık değeri -,036 olarak hesaplanmıştır.

Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri; içsel yatırımda bulunma boyutu (çarpıklık = -,383; basıklık = -,182), içsel yatırımla özdeşleşme boyutu (çarpıklık = -,458; basıklık = -,167), seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutu (çarpıklık = -,597; basıklık = ,089), seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutu (çarpıklık = -,490; basıklık = ,341) ve seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu (çarpıklık = -,443; basıklık = -,026) olarak belirlenmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinin çarpıklık değeri ,516 ve basıklık değeri -,531 olarak bulunmuştur.

Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından belirtilen kriterlere göre, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olması normal dağılımın kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Elde edilen tüm değerler bu kritik sınırlar içerisinde yer aldığından, araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Korelasyon Analizi

Aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkileri incelemek üzere Pearson korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	AA	KA	İYB	İYÖ	SGA	SDA	SSA	SMB
AA	1							
KA	,839**	1						
İYB	,412**	,464**	1					
İYÖ	,479**	,544**	,800**	1				
SGA	,312**	,417**	,635**	,617**	1			
SDA	,413**	,507**	,499**	,606**	,674**	1		
SSA	-0,084	-0,026	-0,027	0,007	,317**	,337**	1	
SMB	-,371**	-,352**	-,273**	-,264**	-,162**	-,222**	,143*	1

AA = Aile aidiyeti, KA = Kendilik aidiyeti, İYB = İçsel yatırımda bulunma, İYÖ = İçsel yatırımla özdeşleşme, SGA = Seçeneklerin genişlemesine araştırılması, SDA = Seçeneklerin derinlemesine araştırılması, SSA = Seçeneklerin saplantılı araştırılması, SMB = Sosyal Medya Bağımlılığı

* p < ,05; ** p < ,01

Aile aidiyeti boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiler incelendiğinde, aile aidiyeti ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($r = -,371$; $p < ,01$). Benzer şekilde, kendilik aidiyeti ile sosyal medya bağımlılığı arasında da negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = -,352$; $p < ,01$).

Kimlik gelişimi boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r = -,273$; $p < ,01$). İçsel yatırımla özdeşleşme boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında da negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = -,264$; $p < ,01$). Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki tespit

edilmiştir ($r = -.162$; $p < .01$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($r = -.222$; $p < .01$). Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu ile sosyal medya bağımlılığı arasında ise pozitif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r = .143$; $p < .05$).

Aile aidiyeti ile kimlik gelişimi boyutları arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde, içsel yatırımda bulunma ($r = .412$; $p < .01$), içsel yatırımla özdeşleşme ($r = .479$; $p < .01$), seçeneklerin genişlemesine araştırılması ($r = .312$; $p < .01$) ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması ($r = .413$; $p < .01$) boyutları ile pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Diğer taraftan, seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu ile aile aidiyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($r = -.084$; $p > .05$).

Benzer şekilde, kendilik aidiyeti ile kimlik gelişimi boyutları arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde, içsel yatırımda bulunma ($r = .464$; $p < .01$), içsel yatırımla özdeşleşme ($r = .544$; $p < .01$), seçeneklerin genişlemesine araştırılması ($r = .417$; $p < .01$) ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması ($r = .507$; $p < .01$) boyutları ile pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Diğer taraftan, seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu ile kendilik aidiyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ($r = -.026$; $p > .05$).

Regresyon Analizi

Aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin sosyal medya bağımlılığını yordayıp yordamadığını incelemek üzere çok değişkenli regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7: Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler		β	t	p
Aile	Aile aidiyeti	-,215	-2,192	,029*
Aidiyeti	Kendilik aidiyeti	-,080	-,765	,445
Kimlik Gelişimi	İçsel yatırımda bulunma	-,144	-1,519	,130
	İçsel yatırımla özdeşleşme	,050	,508	,611
	Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	,035	,416	,678
	Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	-,125	-1,521	,129
	Seçeneklerin saplantılı araştırılması	,150	2,423	,016*

Bağımlı Değişken = Sosyal Medya Bağımlılığı

Model: $F = 9,087$; $p = ,000$; $R^2 = ,158$

* $p < ,05$

Regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F = 9,087$; $p < ,001$). Model, sosyal medya bağımlılığındaki toplam varyansın %15,8’ini açıklamaktadır ($R^2 = ,158$).

Aile aidiyeti boyutları incelendiğinde, aile aidiyeti boyutunun sosyal medya bağımlılığını negatif yönde anlamlı olarak yordadığı bulunmuştur ($\beta = -.215$; $t = -2,192$; $p = ,029$). Kendilik aidiyeti boyutunun ise sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir yordayıcı etkisi tespit edilmemiştir ($\beta = -.080$; $t = -.765$; $p = ,445$).

Kimlik gelişimi boyutları değerlendirildiğinde, seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunun sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı bulunmuştur ($\beta = ,150$; $t = 2,423$; $p = ,016$). Diğer kimlik gelişimi boyutlarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı yordayıcı etkileri tespit edilmemiştir: içsel yatırımda bulunma ($\beta = -.144$; $t = -1,519$; $p =$

,130), içsel yatırımla özdeşleşme ($\beta = ,050$; $t = ,508$; $p = ,611$), seçeneklerin genişlemesine araştırılması ($\beta = ,035$; $t = ,416$; $p = ,678$) ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması ($\beta = -,125$; $t = -1,521$; $p = ,129$).

Sonuç olarak, aile aidiyeti ve seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutlarının sosyal medya bağımlılığının anlamlı yordayıcıları olduğu belirlenmiştir.

Fark Testleri

Bu başlık altında, katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu doğrultuda, iki kategori içeren değişkenler için t-testi gerçekleştirilmiştir. İki'den fazla kategori içeren değişkenler için ise ANOVA analizi gerçekleştirilmiş ve analizin anlamlı sonuca ulaşması halinde farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu değerlendirmek üzere Scheffe post hoc analiz sonuçları incelenmiştir.

Cinsiyete Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere t-testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.8'de yer almaktadır.

Aile aidiyeti boyutu açısından kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,49$; $ss = ,83$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,33$; $ss = ,86$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t = 1,600$; $p = ,111$). Diğer taraftan, kendilik aidiyeti boyutunda ise kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 4,01$; $ss = ,98$) erkek öğrencilerin ortalamasından ($\bar{x} = 3,74$; $ss = ,97$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($t = 2,325$; $p = ,021$).

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, hiçbir boyutta cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. İçsel yatırımda bulunma boyutunda kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,36$; $ss = ,97$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,33$; $ss = ,92$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($t = ,232$; $p = ,817$). İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,45$; $ss = ,96$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,40$; $ss = ,96$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($t = ,403$; $p = ,687$). Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,65$; $ss = ,91$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,66$; $ss = ,82$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($t = -,053$; $p = ,958$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,55$; $ss = ,82$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,49$; $ss = ,81$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($t = ,650$; $p = ,516$). Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda kız öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,45$; $ss = ,92$) ile erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 3,43$; $ss = ,89$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($t = ,252$; $p = ,801$).

Sosyal medya bağımlılığı açısından erkek öğrencilerin ortalaması ($\bar{x} = 2,47$; $ss = ,91$) kız öğrencilerin ortalamasından ($\bar{x} = 2,25$; $ss = ,94$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($t = -1,984$; $p = ,048$).

Sonuç olarak, kendilik aidiyeti boyutunda kız öğrenciler lehine, sosyal medya bağımlılığında ise erkek öğrenciler lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 8: Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	Ort.	ss	t	p
Aidiyet	Kız	3,49	,83	1,600	,111
	Erkek	3,33	,86		
Aidiyet	Kız	4,01	,98	2,325	,021*
	Erkek	3,74	,97		
Kimlik Gelişimi	Kız	3,36	,97	,232	,817
	Erkek	3,33	,92		
	Kız	3,45	,96	,403	,687
	Erkek	3,40	,96		
	Kız	3,65	,91	-,053	,958
	Erkek	3,66	,82		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kız	2,25	,94	-1,984	,048*
	Erkek	2,47	,91		

* p < ,05

Yaş Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9: Yaş Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Yaş	Ort.	ss	F	p
Aidiyet	14	3,11	0,60	1,628	,167
	15	3,54	0,90		
	16	3,47	0,82		
	17	3,32	0,77		
	18	3,56	1,03		
	14	3,56	1,07	,843	,499
	15	3,97	0,99		
	16	3,89	0,97		
	17	3,86	0,89		
	18	4,06	1,21		
Kimlik Gelişimi	14	3,48	1,36	2,023	,084
	15	3,48	0,95		
	16	3,21	0,87		
	17	3,21	0,93		
	18	3,69	0,85		
	14	3,33	1,30	1,532	,193
	15	3,63	0,94		
	16	3,36	0,87		
	17	3,30	0,94		
	18	3,54	1,02		
	14	3,74	1,37	,586	,673
	15	3,74	0,85		

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	16	3,59	0,75		
	17	3,59	0,92		
	18	3,77	0,72		
Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	14	3,46	1,19		
	15	3,68	0,81		
	16	3,47	0,74	,941	,440
	17	3,48	0,78		
	18	3,49	0,90		
Seçeneklerin saplantılı araştırılması	14	3,27	1,24		
	15	3,50	0,88		
	16	3,53	0,69	,608	,657
	17	3,36	0,99		
	18	3,46	0,96		
Sosyal Medya Bağımlılığı	14	2,55	0,80		
	15	2,37	0,84		
	16	2,24	0,85	1,222	,302
	17	2,43	0,99		
	18	2,11	1,16		

Aile aidiyeti boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,11$; $ss = 0,60$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,54$; $ss = 0,90$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,47$; $ss = 0,82$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,32$; $ss = 0,77$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,56$; $ss = 1,03$) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,628$; $p = ,167$). Kendilik aidiyeti boyutunda da yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,56$; $ss = 1,07$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,97$; $ss = 0,99$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,89$; $ss = 0,97$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,86$; $ss = 0,89$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 4,06$; $ss = 1,21$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = ,843$; $p = ,499$).

