

Genişletilmiş zet

Duygudurum Değişikliği için Problemli Sosyal Medya Kullanımı: Utanç, Suçluluk, fke ve Duygu Düzenleme Güçlüğü ile İlişkisi

Giriş

Son yıllarda sosyal medya kullanımının hızla artması insanların birbiriyle sürekli temas haline kalmasına olanak sağlamıştır. İstatistiklere göre 2021’de 3,78 milyar insan Facebook, YouTube ve Instagram gibi sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Ancak sosyal medyanın sıklıkla kullanımı bazı bireyler için bağımlılık problemine dönebilmektedir. Alanyazında ‘problemli sosyal medya kullanımı’ terimi bireylerin aşırı sosyal medya kullanımı sebebiyle günlük yaşamlarında meydana gelen önemli bozulmaları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya kullanımı çoğu kişi için destek ve kabul görme ihtiyaçlarını karşılamakta ve önemli bir duygu düzenleme aracı olarak da kullanılmaktadır. Bu yanıyla da utanç ve suçluluk gibi duygularla baş etmekte kullanılabilen bir araç olmaktadır. Utanç ve suçluluk, sıklıkla birbiriyle karıştırılan duyguları ifade etmektedirler. Utanç kişinin kendilik algısına yönelik olumsuz hisleri anlatırken, suçluluk ise yapılan bir eylemin toplumsal düzeyde uygun görülmemesi durumlarında ortaya çıkan duyguyu tanımlamak için kullanılmaktadır. Aynı zamanda, bu duygular kişilerin kendilerini değerlendirmelerini içeren gurur ya da imrenme gibi öz-bilinçli duygular sınıfında da görülmektedir. Yoğun utanç duygusu yaşayan kişiler, bu duygunun kendilikle ilgili inançlarında yarattığı zorluklarla baş edebilmek ve duygularını düzenleyebilmek için suçlama eğiliminde olabilmektedir. Bunun neticesinde başkalarına yönelik öfke ve saldırganlık açığa çıkabildiği gibi kimi zaman hissedilen öfke kişinin kendine yönelebilmektedir. Suçluluk duygusu yaşayan bireylerde ise odak noktası kendilik yerine yaşanan olaylar olduğundan, olayların sonuçlarını düzenlemeye yönelik yapıcı davranışların ortaya çıktığı görülmektedir. Tüm bunlardan hareketle, bu çalışmada utanç ve suçluluk ile duygudurum değişikliği için sorunlu sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkide, duygu düzenleme güçlüğü ve öfke türlerinin (içeri öfke ve dışarı öfke) aracı rollerini incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın hipotezleri ise řu şekilde belirlenmiştir: (1) Utanç ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medyanın kullanımı arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğü ve öfke (içeri öfke ve dışarı öfke) aracı rolü oynar, (2) suçluluk duygu düzenleme güçlüğü aracılığıyla duygudurum değişikliği için problemli sosyal medyanın kullanımını negatif yönde yordar.

Yöntem

Bu araştırmanın örneklemini 321’i kadın, 72’si erkek olmak üzere 393 niversite ğrencisi oluşturmaktadır. Yaşları 18 ile 53 arasında değişen katılımcılar İstanbul’daki bir vakıf niversitesinin ğrencileridir. Araştırmada “Sürekli fke ve fke İfade Tarzı leği”, “Utanç ve Suçluluk leği”, “Duygu Düzenlemede Glğler leği” ve “Sosyal Medya Bağımlılığı leği” kullanılmış ve sıralama etkisini önlemek için ölçek paketi içinde dengeli biçimde sıralamaya yerleştirilmiştir. Öğrencilerin en fazla kullandığı sosyal medya uygulamalarının WhatsApp, Instagram ve YouTube olduğu belirlenmiştir.

