

Bir Ebeveynlik Kaynağı Olarak Facebook Ebeveyn Grupları: Anneler Üzerine Bir Araştırma

Hale Ögel-Balaban¹

Ögel-Balaban, H. (2021). Bir ebeveynlik kaynağı olarak Facebook ebeveyn grupları: Anneler üzerine bir araştırma. *Nesne*, 9(19), 114-126. DOI: 10.7816/nesne-09-19-09

Anahtar kelimeler
Ebeveynlik,
Facebook, çevrim
içi sosyal ağ, bilgi
desteği

Keywords
Parenting,
Facebook, online
social network,
informational
support

Öz

Bu araştırmanın temel amacı Facebook ebeveyn gruplarının ebeveynler tarafından takip edilme nedenlerini incelemektir. Araştırmanın bir diğer amacı ise bu grupların aktif ve pasif takip edilme sıklıklarının etkileyen demografik, Facebook kullanımı ile ilgili, bireysel ve ebeveynlik ile ilgili faktörleri araştırmaktır. Türkiye’de yaşayan 193 anne katılımcı ($Ort_{yaş} = 33.56$, $S_{yaş} = 5.03$, $yaş\ ranjı = 21 - 48$) sırasıyla demografik bilgi formu, ebeveyn sosyal medya kullanım bilgi formu, sürekli kaygı ölçeği, algılanan çevrim dışı sosyal destek ölçeği ve ebeveyn rolüne ilişkin kendilik algısı ölçeğini çevrim içi olarak doldurmuştur. Bulgular Facebook ebeveyn gruplarının daha çok pasif olarak takip edildiğini ve pasif takip edilme sıklığının eğitim düzeyi ve Facebook kullanım sıklığı ile pozitif, ortalama çocuk yaşı ile negatif olarak ilişkili olduğunu göstermiştir. Facebook ebeveyn gruplarının aktif olarak takip edilme sıklığının ise Facebook kullanım sıklığı ve Facebook’ta paylaşımda bulunma sıklığı tarafından pozitif, ebeveyn yeterliliği tarafından ise negatif olarak yordandığı bulunmuştur. Bu bulgular, Facebook ebeveyn gruplarının ebeveynlere ağırlıklı olarak bilgi desteği sağladığı ve bir ebeveynlik kaynağı olduğu görüşü çerçevesinde tartışılmıştır.

Facebook Parenting Groups as a Source for Parenting: An Investigation on Mothers Abstract

The main aim of the present study was to examine the reasons for parents’ following of Facebook parenting groups. Another aim was to investigate the demographic, Facebook-use related, individual and parenting-related factors related to the frequency of active and passive following of these groups. One hundred ninety-three Turkish mothers ($M_{age} = 33.56$, $SD_{age} = 5.03$, $Range = 21-48$) completed the demographic information form, the use of social media form, the trait anxiety inventory, the perceived offline social support scale and the self-perception of parental role questionnaire. Results demonstrated that parents were following Facebook parenting groups more passively and its frequency was related positively to the parent’s education level and the frequency of using Facebook, and negatively to the children’s mean age. The frequency of active following was found to be predicted positively by the frequency of using Facebook and the frequency of sharing on Facebook, and negatively by the level of parental competence. These findings were discussed in terms of the idea that Facebook parenting groups might provide informational support to the parents and have become a source for parenting.

Makale Bilgisi
Geliş tarihi: 25 Mayıs 2020
Düzeltilme tarihi: 31 Ocak 2021
Kabul tarihi: 18 Şubat 2021

Yazar Notu: Veri toplama aşamasındaki katkıları için Şebnem Altan’a teşekkür ederim.