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,48$; $ss = 1,36$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,48$; $ss = 0,95$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,21$; $ss = 0,87$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,21$; $ss = 0,93$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,69$; $ss = 0,85$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 2,023$; $p = ,084$). İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,33$; $ss = 1,30$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,63$; $ss = 0,94$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,36$; $ss = 0,87$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,30$; $ss = 0,94$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,54$; $ss = 1,02$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = 1,532$; $p = ,193$). Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,74$; $ss = 1,37$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,74$; $ss = 0,85$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,59$; $ss = 0,75$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,59$; $ss = 0,92$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,77$; $ss = 0,72$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = ,586$; $p = ,673$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,46$; $ss = 1,19$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,68$; $ss = 0,81$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,47$; $ss = 0,74$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,48$; $ss = 0,78$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,49$; $ss = 0,90$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = ,941$; $p = ,440$). Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 3,27$; $ss = 1,24$), 15 yaş ($\bar{x} = 3,50$; $ss = 0,88$), 16 yaş ($\bar{x} = 3,53$; $ss = 0,69$), 17 yaş ($\bar{x} = 3,36$; $ss = 0,99$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 3,46$; $ss = 0,96$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = ,608$; $p = ,657$).

Sosyal medya bağımlılığı açısından yaş gruplarının ortalamaları 14 yaş ($\bar{x} = 2,55$; $ss = 0,80$), 15 yaş ($\bar{x} = 2,37$; $ss = 0,84$), 16 yaş ($\bar{x} = 2,24$; $ss = 0,85$), 17 yaş ($\bar{x} = 2,43$; $ss = 0,99$) ve 18 yaş ($\bar{x} = 2,11$; $ss = 1,16$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = 1,222$; $p = ,302$).

Sonuç olarak, araştırmaya katılan öğrencilerin aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermediğı belirlenmiştir.

Eğitim Durumuna Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10: Eğitim Durumuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Eğitim	Ort.	ss	F	p
Aidiyet	Aile aidiyeti	Lise 1. sınıf	3,56	,990	,398
		Lise 2. sınıf	3,42		
		Lise 3. sınıf	3,36		
		Lise 4. sınıf	3,36		
	Kendilik aidiyeti	Lise 1. sınıf	3,99	,345	,793
		Lise 2. sınıf	3,83		
		Lise 3. sınıf	3,87		
		Lise 4. sınıf	3,89		
Kimlik Gelişimi	İçsel yatırımda bulunma	Lise 1. sınıf	3,54	1,616	,186
		Lise 2. sınıf	3,29		
		Lise 3. sınıf	3,32		
		Lise 4. sınıf	3,22		
	İçsel yatırımla özdeşleşme	Lise 1. sınıf	3,64	2,540	,057
		Lise 2. sınıf	3,42		
		Lise 3. sınıf	3,41		
		Lise 4. sınıf	3,22		
	Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	Lise 1. sınıf	3,81	1,345	,260
		Lise 2. sınıf	3,58		
		Lise 3. sınıf	3,55		
		Lise 4. sınıf	3,67		
	Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	Lise 1. sınıf	3,71	1,785	,150
		Lise 2. sınıf	3,46		
		Lise 3. sınıf	3,44		
		Lise 4. sınıf	3,49		
	Seçeneklerin saplantılı araştırılması	Lise 1. sınıf	3,44	,251	,860
		Lise 2. sınıf	3,52		
		Lise 3. sınıf	3,39		
		Lise 4. sınıf	3,44		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Lise 1. sınıf	2,44	0,84	,822	,482
	Lise 2. sınıf	2,22	0,90		
	Lise 3. sınıf	2,29	0,88		
	Lise 4. sınıf	2,39	1,09		

Aile aidiyeti boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,56$; $ss = 0,84$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,42$; $ss = 0,89$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,36$; $ss = 0,72$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,36$; $ss = 0,93$) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = ,990$; $p = ,398$). Kendilik aidiyeti boyutunda da sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,99$; $ss = 1,00$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,83$; $ss = 1,01$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,87$; $ss = 0,87$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,89$; $ss = 1,07$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = ,345$; $p = ,793$).

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,54$; $ss = 1,05$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,29$; $ss = 0,86$), lise

3. sınıf ($\bar{x} = 3,32$; $ss = 0,84$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,22$; $ss = 1,01$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,616$; $p = ,186$). İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,64$; $ss = 1,02$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,42$; $ss = 0,86$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,41$; $ss = 0,87$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,22$; $ss = 1,03$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = 2,540$; $p = ,057$). Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,81$; $ss = 0,96$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,58$; $ss = 0,73$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,55$; $ss = 0,86$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,67$; $ss = 0,88$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,345$; $p = ,260$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,71$; $ss = 0,89$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,46$; $ss = 0,78$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,44$; $ss = 0,71$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,49$; $ss = 0,86$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = 1,785$; $p = ,150$). Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 3,44$; $ss = 0,96$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 3,52$; $ss = 0,70$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 3,39$; $ss = 0,83$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 3,44$; $ss = 1,07$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = ,251$; $p = ,860$).

Sosyal medya bağımlılığı açısından sınıf düzeylerinin ortalamaları lise 1. sınıf ($\bar{x} = 2,44$; $ss = 0,84$), lise 2. sınıf ($\bar{x} = 2,22$; $ss = 0,90$), lise 3. sınıf ($\bar{x} = 2,29$; $ss = 0,88$) ve lise 4. sınıf ($\bar{x} = 2,39$; $ss = 1,09$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = ,822$; $p = ,482$).

Sonuç olarak, araştırmaya katılan öğrencilerin aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Aile Gelir Düzeyine Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin aile gelir durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11: Aile Gelir Düzeyine Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Gelir	Ort.	ss	F	p	Scheffe
Aidiyet	A: Düşük	3,12	0,99	3,053	,049*	C > A
	B: Orta	3,44	0,80			
	C: Yüksek	3,57	0,88			
Kendilik aidiyeti	A: Düşük	3,44	1,11	4,549	,011*	C, B > A
	B: Orta	3,94	0,96			
	C: Yüksek	4,03	0,93			
İçsel yatırımda bulunma	A: Düşük	2,94	0,84	3,688	,026*	C, B > A
	B: Orta	3,38	0,90			
	C: Yüksek	3,45	1,13			
Kimlik Gelişimi	A: Düşük	3,03	0,97	3,828	,023*	C > A
	B: Orta	3,45	0,92			
	C: Yüksek	3,59	1,03			
Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	A: Düşük	3,22	0,87	5,053	,007**	C, B > A
	B: Orta	3,69	0,82			
	C: Yüksek	3,78	0,99			
	A: Düşük	3,25	0,91	3,242	,040*	C > A
	B: Orta	3,53	0,76			

Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	C: Yüksek	3,69	0,91			
Seçeneklerin saplantılı araştırılması	A: Düşük	3,44	0,83			
	B: Orta	3,45	0,93	,066	,936	-
	C: Yüksek	3,40	0,88			
Sosyal Medya Bağımlılığı	A: Düşük	2,39	0,99			
	B: Orta	2,27	0,91	1,987	,139	-
	C: Yüksek	2,54	0,95			

* p < ,05; ** p < ,01

Aile aidiyeti boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,12$; ss = 0,99), orta gelir ($\bar{x} = 3,44$; ss = 0,80) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,57$; ss = 0,88) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F = 3,053; p = ,049). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, yüksek gelir grubunun aile aidiyeti düzeyi düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Kendilik aidiyeti boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,44$; ss = 1,11), orta gelir ($\bar{x} = 3,94$; ss = 0,96) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 4,03$; ss = 0,93) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 4,549; p = ,011). Post-hoc analiz sonuçları, hem yüksek hem de orta gelir gruplarının kendilik aidiyeti düzeylerinin düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 2,94$; ss = 0,84), orta gelir ($\bar{x} = 3,38$; ss = 0,90) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,45$; ss = 1,13) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F = 3,688; p = ,026). Post-hoc analiz sonuçları, hem yüksek hem de orta gelir gruplarının içsel yatırımda bulunma düzeylerinin düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

İçsel yatırım ile özdeşleşme boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,03$; ss = 0,97), orta gelir ($\bar{x} = 3,45$; ss = 0,92) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,59$; ss = 1,03) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 3,828; p = ,023). Scheffe testi sonuçlarına göre, yüksek gelir grubunun içsel yatırım ile özdeşleşme düzeyi düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,22$; ss = 0,87), orta gelir ($\bar{x} = 3,69$; ss = 0,82) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,78$; ss = 0,99) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F = 5,053; p = ,007). Post-hoc analiz sonuçları, hem yüksek hem de orta gelir gruplarının seçeneklerin genişlemesine araştırılması düzeylerinin düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,25$; ss = 0,91), orta gelir ($\bar{x} = 3,53$; ss = 0,76) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,69$; ss = 0,91) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 3,242; p = ,040). Scheffe testi sonuçlarına göre, yüksek gelir grubunun seçeneklerin derinlemesine araştırılması düzeyi düşük gelir grubundan anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 3,44$; ss = 0,83), orta gelir ($\bar{x} = 3,45$; ss = 0,93) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 3,40$; ss = 0,88) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (F = ,066; p = ,936).

Sosyal medya bağımlılığı açısından gelir gruplarının ortalamaları düşük gelir ($\bar{x} = 2,39$; ss = 0,99), orta gelir ($\bar{x} = 2,27$; ss = 0,91) ve yüksek gelir ($\bar{x} = 2,54$; ss = 0,95) arasında anlamlı

farklılık bulunmamıştır ($F = 1,987$; $p = ,139$).