Analizler

İstatistiksel analizlerde, Sosyal Bilimler için İstatistik Programı (SPSS) kullanılmıştır. Öncelikle tanımlayıcı analizler ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Araştırmanın nerilen modellerini test etmek için AMOS 24.0 aracılığıyla yol analizi ve aracı değişken analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Korelasyon analizi sonuçları utancın suçluluk ($r = ,51, p < ,01$), duygu düzenleme güçlüğü ($r = ,17, p < ,01$), içeri öfke ($r = ,19, p < ,01$) ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medyanın kullanımı ($r = ,20, p < ,01$) ile pozitif yönde anlamlı ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Ancak suçluluk ile duygu düzenleme güçlüğü ($r = -,17, p < ,01$) ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medyanın kullanımı ($r = -,11, p < ,05$) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Önerilen modellerin test edilmesi için yapılan birinci yol analizinde yapılan çeşitli düzeltmelerden sonra model anlamlı bulunmuştur ($\chi^2 (N = 393, df = 2) = 3,957; \chi^2/df = 1,978, p = ,138; RMSEA = ,05$ (%90 CI: [0,00 – ,123]), $p_{close} = ,394$); GFI = ,996; AGFI = ,970; CFI = ,991; TLI = ,957). Değişkenler arasındaki doğrudan ilişkiler incelendiğinde, utanç içeri öfkeyi ($\beta = ,19, p < ,01$), duygu düzenleme güçlüğünü ($\beta = ,10, p < ,05$) ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medya kullanımını ($\beta = ,14, p < ,01$) anlamlı şekilde yordadığı grlmştir. Ancak utanç ve dışarı öfke arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Ayrıca, duygu düzenleme güçlüğü dışarı öfke ($\beta = ,21, p < ,001$), içeri öfke ($\beta = ,34, p < ,001$) ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medya kullanımını ($\beta = ,38, p < ,001$) anlamlı şekilde yordamıştır.

Araştırmada ne sürülen birinci hipotez kısmi olarak doğrulanmıştır. Buna göre, utanç ve duygudurum değişikliği için problemli sosyal medyanın kullanımı arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğü ve içeri öfke aracı rolü oynamıştır ($\beta = ,05, p < ,01$). Buna karşın, aynı ilişki dışarı öfke için doğrulanmamıştır. Araştırmanın ikinci hipotezinde ne sürüldüğü gibi, araştırma bulguları suçluluk ile duygudurum düzenleme için problemli sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracı rolü olduğunu ortaya koymuştur, $\beta = -,06, SE_{boot} = ,02, \%95 CI = (-,107, -,030)$. Bunun yanı sıra, suçluluk ile duygudurum düzenleme için problemli sosyal medya kullanımı arasında doğrudan ilişki olmadığı grlmştir.

Tartışma

Bu çalışmada, utanç ve suçluluk ile duygudurum değışikliğı için problemli sosyal medya kullanımının ilişkisinde duygu düzenleme güçlüğü ve öfkenin (içeri öfke ve dışarı öfke) aracı rolleri incelenmiştir. Çalışmanın sonuçları utancın içeri öfke ve duygu düzenleme güçlüğü yoluyla duygudurum değışikliğı için problemli sosyal medya kullanımını yordadığını göstermiştir. Alanyazında da utanca yatkın bireylerin bu duyguyu hissettiklerinde bunu kendiliklerinde bir eksiklik ya da kusur olarak değerlendirerek utançla birlikte gelen öfkelerini kendilerine yönlendirdikleri ve paylaşmama eğiliminde oldukları belirtilmektedir. Ancak, söz konusu utanç değil suçluluk olduğunda daha farklı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Duygu düzenleme güçlüğü suçluluk ve duygudurum değışikliğı için problemli sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkide negatif yönde aracı rolü oynamıştır. Suçluluk duygusunun bireyi hatalarının sorumluluğunu alması ve bunları telafi etmesi için motive ettiği bilinmektedir. Bu sebeple, suçluluğa yatkın kişilerin daha etkili duygu düzenleme yöntemleri kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğu ve duygudurum değışikliğı için problemli sosyal medya kullanımını daha az gösterebilecekleri söylenebilir. Buradan hareketle, ruh sağlığı çalışanlarının problemli sosyal medya kullanımı yüksek olan bireylerle çalışırken bireyin hissetmeye yatkın olduğu duyguları ve bunları düzenleme biçimini göz önünde bulundurması faydalı olabilir.

Bildiğimiz kadarıyla, bu araştırma problemli sosyal medya kullanımı ile utanç, suçluluk, öfke gibi spesifik duygular arasındaki ilişkiyi irdeleyen ilk çalışmadır. Bununla birlikte çalışmanın bazı sınırlılıkları vardır. Bunlardan biri, katılımcıların üniversite öğrencilerinden ve kısıtlı bir yaş aralığından oluşmasıdır. Araştırmada incelenen sosyal medya kullanımı ile duygu düzenleme beceri düzeyleri, farklı yaş gruplarına göre değışiklik gösterebilir. Ayrıca, katılımcıların çoğunluğu kadınlardan oluşmakta, bunun da özellikle toplumsal cinsiyet rollerindeki farklılıklardan dolayı utanç, suçluluk, öfke gibi duyguları etkileyebileceğı düşünülmektedir. Ayrıca, alanyazında bu alanda neden-sonuç ilişkisini ortaya koyacak deneysel ve boylamsal araştırmalara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.