DOI: 10.7816/nesne-09-19-09

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bahçeşehir Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, hale.ogelbalaban(at)bas.bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3554-5989

Son yıllarda internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte çevrim içi sosyal ağ siteleri bireylerin günlük yaşantılarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Haslam, Tee ve Baker, 2017; Morris, 2014). Sosyal ağ sitelerinin üç temel özelliği bulunmaktadır: a. kullanıcıları tarafından oluşturulan, herkes tarafından veya belli kişiler tarafından görüntülenebilen kullanıcı profillerinin bulunması; b. kullanıcıların diğer kullanıcılar ile site içinde bağlantı kurabilme olanaklarının olması; c. kullanıcıların kendi bağlantılarını ve başkalarının bağlantılarını görüntüleyebiliyor olmaları (Boyd ve Ellison, 2007). Bu özellikleri sağlayan sosyal ağ siteleri kullanıcılarının profillerini oluşturabilmesi için sundukları özellik seçenekleri, kullanıcılar arasındaki bağlantıların hangi yöntemlerle kurulabildiği ve sürdürülebildiği, ve profil sayfalarının ne kadar kişiselleştirilebildiği gibi noktalarda farklılaşmaktadırlar (Boyd ve Ellison, 2007). Günümüzde Facebook en sık kullanılan sosyal ağıdır ve dünyada en çok ziyaret edilen üçüncü internet sitesidir (Digital 2020, 2020). Dünya üzerinde 2.60 milyar kullanıcısı olan Facebook'a günde 1.73 milyar kullanıcı giriş yapmaktadır (Mohsin, 2020).

Facebook'un kullanımının ebeveynler arasında yaygın olduğu daha önceki araştırmalarda gösterilmiştir (Örn., Bartholomew, Schoppe-Sullivan, Glassman, Kamp Dush ve Sullivan, 2012; Gibson ve Hanson, 2013; Haslam ve arkadaşları, 2017; Morris, 2014). Ebeveynlerin Facebook kullanım nedenleri bilgi desteğine ulaşma ve sosyal destek alma olarak gruplandırılabilir. Ebeveynler çocuklarıyla yaşadıkları sağlık ve davranış problemlerini kendi Facebook hesapları üzerinden paylaşarak bağlantıda oldukları diğer ebeveynlerin fikirlerini ve yorumlarını almakta, diğer ebeveynlerin paylaşımlarını takip ederek onların deneyimlerinden faydalanmakta ve böylece ebeveynlik ile ilgili bilgilere ulaşmaktadırlar (Haslam ve arkadaşları, 2017; Jang ve Dworkin, 2014). Aynı zamanda, Facebook arkadaşlarının onların ebeveynlik davranışlarını destekleyici yorumları ve çocuklarına dair paylaştıkları bilgileri ve fotoğrafları beğenmeleri Facebook kullanan ebeveynlere kendilerinin ve ebeveynliklerinin onaylandığını hissettirmekte; bu duygusal ve sosyal destek de ebeveynlikten aldıkları doyumu ve ebeveyn olarak kendilerine olan güvenlerini arttırmaktadır (Bartholomew ve arkadaşları, 2012; Gibson ve Hanson, 2013; Jang ve Dworkin, 2014). Ayrıca ebeveynler Facebook'ta ağırlıklı olarak kendilerinin, çocuklarının ve ailelerinin mutlu oldukları anları paylaşarak kendilerine, çocuklarına ve ailelerine dair mutlu bir tablo çizmekte ve başkaları tarafından olumlu algılanma ihtiyaçlarını gidermektedirler (Derlega ve Grzelak, 1979).

Ebeveynlerin Facebook kullanımı ile ilgili değişkenleri inceleyen araştırmalar yaş ve eğitim seviyesinin Facebook kullanım sıklığı ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Daha genç ve eğitim seviyesi daha yüksek olan ebeveynlerin Facebook'u daha sık kullandıkları bulunmuştur (Jang ve Dworkin, 2014; Haslam ve arkadaşları, 2017). Ayrıca Facebook'u daha sık kullanan ebeveynlerin bu sosyal ağı ağırlıklı olarak bilgiye ulaşmak için; daha uzun süredir kullanan ebeveynlerin ise ağırlıklı olarak sosyal destek almak için kullandıkları gösterilmiştir (Ögel-Balaban ve Altan, 2020). Bunun yanı sıra, Ögel-Balaban ve Altan (2020) Facebook'un ebeveynlere bilgi ve sosyal destek sağladığından yola çıkarak ebeveynlerin Facebook kullanım sıklığı ile ebeveyn rollerine dair tutumlarının ilişkili olabileceğini, Facebook'u daha sık kullanan ebeveynlerin bir ebeveyn olarak kendilerine daha çok güvenebileceklerini ve ebeveyn rollerinden daha fazla memnun olabileceklerini belirtmişlerdir.