Sonuç olarak, aile gelir düzeyi yüksek olan öğrencilerin aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin çoğu boyutunda daha yüksek puanlar aldığı, ancak sosyal medya bağımlılığı açısından gelir grupları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Anne/Baba İlişki Durumuna Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin anne/baba ilişki durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12: Anne/Baba İlişki Durumuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Anne/Baba İlişki	Ort.	ss	F	p	Scheffe	
Aidiyet	Aile aidiyeti	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,52	0,80	10,196	,000**	A > B, C
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,05	0,77			
		C: Boşanmış	2,91	0,99			
	Kendilik aidiyeti	A: Evli, birlikte yaşıyor	4,04	0,90	15,315	,000**	A > B, C
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,43	1,00			
		C: Boşanmış	3,14	1,22			
Kimlik Gelişimi	İçsel yatırımda bulunma	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,43	0,90	5,660	,004**	A > C
		B: Evli, ayrı yaşıyor	2,97	1,06			
		C: Boşanmış	2,95	1,09			
	İçsel yatırımla özdeşleşme	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,49	0,90	3,899	,021*	A > C
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,23	1,04			
		C: Boşanmış	3,02	1,25			
	Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,68	0,82	1,311	,271	-
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,63	1,16			
		C: Boşanmış	3,41	1,04			
	Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,58	0,75	3,608	,028*	A > B
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,15	1,07			
		C: Boşanmış	3,37	1,06			
	Seçeneklerin saplantılı araştırılması	A: Evli, birlikte yaşıyor	3,43	0,88	1,407	,247	-
		B: Evli, ayrı yaşıyor	3,30	1,03			
		C: Boşanmış	3,69	1,01			
	Sosyal Medya Bağımlılığı	A: Evli, birlikte yaşıyor	2,25	0,93	6,393	,002**	A > C
		B: Evli, ayrı yaşıyor	2,63	0,87			
		C: Boşanmış	2,82	0,83			

* $p < ,05$; ** $p < ,01$

Aile aidiyeti boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,52$; $ss = 0,80$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,05$; $ss = 0,77$) ve boşanmış ($\bar{x} = 2,91$; $ss = 0,99$) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 10,196$; $p = ,000$). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi hem evli ama ayrı yaşayan hem de boşanmış anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Kendilik aidiyeti boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 4,04$; $ss = 0,90$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,43$; $ss = 1,00$) ve boşanmış ($\bar{x} = 3,14$; $ss = 1,22$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 15,315$; $p = ,000$). Post-hoc analiz sonuçları, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin kendilik aidiyeti düzeylerinin hem evli ama ayrı yaşayan hem de boşanmış anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,43$; $ss = 0,90$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 2,97$; $ss = 1,06$) ve boşanmış ($\bar{x} = 2,95$; $ss = 1,09$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 5,660$; $p = ,004$). Scheffe testi sonuçlarına göre, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin içsel yatırımda bulunma düzeyi boşanmış anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,49$; $ss = 0,90$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,23$; $ss = 1,04$) ve boşanmış ($\bar{x} = 3,02$; $ss = 1,25$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 3,899$; $p = ,021$). Post-hoc analiz sonuçları, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin içsel yatırımla özdeşleşme düzeyinin boşanmış anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,68$; $ss = 0,82$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,63$; $ss = 1,16$) ve boşanmış ($\bar{x} = 3,41$; $ss = 1,04$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,311$; $p = ,271$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,58$; $ss = 0,75$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,15$; $ss = 1,07$) ve boşanmış ($\bar{x} = 3,37$; $ss = 1,06$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 3,608$; $p = ,028$). Scheffe testi sonuçlarına göre, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin seçeneklerin derinlemesine araştırılması düzeyi evli ama ayrı yaşayan anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 3,43$; $ss = 0,88$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 3,30$; $ss = 1,03$) ve boşanmış ($\bar{x} = 3,69$; $ss = 1,01$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,407$; $p = ,247$). Sosyal medya bağımlılığı açısından anne/baba ilişki durumu gruplarının ortalamaları evli, birlikte yaşıyor ($\bar{x} = 2,25$; $ss = 0,93$), evli, ayrı yaşıyor ($\bar{x} = 2,63$; $ss = 0,87$) ve boşanmış ($\bar{x} = 2,82$; $ss = 0,83$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 6,393$; $p = ,002$). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi boşanmış anne/babaya sahip öğrencilerden anlamlı olarak düşük bulunmuştur.

Sonuç olarak, anne/babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin çoğu boyutunda daha yüksek puanlar aldığı, sosyal medya bağımlılığı açısından ise daha düşük puanlar aldığı belirlenmiştir.

Aile Türüne Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yetiştikleri aile türüne göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13: Aile Türüne Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Aile Türü	Ort.	ss	F	p	Scheffe
Aidiyet	A: Çekirdek aile	3,54	0,79	17,365	,000**	A > C
	B: Geniş aile	3,14	0,72			
	C: Tek ebeveynli	2,64	1,00			
	Kendilik	A: Çekirdek aile	4,05	22,205	,000**	A > B > C
	aidiyeti	B: Geniş aile	3,55			

	C: Tek ebeveynli	2,86	1,24			
Kimlik Gelişimi	İçsel yatırımda bulunma	A: Çekirdek aile	3,44	0,91		
		B: Geniş aile	3,09	0,91	8,500	,000**
		C: Tek ebeveynli	2,72	1,04		A > C
	İçsel yatırımla özdeşleşme	A: Çekirdek aile	3,52	0,90		
		B: Geniş aile	3,25	0,94	9,917	,000**
		C: Tek ebeveynli	2,70	1,19		A > C
	Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	A: Çekirdek aile	3,72	0,82		
		B: Geniş aile	3,59	0,88	6,399	,002**
		C: Tek ebeveynli	3,10	1,12		A > C
	Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	A: Çekirdek aile	3,60	0,76		
		B: Geniş aile	3,32	0,76	7,727	,001**
		C: Tek ebeveynli	3,01	1,12		A > C
	Seçeneklerin saplantılı araştırılması	A: Çekirdek aile	3,45	0,89		
		B: Geniş aile	3,49	0,97	,369	,692
		C: Tek ebeveynli	3,30	1,00		-
Sosyal Medya Bağlılığı		A: Çekirdek aile	2,25	0,91		
		B: Geniş aile	2,49	0,94	7,933	,000**
		C: Tek ebeveynli	2,97	0,90		C > A

** p < ,01

Aile aidiyeti boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,54$; $ss = 0,79$), geniş aile ($\bar{x} = 3,14$; $ss = 0,72$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 2,64$; $ss = 1,00$) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 17,365$; $p = ,000$). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Kendilik aidiyeti boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 4,05$; $ss = 0,88$), geniş aile ($\bar{x} = 3,55$; $ss = 0,91$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 2,86$; $ss = 1,24$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 22,205$; $p = ,000$). Post-hoc analiz sonuçları, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin kendilik aidiyeti düzeylerinin geniş ailede yetişenlerden, geniş ailede yetişenlerin ise tek ebeveynli ailede yetişenlerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,44$; $ss = 0,91$), geniş aile ($\bar{x} = 3,09$; $ss = 0,91$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 2,72$; $ss = 1,04$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 8,500$; $p = ,000$). Scheffe testi sonuçlarına göre, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin içsel yatırımda bulunma düzeyi tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,52$; $ss = 0,90$), geniş aile ($\bar{x} = 3,25$; $ss = 0,94$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 2,70$; $ss = 1,19$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 9,917$; $p = ,000$). Post-hoc analiz sonuçları, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin içsel yatırımla özdeşleşme düzeyinin tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,72$; $ss = 0,82$), geniş aile ($\bar{x} = 3,59$; $ss = 0,88$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 3,10$; $ss = 1,12$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 6,399$; $p = ,002$). Scheffe testi sonuçlarına göre, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin seçeneklerin genişlemesine araştırılması düzeyi tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,60$; $ss = 0,76$), geniş aile ($\bar{x} = 3,32$; $ss = 0,76$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 3,01$; $ss = 1,12$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 7,727$; $p = ,001$). Post-hoc analiz sonuçları, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin seçeneklerin derinlemesine araştırılması düzeyinin tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 3,45$; $ss = 0,89$), geniş aile ($\bar{x} = 3,49$; $ss = 0,97$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 3,30$; $ss = 1,00$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = ,369$; $p = ,692$).

Sosyal medya bağımlılığı açısından aile türü gruplarının ortalamaları çekirdek aile ($\bar{x} = 2,25$; $ss = 0,91$), geniş aile ($\bar{x} = 2,49$; $ss = 0,94$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{x} = 2,97$; $ss = 0,90$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 7,933$; $p = ,000$). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, tek ebeveynli ailede yetişen öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi çekirdek ailede yetişen öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Sonuç olarak, çekirdek ailede yetişen öğrencilerin aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin çoğu boyutunda daha yüksek puanlar aldığı, sosyal medya bağımlılığı açısından ise daha düşük puanlar aldığı belirlenmiştir.

Anne Tutumuna Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin anne tutumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 14'te yer almaktadır.

Aile aidiyeti boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,43$; $ss = 0,87$), demokratik ($\bar{x} = 3,70$; $ss = 0,69$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,32$; $ss = 0,87$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,23$; $ss = 0,80$) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 18,379$; $p = ,000$). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, demokratik anne tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi otoriter ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuş, ayrıca otoriter ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Kendilik aidiyeti boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,83$; $ss = 1,07$), demokratik ($\bar{x} = 4,22$; $ss = 0,71$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,54$; $ss = 0,85$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,76$; $ss = 1,01$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 18,643$; $p = ,000$). Post-hoc analiz sonuçları, demokratik anne tutumuna sahip öğrencilerin kendilik aidiyeti düzeylerinin otoriter ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu, ayrıca otoriter ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerin kendilik aidiyeti düzeylerinin ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Tablo 14: Anne Tutumuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Anne Tutumu	Ort.	ss	F	p	Scheffe
Aidiyet	A: Otoriter	3,43	0,87	18,379	,000**	B > A, D > C
	B: Demokratik	3,70	0,69			
	C: İlgisiz	2,32	0,87			
	D: Aşırı koruyucu	3,23	0,80			
Kendilik aidiyeti	A: Otoriter	3,83	1,07	18,643	,000**	B > A, D > C
	B: Demokratik	4,22	0,71			

	C: İlgisiz	2,54	0,85			
	D: Aşırı koruyucu	3,76	1,01			
Kimlik Gelişimi	A: Otoriter	3,25	1,01			
	B: Demokratik	3,50	0,89	3,768	,011*	B > C
	C: İlgisiz	2,74	1,07			
	D: Aşırı koruyucu	3,34	0,89			
	A: Otoriter	3,32	0,98			
	B: Demokratik	3,57	0,87	5,834	,001**	A, B, D > C
	C: İlgisiz	2,60	1,04			
	D: Aşırı koruyucu	3,48	0,96			
	A: Otoriter	3,56	0,93			
	B: Demokratik	3,74	0,84	3,607	,014*	B, D > C
	C: İlgisiz	3,07	0,96			
	D: Aşırı koruyucu	3,74	0,79			
	A: Otoriter	3,41	0,85			
	B: Demokratik	3,67	0,69	9,645	,000**	A, B, D > C
	C: İlgisiz	2,64	0,86			
	D: Aşırı koruyucu	3,61	0,84			
İçsel yatırımda bulunma	A: Otoriter	3,43	0,87			
	B: Demokratik	3,35	0,94	1,106	,347	-
	C: İlgisiz	3,46	1,00			
	D: Aşırı koruyucu	3,59	0,86			
İçsel yatırımla özdeşleşme	A: Otoriter	2,26	0,92			
	B: Demokratik	2,33	0,87	1,981	,117	-
	C: İlgisiz	2,85	1,14			
	D: Aşırı koruyucu	2,31	0,96			
Seçeneklerin genişlemesine araştırılması	A: Otoriter	2,26	0,92			
	B: Demokratik	2,33	0,87	1,981	,117	-
	C: İlgisiz	2,85	1,14			
	D: Aşırı koruyucu	2,31	0,96			
Seçeneklerin derinlemesine araştırılması	A: Otoriter	3,43	0,87			
	B: Demokratik	3,35	0,94	1,106	,347	-
	C: İlgisiz	3,46	1,00			
	D: Aşırı koruyucu	3,59	0,86			
Seçeneklerin saplantılı araştırılması	A: Otoriter	2,26	0,92			
	B: Demokratik	2,33	0,87	1,981	,117	-
	C: İlgisiz	2,85	1,14			
	D: Aşırı koruyucu	2,31	0,96			
Sosyal Medya Bağlılığı	A: Otoriter	2,26	0,92			
	B: Demokratik	2,33	0,87	1,981	,117	-
	C: İlgisiz	2,85	1,14			
	D: Aşırı koruyucu	2,31	0,96			

* p < ,05; ** p < ,01

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,25$; $ss = 1,01$), demokratik ($\bar{x} = 3,50$; $ss = 0,89$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,74$; $ss = 1,07$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,34$; $ss = 0,89$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 3,768$; $p = ,011$). Scheffe testi sonuçlarına göre, demokratik anne tutumuna sahip öğrencilerin içsel yatırımda bulunma düzeyi ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,32$; $ss = 0,98$), demokratik ($\bar{x} = 3,57$; $ss = 0,87$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,60$; $ss = 1,04$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,48$; $ss = 0,96$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($F = 5,834$; $p = ,001$). Post-hoc analiz sonuçları, otoriter, demokratik ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerin içsel yatırımla özdeşleşme düzeylerinin ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,56$; $ss = 0,93$), demokratik ($\bar{x} = 3,74$; $ss = 0,84$), ilgisiz ($\bar{x} = 3,07$; $ss = 0,96$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,74$; $ss = 0,79$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 3,607$; $p = ,014$). Scheffe testi sonuçlarına göre, demokratik ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerin seçeneklerin genişlemesine araştırılması düzeyi ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,41$; $ss = 0,85$), demokratik ($\bar{x} = 3,67$; $ss = 0,69$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,64$; $ss = 0,86$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,61$; $ss = 0,84$) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

($F = 9,645$; $p = ,000$). Post-hoc analiz sonuçları, otoriter, demokratik ve aşırı koruyucu anne tutumuna sahip öğrencilerin seçeneklerin derinlemesine araştırılması düzeylerinin ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir. Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,43$; $ss = 0,87$), demokratik ($\bar{x} = 3,35$; $ss = 0,94$), ilgisiz ($\bar{x} = 3,46$; $ss = 1,00$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,59$; $ss = 0,86$) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,106$; $p = ,347$).

Sosyal medya bağımlılığı açısından anne tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 2,26$; $ss = 0,92$), demokratik ($\bar{x} = 2,33$; $ss = 0,87$), ilgisiz ($\bar{x} = 2,85$; $ss = 1,14$) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 2,31$; $ss = 0,96$) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F = 1,981$; $p = ,117$). Sonuç olarak, demokratik anne tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin çoğu boyutunda daha yüksek puanlar aldığı, ilgisiz anne tutumuna sahip öğrencilerin ise bu boyutlarda daha düşük puanlar aldığı belirlenmiştir.

Baba Tutumuna Yönelik Bulgular

Katılımcıların aile aidiyeti, kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin baba tutumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 15'te yer almaktadır.

Tablo 15: Baba Tutumuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Baba Tutumu	Ort.	ss	F	p	Scheffe
Aidiyet	A: Otoriter	3,37	0,82	19,692	,000**	B > A, D > C
	B: Demokratik	3,75	0,70			
	C: İlgisiz	2,63	0,90			
	D: Aşırı koruyucu	3,41	0,77			
	A: Otoriter	3,90	0,96	19,368	,000**	A, B, D > C
	B: Demokratik	4,22	0,73			
	C: İlgisiz	2,91	1,15			
	D: Aşırı koruyucu	3,93	0,94			
İçsel Gelişimi	A: Otoriter	3,24	0,94	4,672	,003**	B > C
	B: Demokratik	3,54	0,88			
	C: İlgisiz	2,92	1,04			
	D: Aşırı koruyucu	3,42	0,95			
	A: Otoriter	3,28	0,95	5,193	,002**	B > C
	B: Demokratik	3,64	0,84			
	C: İlgisiz	3,01	1,15			
	D: Aşırı koruyucu	3,52	0,95			
Kimlik Gelişimi	A: Otoriter	3,65	0,87	2,040	,108	-
	B: Demokratik	3,78	0,77			
	C: İlgisiz	3,38	1,05			
	D: Aşırı koruyucu	3,61	0,90			
	A: Otoriter	3,49	0,79	2,209	,087	-
	B: Demokratik	3,65	0,73			
	C: İlgisiz	3,27	1,02			
	D: Aşırı koruyucu	3,51	0,85			
	A: Otoriter	3,40	0,85	,354	,786	-
	B: Demokratik	3,46	0,92			

Seçeneklerin saplantılı araştırılması	C: İlgisiz	3,56	1,04			
	D: Aşırı koruyucu	3,39	0,89			
Sosyal Medya Bağımlılığı	A: Otoriter	2,35	0,86			
	B: Demokratik	2,26	0,89	4,796	,003	C > B, D
	C: İlgisiz	2,84	0,96			
	D: Aşırı koruyucu	2,15	1,00			

* p < ,05; ** p < ,01

Aile aidiyeti boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,37$; ss = 0,82), demokratik ($\bar{x} = 3,75$; ss = 0,70), ilgisiz ($\bar{x} = 2,63$; ss = 0,90) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,41$; ss = 0,77) olarak bulunmuş ve gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F = 19,692; p = ,000). Scheffe post-hoc testi sonuçlarına göre, demokratik baba tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi otoriter ve aşırı koruyucu baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuş, ayrıca otoriter ve aşırı koruyucu baba tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti düzeyi ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

Kendilik aidiyeti boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,90$; ss = 0,96), demokratik ($\bar{x} = 4,22$; ss = 0,73), ilgisiz ($\bar{x} = 2,91$; ss = 1,15) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,93$; ss = 0,94) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 19,368; p = ,000). Post-hoc analiz sonuçları, otoriter, demokratik ve aşırı koruyucu baba tutumuna sahip öğrencilerin kendilik aidiyeti düzeylerinin ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Kimlik gelişimi boyutları incelendiğinde, içsel yatırımda bulunma boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,24$; ss = 0,94), demokratik ($\bar{x} = 3,54$; ss = 0,88), ilgisiz ($\bar{x} = 2,92$; ss = 1,04) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,42$; ss = 0,95) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F = 4,672; p = ,003). Scheffe testi sonuçlarına göre, demokratik baba tutumuna sahip öğrencilerin içsel yatırımda bulunma düzeyi ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur.

İçsel yatırımla özdeşleşme boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,28$; ss = 0,95), demokratik ($\bar{x} = 3,64$; ss = 0,84), ilgisiz ($\bar{x} = 3,01$; ss = 1,15) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,52$; ss = 0,95) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 5,193; p = ,002). Post-hoc analiz sonuçları, demokratik baba tutumuna sahip öğrencilerin içsel yatırımla özdeşleşme düzeylerinin ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Seçeneklerin genişlemesine araştırılması boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,65$; ss = 0,87), demokratik ($\bar{x} = 3,78$; ss = 0,77), ilgisiz ($\bar{x} = 3,38$; ss = 1,05) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,61$; ss = 0,90) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (F = 2,040; p = ,108). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,49$; ss = 0,79), demokratik ($\bar{x} = 3,65$; ss = 0,73), ilgisiz ($\bar{x} = 3,27$; ss = 1,02) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,51$; ss = 0,85) arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (F = 2,209; p = ,087).

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunda baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 3,40$; ss = 0,85), demokratik ($\bar{x} = 3,46$; ss = 0,92), ilgisiz ($\bar{x} = 3,56$; ss = 1,04) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 3,39$; ss = 0,89) arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir (F = 0,354; p = ,786). Sosyal medya bağımlılığı açısından baba tutumu gruplarının ortalamaları otoriter ($\bar{x} = 2,35$; ss = 0,86), demokratik ($\bar{x} = 2,26$; ss = 0,89), ilgisiz ($\bar{x} = 2,84$; ss = 0,96) ve aşırı koruyucu ($\bar{x} = 2,15$; ss = 1,00) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (F = 4,796; p = ,003). Scheffe post-hoc testi

sonuçlarına göre, ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi demokratik ve aşırı koruyucu baba tutumuna sahip öğrencilerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. Demokratik baba tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti ve kimlik gelişiminin bazı boyutlarında daha yüksek puanlar aldığı, ilgisiz baba tutumuna sahip öğrencilerin ise sosyal medya bağımlılığında daha yüksek puanlar aldığı belirlenmiştir.