Facebook kullanımının önemli özelliklerinden biri de ilgi alanlarına göre Facebook gruplarını oluşturabilmek veya kurulmuş olan gruplara üye olabilmektir. Ortak ilgi alanlarına göre yapılan bilgilendirici veya eğlendirici paylaşımlar, bunlar hakkında gerçekleşen tartışmalar ve kısa sürede çok fazla kullanıcıya ulaşma imkanı sağlaması ile gruplar Facebook uygulamaları arasında popülerdir (Casteleyn, Mottart ve Rutten 2009; Park, Kee ve Valenzuela, 2009). 2018 yılı verilerine göre 1 milyar Facebook

kullanıcısının Facebook grup üyeliği bulunmaktadır. Bu kullanıcıların 200 milyonu ilgi alanlarıyla örtüşür nitelikte olan ve aktif olarak faydalandıkları anlamlı gruplara üyedir (Cooper, 2018). Facebook grupları Facebook kullanıcıları tarafından yaygın olarak takip edildiği halde literatürde bu gruplarla ilgili yapılan araştırmalar sınırlıdır. Park ve diğerleri (2009) üniversite öğrencilerinin Facebook gruplarını takip etme motivasyonlarını incelemişlerdir. Bender, Jimenez-Marroquin ve Jadad (2011) ve Farmer, Bruckner, Hol, Cook ve Hearing (2007) içerik analizi yöntemi ile farklı hastalıklara sahip olan kişiler ve yakınları için oluşturulan Facebook gruplarının oluşturulma amaçlarını araştırmışlardır. Chu (2011) ise Facebook gruplarının reklam amacıyla sıklıkla kullanılıyor olmasından yola çıkarak gruplara üye olan kişiler ile olmayan kişilerin kendini açma, sosyal medyaya karşı tutum ve çevrim içi reklamlardan etkilenme olasılıklarını karşılaştırmıştır.

Facebook grupları arasında ebeveynlik ile ilgili oluşturulan gruplar da sayıca fazladır. Allard (2018) Facebook'ta ebeveynlerin üye olduğu, içeriği İngilizce olan grupları incelemiş ve bu grupları konularına göre ayırmıştır. Bu bilgilere göre emzirmekten diğer annelerle sosyalleşmeye, alışveriş ve eşya değiş tokuşundan yemek tarifi seçeneklerine kadar birçok farklı konu çerçevesinde oluşturulmuş olan bu grupların üye sayıları 2.000 ile 74.000 arasında değişmektedir. Bu grupların ebeveynlere bilgi, yardım ve duygusal destek sağladığı belirtilmiş olsa da bu grupların takip edilme şekillerini, nedenlerini ve bunlarla ilgili değişkenleri inceleyen görgül bir araştırma bulunmamaktadır.

Facebook ve Facebook grupları Türkiye'de de yaygın olarak kullanılmaktadır. 2019 yılındaki bir araştırma raporu verilerine göre Türkiye'de 43 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2019). Bu kullanıcıların %24'ü 18-24 yaş aralığında, %33'ü 25-34 yaş aralığında ve %21'i 35-44 yaş aralığındadır. Başka bir ifadeyle, Türkiye'deki Facebook kullanıcılarının büyük bir kısmı ebeveyn olma yaş aralığındadır. Ebeveynlik ile ilgili anahtar sözcüklerle Türkçe Facebook grupları arasında yapılan bir taramada çok sayıda grupta karşılaşılmaktadır. Yemek, sağlık, farklı ebeveynlik yaklaşımları, belirli tarihlerde doğan çocuklar, bazı gelişimsel sorunu veya özel durumu olan çocuklar gibi farklı konular bağlamında oluşturulan bu grupların yüksek üye sayıları bu grupların yaygın olarak takip edildiğini göstermektedir. Bu araştırmanın amacı bu grupların ebeveynler tarafından takip edilme nedenlerini, takip edilme sıklığını ve bununla ilişkili olan demografik, bireysel, Facebook kullanımı ile ilgili ve ebeveynlikle ilgili faktörleri incelemektir.