Tartışma ve Öneriler

Tartışma

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre aile aidiyeti ve kendilik aidiyeti ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde güçlü düzeyde anlamlı ilişkiler bulunmuştur ($p<.01$). Benzer şekilde kimlik gelişiminin içsel yatırımda bulunma, içsel yatırım ile özdeşleşme, seçeneklerin genişlemesine araştırılması ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı ilişkiler saptanmıştır ($p<.01$). Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutu ise sosyal medya bağımlılığı ile pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki göstermiştir ($p<.05$). Araştırmanın bulguları literatürdeki bazı çalışmalarla tutarlıdır. Qi ve arkadaşlarının (2024, s.341) araştırmaları da aile aidiyetinin yüksek olduğu gençlerde sosyal medya bağımlılığının daha düşük olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Arslan (2019, s.63-64) ve Bilgin ve arkadaşlarının (2020, s.265) çalışmaları da aile aidiyetinin ve kendilik algısının yüksek olduğu ergenlerin dijital bağımlılıklara karşı daha dirençli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu paralellikler, aile aidiyetinin ergenlerin duygusal ihtiyaçlarını karşılama ve güvenli kimlik geliştirme süreçlerine olumlu etki ettiğini ve bu nedenle sosyal medya bağımlılığını azaltıcı bir rol üstlendiğini desteklemektedir.

Bulgularımızla örtüşmeyen farklı bazı araştırmalar ise sosyal medya bağımlılığının kimlik gelişimini destekleyici roller oynayabileceğine vurgu yapmaktadır. Örneğin, Monacis ve arkadaşları (2017, s.853), sosyal medyada aktif kimlik araştırmalarının ergenler için kimlik oluşturma sürecinde yararlı olduğunu ileri sürerken, bizim araştırmamızda içsel yatırım ile özdeşleşme ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde ilişki bulunmuştur. Bu farklılığın olası sebebi, kültürel ve toplumsal bağlamdaki farklılıklar ile dijital ortam kullanım alışkanlıklarının çeşitliliği olabilir. Monacis ve arkadaşlarının çalışması İtalya’da gerçekleştirilmiş olup, dijital kimlik sunumlarının kimlik oluşumundaki rolüne pozitif bakarken, bizim çalışmamız Türkiye’de gerçekleştirilmiş olup dijital kullanımın daha çok gerçek kimlik gelişimini desteklemeyen bir bağımlılık olarak ele alınmasına odaklanmıştır.

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunun sosyal medya bağımlılığı ile pozitif ilişki göstermesi ise alanyazında vurgulanan dijital ortamların sağlıklı olmayan kimlik araştırmalarına alan açtığı görüşleriyle tutarlıdır. Crisanto ve arkadaşları (2022, s.215), dijital ortamda sahte kimlik sunumlarının ve saplantılı biçimde kimlik denemelerinin bağımlılığa yol açabildiğini ifade etmektedir. Bulgularımızdaki bu benzerlik, dijital kimlik denemelerinin ve saplantılı araştırmaların gerçek hayattaki sosyal ilişkileri azaltarak sosyal medya bağımlılığına neden olabileceği hipotezini güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, aile aidiyetinin ve sağlıklı kimlik gelişim süreçlerinin sosyal medya

bağımlılığına karşı koruyucu rol üstlendiği, ancak dijital ortamlarda sağlıklı kimlik arayışlarının sosyal medya bağımlılığını artırabileceği görülmektedir. Bu nedenle aile içi destek mekanizmalarının güçlendirilmesi ve ergenlerin kimlik gelişim süreçlerine destek sağlanması sosyal medya bağımlılığı ile mücadelede etkili stratejiler olarak değerlendirilmelidir.

Regresyon analizi sonuçları, sosyal medya bağımlılığının aile aidiyeti tarafından negatif yönde anlamlı olarak yordandığını göstermiştir ($p = .029$). Ayrıca, seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunun sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı bulunmuştur ($p = .016$). Diğer kimlik gelişimi boyutları ve kendilik aidiyetinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir yordayıcı etkisi saptanmamıştır ($p > .05$).

Bu bulgular, alanyazındaki mevcut çalışmalarla paralellik göstermektedir. Örneğin, Qi vd. (2024, s.341) ve Arslan'ın (2019, s.63-64) çalışmaları, aile aidiyetinin sosyal medya bağımlılığını azaltıcı etkisine işaret ederken, bu araştırmanın bulguları da aile aidiyetinin bağımlılığı olumsuz yönde etkileyen önemli bir faktör olduğunu desteklemektedir. Aile aidiyetinin yüksek olması, ergenlerin sosyal ihtiyaçlarının aile içinde karşılanmasını sağlayarak sosyal medya kullanımını azaltabilir.

Seçeneklerin saplantılı araştırılması boyutunun sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde yordaması ise Crisanto vd. (2022, s.215) tarafından ortaya konan dijital ortamlarda saplantılı kimlik arayışlarının sosyal medya bağımlılığını artırabileceği görüşü ile tutarlıdır. Saplantılı kimlik arayışları, dijital platformlardaki etkileşimleri artırarak, ergenlerin bu ortamlarda geçirdikleri sürenin artmasına neden olmaktadır.

Ancak, diğer kimlik gelişimi boyutlarının anlamlı yordayıcı olmaması literatürde farklı bulgularla karşılaştırıldığında dikkat çekicidir. Örneğin, Monacis vd. (2017, s.853) gibi araştırmalar kimlik araştırmalarının genel anlamda sosyal medya bağımlılığını etkileyebileceğini belirtirken, mevcut çalışmada bu boyutların etkili bulunmaması, kullanılan örneklem ve ölçüm araçlarındaki farklılıklar ile kültürel faktörlerden kaynaklanıyor olabilir.

Sonuç olarak, aile aidiyetinin güçlendirilmesi ve saplantılı kimlik arayışlarının azaltılması, sosyal medya bağımlılığını önleyici ve müdahale edici programlarda öncelikli odak noktaları olmalıdır.

Araştırmada, kendilik aidiyeti puanları açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve kız öğrencilerin kendilik aidiyeti puanlarının erkeklere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p = .021$). Bu bulgu, Korkut ve Gençtürk'ün (2020) çalışmasıyla uyumludur; onların araştırmasında da kadınların kendilik aidiyeti puan ortalamasının erkeklere göre anlamlı biçimde yüksek olduğu rapor edilmiştir. Bu durum, kız öğrencilerin aileyle ilişkilerinde duygusal yakınlık ve özdeşleşme eğilimlerinin daha belirgin olmasına, dolayısıyla kendilik gelişimi süreçlerinde aileden daha fazla destek ve rehberlik almalarına bağlanabilir. Eşitlikçi ve demokratik ebeveyn tutumlarının, özellikle kız çocuklarda aidiyet ve kendilik gelişimini güçlendirdiği de yine Korkut ve Gençtürk'ün (2020) bulgularıyla desteklenmektedir.

Aile aidiyeti puanlarında ise cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p = .111$). Bu bulgu, Akyüz'ün (2021) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmayla örtüşmektedir. Akyüz, cinsiyet ile aile aidiyeti arasında anlamlı bir ilişki bulmamıştır. Benzer şekilde Korkut ve Gençtürk (2020) çalışmasında aile aidiyeti puan ortalamasının kadınlarda daha yüksek olduğunu bulsa da, bazı alt gruplarda bu fark anlamlı düzeye ulaşmamıştır. Bu sonuçlar, aile aidiyeti duygusunun toplumsal cinsiyet rollerinden ziyade aile içi dinamikler ve ebeveyn tutumları ile daha yakından ilişkili olabileceğine işaret etmektedir.

Kimlik gelişimi alt boyutlarında (içsel yatırımda bulunma, içsel yatırımla özdeşleşme, seçeneklerin genişlemesine araştırılması, seçeneklerin derinlemesine araştırılması, seçeneklerin saplantılı araştırılması) cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır (tüm $p > .05$). Özdemir'in (2019) bulguları da benzer şekilde, yaş ve sınıf gibi demografik değişkenlerin kimlik gelişimiyle anlamlı bir ilişkisi olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda, kimlik gelişimi sürecinin cinsiyetten ziyade bireysel, ailesel ve çevresel faktörlerden etkilendiği söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığı açısından ise, erkek öğrencilerin bağımlılık puanlarının kızlara göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir ($p = .048$). Bu bulgu, literatürde karma sonuçlarla karşılaşmakla birlikte, bazı araştırmalarla uyumludur. Örneğin Özdemir (2019) ve Yılmaz ve arkadaşları (2024) da sosyal medya bağımlılığı puanlarında cinsiyetler arasında anlamlı farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Ancak burada önemli olan, bazı çalışmalarda kızlarda (Güney & Taştepe, 2020) bazı çalışmalarda ise erkeklerde (sizin bulgunuzda olduğu gibi) bağımlılık düzeylerinin daha yüksek çıkmasıdır. Bu farklılık, sosyal medya kullanımı amaçları, platform tercihleri ve toplumsal normlara bağlı olarak değişebilmektedir. Ayrıca günlük kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi, cinsiyetten daha güçlü bir belirleyici olabilir (Deniz & Gürültü, 2018; Yıldız & Koçak, 2020).

Sonuç olarak, elde edilen bulgular cinsiyetin bazı psikososyal değişkenlerde (özellikle kendilik aidiyeti ve sosyal medya bağımlılığı) anlamlı bir rol oynayabildiğini, ancak aile aidiyeti ve kimlik gelişimi gibi yapısal değişkenlerde daha az belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu noktada, cinsiyetin bağımlılık ve özdeşim süreçlerindeki rolünün, toplumsal ve kültürel bağlamda farklılaşabileceği ve ebeveyn tutumları, aile içi iletişim kalitesi gibi aracı faktörlerle birlikte değerlendirilmesinin önemli olduğu söylenebilir.

Çalışmada, farklı yaş grupları arasında aile aidiyeti puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F = 1,628$; $p = .167$). Bu sonuç, Korkut ve Gençtürk'ün (2020) araştırmasıyla uyumludur; onların çalışmasında da aile aidiyeti ile yaş arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bu durum, aileye aidiyet duygusunun ergenlik döneminde nispeten stabil bir yapıda seyredebileceğini ve bireylerin yaşlarından ziyade aile içi iletişim kalitesi, ebeveyn tutumları gibi faktörlerle daha yakından ilişkili olabileceğini göstermektedir.

Kendilik aidiyeti puanlarının yaş gruplarına göre farklılık göstermediği görülmüştür ($F = 0,843$; $p = .499$). Bu bulgu da yine Korkut ve Gençtürk'ün (2020) çalışmasında rapor edilen sonuçlarla tutarlıdır. Benzer şekilde Özdemir (2019), ergenlerde kendilik aidiyetinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini belirtmiştir. Bu bulgular, kendilik aidiyetinin bireyin gelişimsel döneminden çok, ailesel ve çevresel dinamiklerle şekillendiğini düşündürmektedir.

Kimlik gelişimi alt boyutlarının (ör. içsel yatırımda bulunma, içsel yatırımla özdeşleşme, seçeneklerin araştırılması) yaşa göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür (tüm $p > .05$). Bu bulgu, kimlik gelişiminin yaşa bağlı lineer bir süreç olmadığını, daha çok yaşam deneyimleri, sosyal çevre ve aile ile olan etkileşimler gibi faktörlerden etkilendiğini gösteren kuramsal ve ampirik araştırmalarla paraleldir (Özdemir, 2019; Marcia, 2010). Her ne kadar bazı yaş gruplarında puan ortalamalarında farklılıklar olsa da, bu farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı düzeye ulaşmaması, kimlik gelişimi süreçlerinde yaş faktörünün tek başına belirleyici olmadığını göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığı puanlarında da yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($F = 1,222$; $p = .302$). Özdemir (2019) ve Yıldız ve Koçak (2020) gibi çalışmalar

da benzer şekilde yaşın sosyal medya bağımlılığı üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisi olmadığını raporlamıştır. Bu durum, sosyal medya bağımlılığında yaşın tek başına belirleyici olmadığını, bağımlılık düzeylerinin daha çok kullanım amaçları, dijital alışkanlıklar, sosyal destek düzeyi ve ailevi faktörlerle şekillendiğini düşündürmektedir.

Özetle, yaş değışkeninin hem aidiyet, hem kimlik gelişimi hem de sosyal medya bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar, ergenlikte ve genç yetişkinlikte bu tür psikososyal yapıların yaş faktöründen ziyade aile ve çevre dinamikleriyle daha çok şekillendiğini gösteren mevcut literatürle örtüşmektedir. Bu nedenle, önleyici ve destekleyici müdahalelerin yaş gruplarından ziyade aile içi ilişkiler ve bireysel psikososyal ihtiyaçlara odaklanması önerilebilir.

Çalışmada, öğrencilerin lise sınıf düzeylerine göre aile aidiyeti puanlarında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($F = 0,990$; $p = .398$). Yani, aile aidiyeti puanları Lise 1’den Lise 4’e doğru anlamlı olarak değışmemektedir. Bu bulgu, Korkut ve Gençtürk’ün (2020) araştırmasında da desteklenmektedir; onlar da aile aidiyeti ile sınıf düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulmamışlardır. Diğer taraftan, Tosun ve arkadaşlarının (2024) bazı örneklemelerinde eğitim düzeyi ile aile aidiyeti ve alt boyutları arasında anlamlı farklılıklar saptanabilmiştir. Ancak genel eğilim, aile aidiyeti üzerinde eğitim düzeyinin (veya lise sınıfının) belirleyici olmadığı yönündedir. Bu sonuç, aidiyet duygusunun bireysel ve ailevi faktörlerden daha çok etkilendiğini göstermektedir.

Kendilik aidiyeti açısından da lise sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($F = 0,345$; $p = .793$). Bu bulgu, yine Korkut ve Gençtürk (2020) ve Özdemir (2019) gibi araştırmalarla paralellik göstermektedir. Araştırmalarda, kendilik aidiyeti gibi kişisel ve duygusal boyutların, eğitim kademesinden çok aile iklimi, ebeveyn tutumu ve sosyal destek gibi faktörlerden etkilendiğı vurgulanmaktadır.

Kimlik gelişimi alt boyutlarında da (ör. içsel yatırımda bulunma, içsel yatırımla özdeşleşme, seçeneklerin araştırılması) lise sınıfları arasında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır (tüm $p > .05$). Sadece içsel yatırımla özdeşleşme boyutunda istatistiksel sınırdan bir farklılık görölse de ($F = 2,540$; $p = .057$), bu fark anlamlılık düzeyine ulaşmamıştır. Bu durum, kimlik gelişimi süreçlerinin lise sınıf düzeyinden ziyade bireyin ailesiyle ve sosyal çevresiyle kurduğı ilişkilerle şekillendiğini gösteren mevcut literatürle uyumludur (Marcia, 2010; Özdemir, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarında da öğrencilerin sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($F = 0,822$; $p = .482$). Benzer şekilde Güney ve Taştepe (2020) ile Özdemir (2019) de sınıf düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını raporlamışlardır. Bunun yerine, sosyal medya bağımlılığını etkileyen temel faktörler arasında kullanım süresi, sosyal destek algısı, aile iklimi ve psikososyal ihtiyaçların daha belirleyici olduğı öne sürülmektedir.

Sonuç olarak, lise sınıf düzeyinin (eğitim düzeyinin) gerek aile aidiyeti, gerek kendilik aidiyeti, gerekse kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı ortaya konmuştur. Bu sonuçlar, literatürde eğitim kademesinden çok aile, bireysel özellikler ve sosyal bağların psikososyal gelişimde belirleyici olduğı yönündeki bulgularla örtüşmektedir. Bu nedenle, müdahalelerde eğitim düzeyinden çok ailevi ve kişisel destek mekanizmalarına odaklanmak daha etkili olacaktır.

Araştırma bulgularına göre, aile aidiyeti puanları gelir düzeyine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F = 3,053$; $p = .049$). Özellikle yüksek gelir grubundaki öğrencilerin aile aidiyeti puanları düşük gelir grubundakilere göre daha yüksektir ($C > A$). Bu sonuç, He ve

arkadaşlarının (2020) bulgularıyla örtüşmektedir; düşük sosyoekonomik düzeye sahip ailelerde sosyal destek mekanizmalarının daha zayıf olduğu ve bunun aile içi aidiyet duygusunu zedeleyebileceği belirtilmiştir. Yüksek gelir gruplarında aile içi kaynakların, iletişimin ve psikososyal desteğin daha etkin olduğu; bu durumun aidiyet duygusunu güçlendirdiği düşünülmektedir.

Kendilik aidiyeti puanları da gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermekte olup, yüksek ve orta gelir gruplarının puanları düşük gelir grubuna göre daha yüksektir ($F = 4,549$; $p = .011$, $C, B > A$). Bu bulgu, bireyin özdeşim geliştirme ve bireyleşme süreçlerinin ekonomik olanaklarla desteklendiği, maddi güvence ve ailedeki psikolojik iklimin olumlu olması durumunda kendilik aidiyetinin güçlendiği literatürle de tutarlıdır (He vd., 2020; Tosun vd., 2024). Düşük gelirli ailelerde ise bireyler, ekonomik stres ve sınırlı destek nedeniyle kendilik gelişiminde daha fazla güçlük yaşayabilmektedir.

Kimlik gelişiminin tüm alt boyutlarında (içsel yatırımda bulunma, içsel yatırımla özdeşleşme, seçeneklerin araştırılması ve derinlemesine araştırılması) gelir düzeyi açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < .05$); yüksek ve orta gelir grubundaki öğrenciler, düşük gelir grubuna kıyasla daha yüksek puanlara sahiptir. Bu bulgu, kimlik gelişiminin yalnızca bireysel ya da psikososyal değil, aynı zamanda yapısal ve ekonomik faktörlerden de etkilendiğini göstermektedir. Özellikle ailedeki maddi olanakların kimlik araştırma süreçlerinde güvenli alan ve kaynak sunduğu, psikolojik sağlamlık ve öz-yeterlilik hissini artırdığına dair bulgular, Zhang ve arkadaşlarının (2022) çalışmasında da vurgulanmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı puanları ise gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir ($F = 1,987$; $p = .139$). Literatürde, bazı araştırmalarda (He vd., 2020) düşük sosyoekonomik düzeyde sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olabileceği öne sürülse de, Yılmaz ve arkadaşları (2024) gibi bazı çalışmalarda gelir düzeyinin bağımlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı gösterilmiştir. Bu sonuç, sosyal medya bağımlılığının yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda bireysel ihtiyaçlar, dijital kültür, ailevi ilişkiler ve psikolojik faktörlerle şekillendiğini düşündürmektedir.

Özetle, aile ve kendilik aidiyeti ile kimlik gelişimi açısından yüksek ve orta gelir grupları lehine anlamlı farklar bulunmuştur. Buna karşın, sosyal medya bağımlılığı puanlarında gelir düzeyi etkili bir değişken olarak öne çıkmamıştır. Bu bulgular, psikososyal gelişim süreçlerinde ekonomik olanakların ve ailedeki kaynakların önemli olduğunu; sosyal medya bağımlılığında ise çoklu faktörlerin etkili olabileceğini göstermektedir. Müdahale programlarının da ekonomik koşulların iyileştirilmesiyle birlikte aile içi destek ve psikososyal kaynakların güçlendirilmesine odaklanması önerilebilir.

Bulgular, anne ve babası evli ve birlikte yaşayan öğrencilerin aile aidiyeti puanlarının, hem evli-ama-ayrı yaşayan hem de boşanmış ailelere kıyasla anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir ($F = 10,196$; $p < .001$, $A > B, C$). Bu sonuç, aile bütünlüğü ve ebeveynler arası olumlu ilişkinin, ergenlerde aidiyet duygusunu güçlendirdiğini vurgulayan Bloemen ve De Coninck'in (2020) çalışmasıyla uyumludur. Parçalanmış aile yapılarında ise aidiyet duygusunda belirgin bir azalma olduğu görülmektedir. Ailedeki fiziksel ve duygusal birlikteliğin, ergenlerin psikososyal gelişimi için koruyucu bir faktör olduğu anlaşılmaktadır.

Kendilik aidiyeti puanlarında da benzer biçimde, anne-babası evli ve birlikte olan öğrencilerin puanları diğer iki gruba göre anlamlı düzeyde daha yüksektir ($F = 15,315$; $p < .001$, $A > B, C$). Bu bulgu, çocukların özdeşim süreçlerinde ebeveyn birliğinin ve tutarlı aile ortamının

önemini ortaya koymaktadır. Özellikle, aile içi huzur ve birlikte yaşama durumunda çocukların kendilik aidiyeti daha güçlü gelişmekte; ailede yaşanan ayrılıklar ise özdeşim süreçlerini olumsuz etkileyebilmektedir (Korkut & Gençtürk, 2020).