Mevcut araştırmada, Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme davranışı pasif (gruplardaki paylaşımların okunarak takip edilmesi) ve aktif (gruplarda paylaşımda bulunulması ve gruplardaki paylaşımlara yorum yapılması) takip olarak ele alınmıştır. Demografik değişkenler olarak Facebook kullanımı ile ilişkili olduğu gösterilmiş olan ebeveyn yaşı ve eğitim seviyesi bu araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Ayrıca, ebeveynlerin çocuklarının yaşının da ebeveyn gruplarının takibi ile ilişkili olabileceği düşünüldüğünden bu değişken de araştırmaya eklenmiştir. Facebook gruplarının ebeveynlere duygusal ve sosyal destek sağladığı görüşüne dayanarak ebeveynlerin algıladıkları çevrim dışı sosyal destek ve kaygı düzeyleri bireysel değişkenler olarak araştırmada incelenmiştir. Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme sıklığı ile algılanan çevrim dışı sosyal destek arasında negatif bir ilişki; kaygı ile arasında ise pozitif bir ilişki beklenmiştir. Facebook kullanımının bilgi ve sosyal destek sağladığından yola çıkarak bu grupların takip edilmesi ile ebeveynlerin kendi ebeveynliklerine dair algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu gruplardan sağlanan fayda düşünülerek bu grupların takip edilme sıklığı ile ebeveynlerin kendi ebeveynliklerine dair tutumları, yetkinlik ve yeterlilik algıları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Yöntem

Katılımcılar

Bu araştırma Türkiye'nin 49 farklı ilinde yaşayan ve Facebook'ta ebeveynlerden oluşan gruplara üye olduğunu raporlayan 193 anne katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Ort	S	En düşük	En yüksek
Yaş	33.56	5.03	21	48
Çocuk yaşı	3.71	3.48	0	16
Değişken	Mod	En düşük	En yüksek	
Çocuk sayısı	1	1	5	
Değişken	n	%		
Medeni Durum				
Evli	185	95.9		
Bekar	8	4.1		
Eğitim düzeyi				
İlkokul-ortaokul	10	5.2		
Lise	42	21.8		
Üniversite	112	58.0		
Üniversite-üstü	29	15		
Algılanan gelir seviyesi				
Düşük	6	3.2		
Orta	91	48.7		
İyi	90	48.1		
Çalışma durumu				
Çalışmıyor	91	47.2		
Tam zamanlı	81	42.0		
Yarı zamanlı	21	10.8		

Veri Toplama Araçları

Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni hal, algılanan gelir seviyesi gibi demografik özelliklerini belirlemek amacıyla demografik bilgi formu kullanılmıştır.

Ebeveyn Sosyal Medya Kullanım Bilgi Formu: Katılımcıların Facebook kullanım davranışlarının sıklığını ve Facebook'ta üye oldukları ebeveyn gruplarını aktif ve pasif şekilde takip etme davranışlarının sıklığını ve nedenlerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulmuş olan ebeveyn sosyal medya kullanım bilgi formu kullanılmıştır. Bu formda, Facebook ebeveyn gruplarının takibi ile ilgili olarak bu ebeveyn gruplarındaki paylaşımları takip etme sıklığı (1-hiç, 4- çok sık), Facebook ebeveyn gruplarında paylaşımda bulunma sıklığı (1-hiç, 4- çok sık) ve yorum yapma sıklığı (1-hiç, 4- çok sık) değişkenleri; Facebook kullanımı ile ilgili olarak ise Facebook hesabını kullanma sıklığı (1- hiç, 7-günde bir defadan sık), Facebook hesabında paylaşımda bulunma sıklığı (1- hiç, 7-günde bir defadan sık) ve Facebook arkadaş sayısı değişkenleri ölçülmüştür.

Sürekli Kaygı Ölçeği: Katılımcıların genel kaygı seviyelerini ölçmek amacıyla Durumluk-Sürekli Kaygı Envanteri'nin Sürekli Kaygı Ölçeği kullanılmıştır. 4'lü Likert ile değerlendirilen 20 maddeden oluşan ölçek Spielberger, Gorsuch, Lushene, Vagg, ve Jacobs (1983) tarafından geliştirilmiş, Türkçe'ye Öner ve Le Compte (1983) tarafından uyarlanmıştır. Uyarlama çalışmasında iç güvenirlik katsayısı .90 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada ise .88 olarak hesaplanmıştır.