Kimlik gelişimi alt boyutlarından içsel yatırımda bulunma ve içsel yatırımla özdeşleşme puanlarında, evli ve birlikte yaşayan ebeveynlere sahip öğrenciler boşanmış ailedekilere göre anlamlı derecede daha yüksek puan almıştır ($F = 5,660$; $p = .004$ ve $F = 3,899$; $p = .021$). Seçeneklerin derinlemesine araştırılması boyutunda ise, yine evli-birlikte yaşayanlar, evli-ayrı yaşayanlara göre anlamlı olarak daha yüksek puana sahiptir ($F = 3,608$; $p = .028$). Bu bulgular, aile bütünlüğünün kimlik gelişiminde ve alternatifleri değerlendirme süreçlerinde destekleyici rol oynadığını, ebeveyn ayrılığı veya boşanmanın ise psikososyal riskleri artırabileceğini göstermektedir (Bloemen vd., 2020; Tosun vd., 2024).

Sosyal medya bağımlılığı açısından, anne-babası evli ve birlikte olan öğrencilerin puanlarının boşanmış ailelerdeki öğrencilere göre anlamlı biçimde daha düşük olduğu görülmüştür ($F = 6,393$; $p = .002$, $A > C$). Bu bulgu da, aile birliği ve ebeveynler arası ilişki kalitesinin dijital bağımlılıktan koruyucu bir unsur olduğunu desteklemektedir. Literatürde (Bloemen vd., 2020) aile bütünlüğünün bozulduğu veya ebeveynler arası çatışmanın olduğu durumlarda, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı riskinin arttığı gösterilmiştir. Boşanma ve aile içi ayrı yaşam, gençlerin aidiyet ve duygusal destek ihtiyaçlarını çevrim içi ortamlardan karşılama eğilimini artırabilir.

Sonuç olarak, hem aile ve kendilik aidiyeti hem de kimlik gelişimi ve sosyal medya bağımlılığı açısından, anne-baba birlikteliğinin sürdüğü ailelerde ergenlerin psikososyal açıdan daha avantajlı olduğu ortaya konmuştur. Ebeveyn ayrılığı ve boşanma ise, aidiyet ve kimlik gelişimini olumsuz etkilerken sosyal medya bağımlılığı riskini artırmaktadır. Müdahale ve önleme programlarının, özellikle parçalanmış ailelere ve duygusal desteğin zayıf olduğu ortamlara odaklanması önerilmektedir.

Araştırmada, demokratik anne tutumuna sahip olan öğrencilerin aile aidiyeti puanlarının otoriter, ilgisiz ve aşırı koruyucu annelere sahip öğrencilere göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir ($F = 18,379$; $p < .001$, $B > A$, $D > C$). Özellikle ilgisiz anne tutumunda aidiyet puanları belirgin biçimde düşüktür. Bu bulgu, Korkut ve Gençtürk'ün (2020) bulgularını destekler niteliktedir; eşitlikçi ve demokratik tutumun aidiyet puanlarını artırdığı, ilgisiz ve tutarsız anne tutumlarının ise çocuklarda yalnızlık ve aidiyetsizlik duygusunu güçlendirdiği gösterilmiştir. Demokratik ve destekleyici ebeveynlik, ergenin kendini aile içinde değerli hissetmesine ve aidiyetinin güçlenmesine katkı sağlar.

Kendilik aidiyeti açısından da demokratik anne tutumuna sahip öğrenciler, diğer gruplara göre anlamlı biçimde daha yüksek puanlar almıştır ($F = 18,643$; $p < .001$, $B > A$, $D > C$). Yine ilgisiz anne tutumu, kendilik aidiyeti puanlarının en düşük olduğu gruptur. Anne tutumundaki ilgi, kabul ve yönlendirme, çocuğun özdeşim ve bireyleşme süreçlerinde kritik rol oynar. Demokratik ve aşırı koruyucu anneler, otoriter ve ilgisiz annelere kıyasla çocukların kendilik aidiyetini daha fazla desteklemektedir. Bu, aile içi sıcaklığın ve psikososyal desteğin, ergenin benlik gelişimini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir (Korkut & Gençtürk, 2020).

Kimlik gelişimi alt boyutlarının tamamında ilgisiz anne tutumuna sahip öğrenciler anlamlı biçimde daha düşük puanlar almıştır. Özellikle içsel yatırımda bulunma ($F = 3,768$; $p = .011$, $B > C$), içsel yatırımla özdeşleşme ($F = 5,834$; $p = .001$, A , B , $D > C$), seçeneklerin genişlemesine araştırılması ($F = 3,607$; $p = .014$, B , $D > C$) ve seçeneklerin derinlemesine araştırılması ($F =$

9,645; $p < .001$, A, B, D > C) boyutlarında demokratik, otoriter ve aşırı koruyucu tutumlar ilgisiz tutuma göre daha olumlu sonuçlar vermiştir. Demokratik tutumlar, kimlik gelişimi için sağlıklı psikososyal zemin sağlar ve ergenin alternatif kimlik denemelerine destek olur. Otoriter ve aşırı koruyucu tutumlar ise bu desteği kısıtlı sağlayabilir; fakat ilgisiz anne tutumu kimlik gelişiminde açıkça dezavantaj yaratmaktadır. Bu bulgu, anne tutumunun psikososyal gelişimdeki temel rolünü vurgulayan literatürle örtüşmektedir (Korkut & Gençtürk, 2020; Özdemir, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı puanlarında ise anne tutumu değişkenine göre anlamlı bir fark saptanmamıştır ($F = 1,981$; $p = .117$). Ancak, ilgisiz anne tutumu olan öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı puanları diğer gruplara kıyasla görece yüksektir. Bu durum, sosyal medya bağımlılığı üzerinde anne tutumunun dolaylı etkisinin olabileceğine, özellikle ilgisiz veya tutarsız tutumların çocuklarda aidiyet ve kimlik gelişimiyle birlikte dijital riskleri artırabileceğine işaret etmektedir (Bloemen vd., 2020). Fakat bu çalışmada istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamış olması, sosyal medya bağımlılığının çok faktörlü yapısı ve başka aracı değişkenlerin (ör. arkadaş ilişkileri, bireysel psikolojik etmenler) etkisiyle açıklanabilir.

Araştırmada, demokratik baba tutumuna sahip öğrencilerin aile aidiyeti puanlarının otoriter, ilgisiz ve aşırı koruyucu babalara sahip öğrencilere göre anlamlı derecede yüksek olduğu görülmektedir ($F = 19,692$; $p < .001$, B > A, D > C). Özellikle ilgisiz baba tutumunda aile aidiyeti en düşük düzeydedir. Bu bulgu, Korkut ve Gençtürk'ün (2020) çalışmasında da vurgulanmıştır; demokratik ve destekleyici ebeveyn tutumlarının aidiyet duygusunu pekiştirdiği, ilgisiz ve tutarsız tutumların ise ergenlerin aileden kopmasına yol açtığı gösterilmiştir. Demokratik babalar, aile içi iletişim ve güven ortamı sağlayarak çocukların aidiyet duygusunu güçlendirmektedir.

Kendilik aidiyeti açısından da demokratik, otoriter ve aşırı koruyucu baba tutumuna sahip öğrenciler, ilgisiz babalara sahip olanlara kıyasla anlamlı biçimde daha yüksek puanlar almıştır ($F = 19,368$; $p < .001$, A, B, D > C). Bu bulgu, baba figürünün ergenin benlik gelişiminde ve kendilik algısında ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle demokratik ve otoriter tutumun, aşırı koruyuculuğa kıyasla çocukların özdeşim sürecini daha fazla desteklediği, ilgisiz baba tutumunun ise risk faktörü olduğu literatürle de örtüşmektedir (Korkut & Gençtürk, 2020).

Kimlik gelişimi alt boyutlarında, demokratik baba tutumu yine öne çıkmaktadır. İçsel yatırımda bulunma ve içsel yatırımla özdeşleşme puanlarında, demokratik babaya sahip öğrenciler ilgisiz baba grubuna göre anlamlı derecede daha yüksek puanlara sahiptir ($F = 4,672$; $p = .003$ ve $F = 5,193$; $p = .002$). Demokratik babalar, ergenlerin kimlik arayışına ve alternatif seçenekleri denemelerine destek olarak psikososyal gelişimi teşvik etmektedir. Bu durum, otoriter ve aşırı koruyucu tutumlara göre daha sağlıklı bir kimlik yapılanmasına zemin hazırlar. İlgisiz baba tutumunda ise kimlik gelişimi puanları anlamlı biçimde düşmektedir. Bu bulgu, baba tutumunun psikososyal gelişimde temel bir belirleyici olduğunu gösterir (Özdemir, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı açısından, ilgisiz babaya sahip öğrenciler demokratik ve aşırı koruyucu babalara sahip öğrencilere göre anlamlı biçimde daha yüksek bağımlılık puanına sahiptir ($F = 4,796$; $p = .003$, C > B, D). Bu bulgu, Bloemen ve De Coninck'in (2020) çalışmasındaki; düşük ebeveyn desteği ve ilgisiz aile ortamının, ergenlerde dijital bağımlılık riskini artırdığı bulgusuyla uyumludur. İlgisiz baba tutumu, hem aile aidiyeti hem de kendilik gelişimi açısından risk oluştururken, aynı zamanda çocukların çevrim içi ortamlara yönelerek sosyal medya bağımlılığı geliştirmesine zemin hazırlayabilir. Demokratik ve aşırı koruyucu baba tutumları ise koruyucu bir rol üstlenmektedir.

Sonuç olarak, baba tutumunun çocuk ve ergen gelişimi üzerindeki etkisi çarpıcı biçimde

ortaya çıkmaktadır. Demokratik ve destekleyici baba tutumları; aidiyet, kendilik ve kimlik gelişimini desteklerken, sosyal medya bağımlılığından da koruyucu rol oynamaktadır. İlgisiz baba tutumu ise psikososyal gelişimde açık bir risk faktörü olarak dikkat çekmektedir. Bu nedenle, aile temelli müdahalelerde baba tutumunun geliştirilmesi, aile içi iletişim ve destek mekanizmalarının güçlendirilmesi önemli bir odak noktası olmalıdır.

Öneriler

Bu araştırmanın bulguları, aile yapısı, ebeveyn tutumları ve sosyoekonomik değişkenlerin ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, aile aidiyeti ve kimlik gelişimi üzerindeki çok boyutlu etkisini ortaya koymuştur. Gelecek araştırmalarda, bu ilişkilerin nedensel yönünü ortaya koymak üzere boylamsal ve deneysel desenlerin kullanılması, özellikle ebeveyn-çocuk iletişimi ve aile içi psikososyal atmosferin derinlemesine incelenmesi önerilmektedir. Ayrıca, kültürel bağlamın ve farklı toplumsal normların etkilerini karşılaştırmalı araştırmalarla analiz etmek, bulguların genellenebilirliğini artıracaktır. Nitel veri toplama teknikleriyle ergenlerin sosyal medya kullanımı ve aile ilişkilerine dair öznel deneyimlerinin analiz edilmesi de, mevcut bulguların arka planını daha iyi anlamaya katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçları, ergenlerde sağlıklı kimlik gelişimi ve düşük sosyal medya bağımlılığı için demokratik ve destekleyici ebeveyn tutumlarının güçlendirilmesinin kritik önem taşıdığını göstermektedir. Okullarda aile eğitim programlarının yaygınlaştırılması, ebeveynlerin çocuklarıyla iletişim becerilerinin artırılması ve aile içi sıcaklık ile psikososyal desteğin teşvik edilmesi önerilmektedir. Ayrıca, boşanma ya da parçalanmış ailelerde yaşayan gençlerin özel destek ve rehberlik hizmetlerinden yararlanması, dijital riskler ve sosyal medya bağımlılığı konusunda farkındalık çalışmalarının artırılması büyük önem taşımaktadır. Okul psikolojik danışmanları, ailelerle iş birliği içinde, aidiyet ve kimlik gelişimini destekleyici grup çalışmaları ve seminerler düzenlemelidir.

Sınırlılıklar

Bu araştırmanın bulguları, bazı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Öncelikle, çalışma örneklemi belirli bir coğrafi bölge ve demografik yapı ile sınırlı olup, sonuçların farklı bölgeler veya kültürel gruplar için genellenebilirliği sınırlı olabilir. Araştırma verileri, katılımcıların öz bildirimlerine dayalı olarak toplanmış ve bu durum yanıtların sosyal istenirlik veya hafıza hatası gibi yanlılıklardan etkilenme riskini artırmıştır. Çalışmada kullanılan kesitsel nicel desen, değişkenler arasındaki ilişkilerin neden-sonuç yönünü ortaya koymak için yeterli değildir; yalnızca mevcut durum ve ilişkiler betimlenebilmiştir. Ayrıca, aile yapısı ve ebeveyn tutumları gibi karmaşık psikososyal süreçler yalnızca nicel ölçeklerle ölçülmüş, nitel boyutlar kapsam dışı bırakılmıştır. Son olarak, sosyal medya bağımlılığının ölçümünde kullanılan ölçekler ve tanımlar, dijital davranışlardaki hızlı değişime her zaman tam olarak uyum sağlayamayabilir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, İ. (2021). Üniversite öğrencilerinde aile aidiyetinin sosyodemografik değişkenler bağlamında incelenmesi. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 33–44.
- Arslan, A. (2019). Ortaöğretim öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi: Sivas ili örneği. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 63–80.
- Atar Keskin, Ş., ve Demirbaş, E. (2024). Gençlerde sosyal medya bağımlılığında aile ve arkadaş ilişkilerinin rolü üzerine bir inceleme. *Journal of Social Policy and Social Work Studies*, 5(2), 165–184.
- Baş, F. (2024). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım pratikleri ve sosyal medyanın etkilerine yönelik görüşleri: ASÜ örneğinde bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13(26), 659–698.
- Bilgin, M., Şahin, İ., ve Togay, A. (2020). Social media addiction in adolescents and parent-adolescent relationship. *Eğitim ve Bilim-Education and Science*, 45, 263–281.
- Bloemen, N., ve De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social Media + Society*, 6(4), 1–12.
- Crisanto, M., Wagaman, B., Kerr, E., McGinnis, J., ve Berman, S. L. (2022). Avatars and Alternate Identities: Social Media Usage and Its Relation to Identity and Peer Attachment. *American Journal of Psychology*, 135(2), 215–224.
- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., ve Griffiths, M. D. (2019). Addiction to social media and attachment styles: A systematic literature review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 1094–1118.
- Deniz, L., ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355–367.
- Güçlü, D. M., & Çulha, Ü. M. (2024). Bilinçli Farkındalık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi. *TAM Akademi Dergisi*, 3(1), 44-65.
- He, Z. H., Li, M. D., Ma, X. Y., ve Liu, C. J. (2021). Family socioeconomic status and social media addiction in female college students: The mediating role of impulsiveness and inhibitory control. *The Journal of Genetic Psychology*, 182(1), 60–74.
- He, Z. H., Li, M. D., Ma, X. Y., ve Liu, C. J. (2021). Family socioeconomic status and social media addiction in female college students: The mediating role of impulsiveness and inhibitory control. *The Journal of Genetic Psychology*, 182(1), 60–74.
- Imperato, C., Mancini, T., ve Musetti, A. (2023). Exploring the Role of Problematic Social Network Site Use in the Link Between Reflective Functioning and Identity Processes in Adolescents. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 21(5), 3430–3445.
- Korkmaz, Ö. (2020). Sosyal medya bağımlılığı: Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler öğrencileri üzerine bir inceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 237–250.
- Korkut, G., ve Gençtürk, Z. (2020). Üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri ile aile aidiyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(24), 209–231.
- Lee, E. W. J., Ho, S. S., ve Lwin, M. O. (2017). Extending the social cognitive model—Examining the external and personal antecedents of social network sites use among Singaporean adolescents. *Computers in Human Behavior*, 67, 240–251.
- Marcia, J. E. (2010). Life transitions and stress in the context of psychosocial development.

- Identity: An International Journal of Theory and Research*, 10(2), 120–130.
- Melonashi, E. (2017). Social Media and Identity: Understanding Identity Communication and Creation Through Social Media. In A. Mesquita (Ed.), *Research Paradigms and Contemporary Perspectives on Human-Technology Interaction* (pp. 62–83). IGI Global.
- Monacis, L., de Palo, V., Griffiths, M. D., ve Sinatra, M. (2017). Exploring Individual Differences in Online Addictions: the Role of Identity and Attachment. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(4), 853–868.
- Morsünbül, Ü., ve Çok, F. (2014). Kimlik Gelişiminin Boyutları Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması. *Düşünen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 6–14.
- Özdemir, G. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91–105.
- Qi, Y., Zhao, M., Geng, T., Tu, Z., Lu, Q., Li, R., ... Gao, Y. (2024). The relationship between family functioning and social media addiction among university students: A moderated mediation model of depressive symptoms and peer support. *BMC Psychology*, 12, 341.
- Sancar, E. (2023). Z kuşağı ergen çocuk sahibi ebeveynlerin dijital ebeveynlik tutumlarının çocukları ile ilişkisine etkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 43(1), 54–67.
- Şen, M. (2011). Türkiye’de ergen profili. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 27, 6–14.
- Tosun, M., Baysal, S., ve Gökmen, M. (2024). Aile aidiyeti ve mutlulukta dindarlığın aracı rolü: Yetişkinler üzerine bir çalışma. *Uludağ İlahiyat Dergisi*, 33(2), 211–246.
- van der Merwe, P. (2017). Adolescent identities in the cyberworld. *Journal of Psychology in Africa*, 27(2), 203–207.
- Yıldız, E., ve Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişki. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102–1126.
- Yılmaz, B., ve Özkan, Y. (2024). Çocuk ve gençlerde teknoloji bağımlılığı üzerine yazılan lisansüstü tezlerin içerik analizi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (23), 656–678.
- Yılmaz, M., Üner, M., Akal, A. D., ve Tatlısu, F. (2024). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, yaşam doyumu ve psikolojik sağlamlık arasındaki ilişkiler. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 1–12.
- Zhang, W. L., Pu, J. L., He, R. N., Yu, M. L., Xu, L. L., He, X. M., ... Li, Y. (2022). Demographic characteristics, family environment and psychosocial factors affecting internet addiction in Chinese adolescents. *Journal of Affective Disorders*, 315, 130–138.

Examining The Relationship Between Social Media Addiction, Family Loyalty and Identity Development Problems in Adolescent

Research Article

Kübra Deniz

İstanbul Arel University,
Graduate School,
Psychologist/Master's Student in Psychology,
pskkubradeniz@gmail.com,
ORCID: 0009-0002-4732-7732

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16630184>

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between social media addiction, family belonging, and identity development among adolescents, and to reveal the role of demographic and familial variables in these relationships. The study population consists of adolescents aged 14-18 in Turkey who use social media, while the sample comprises 303 students currently enrolled in various schools. Data were collected online via Google Forms, utilizing the Personal Information Form, Social Media Addiction Scale for Adolescents, Family Belonging Scale, and Dimensions of Identity Development Scale. Data analysis was conducted using SPSS 26.0, employing descriptive statistics, t-tests, ANOVA, Pearson correlation, and multiple regression analyses. The findings indicate significant negative relationships between social media addiction and both family belonging and self-belonging. Most dimensions of identity development were also negatively associated with social media addiction, while the obsessive exploration dimension showed a positive association. Additionally, factors such as family and parental unity, democratic parenting styles, and high socioeconomic status had positive effects on both belonging and identity development, whereas an indifferent or fragmented family structure showed negative effects. Regression analysis revealed that family belonging and obsessive exploration are significant predictors of social media addiction. The results highlight the importance of strengthening family support, the sense of belonging, and healthy identity development processes in combating social media addiction. This research provides a comprehensive framework to guide practitioners and policy-makers working with adolescents in designing family- and school-based preventive programs to reduce digital risks.

Keywords: Adolescence, Social Media Addiction, Family Belonging, Identity Development, Parental Attitude.