Algılanan Çevrim Dışı Sosyal Destek Ölçeği: Katılımcıların anne-babalarından, arkadaşlarından ve eşlerinden aldıkları çevrim dışı sosyal desteği ölçmek amacıyla algılanan çevrim dışı sosyal destek ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki 12 maddenin altı tanesi Zimet, Dahlem, Zimet ve Farley (1988) tarafından geliştirilen ve Eker, Arkar ve Yıldız (2001) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nden adapte edilmiştir. Anne-baba, arkadaş ve eşten alınan genel sosyal ve duygusal desteği ölçen bu maddelere ek olarak ebeveynlik ile ilgili alınan desteği ölçen üç madde ve çocuk sahibi olduktan sonra aile, eş ve arkadaşlarla olan ilişkinin gücünü ölçen üç madde de ölçeğe eklenmiştir. 5'li Likert ile (1- Tamamen katılmıyorum, 5- Çok katılıyorum) değerlendirilen maddelere verilen cevapların toplamı çevrim dışı sosyal destek puanını oluşturmuştur. Bu araştırmada ölçeğin iç güvenirlik katsayısı .84 olarak hesaplanmıştır.

Ebeveyn Rolüne İlişkin Kendilik Algısı Ölçeği: Katılımcıların kendi ebeveynlik rollerine dair olan tutumlarını ve algılarını ölçmek amacıyla MacPhee, Benson ve Bullock (1986) tarafından geliştirilen, Güler ve Yetim (2008) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Ebeveyn Rolüne İlişkin Kendilik Algısı Ölçeği kullanılmıştır. 22 maddeden oluşan ölçeğin ebeveynlik rolüne yatırım, ebeveyn memnuniyeti, rol dengeleme ve yeterlilik olmak üzere dört alt ölçeği bulunmaktadır. Bu araştırma için ölçeğin yapısı Varimax eksen döndürme yöntemi ile tekrar incelenmiştir. Birden fazla faktörle eşleşen 4 madde ölçekten çıkarılmıştır. Rol dengeleme ve yeterlilik alt ölçeklerinin yapısı Güler ve Yetim'in uyarlama çalışmasındakilerle örtüşmüş ve iç güvenirlik katsayıları sırasıyla .71 ve .69 olarak bulunmuştur. Diğer iki alt ölçeğin yapıları uyarlama çalışması ile örtüşmemiştir. İç güvenirlik katsayıları da düşük olduğu için bu iki alt ölçek araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

İşlem

Araştırmanın gerçekleştirilmesi için F.M.V. Işık Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 2.04.2018 tarihinde etik onay alınmıştır. 10 yaşından küçük en az bir çocuğa sahip olma katılım koşulunu sağlayan gönüllü katılımcılara Bahçeşehir Üniversitesi Psikoloji Bölümü lisans öğrencileri aracılığıyla ulaşılmıştır. Öğrenciler araştırmanın çevrim içi bağlantısını tanıdıkları ebeveynlerle paylaşmışlardır. Ayrıca araştırmacı ve araştırma asistanı araştırmanın çevrim içi bağlantısını kendi sosyal medya hesaplarında ve farklı Facebook ebeveyn gruplarında paylaşarak da katılımcılara ulaşmışlardır. Katılımcılar bilgilendirilmiş onam formunun ardından sırasıyla demografik bilgi formu, ebeveyn sosyal medya kullanım bilgi formu, sürekli kaygı ölçeği, algılanan çevrim dışı sosyal destek ölçeği ve ebeveyn rolüne ilişkin kendilik algısı ölçeğini çevrim içi olarak doldurmuşlardır. Ölçeklerin tamamlanması yaklaşık olarak 30 dakika sürmüştür.

Bulgular

İstatistiksel analizler öncesinde veriler aşırı değerlerin belirlenmesi amacıyla incelenmiştir. Standartlaştırılmış puanı 3.29'un üzerinde olan değerler aşırı değer olarak belirlenmiştir (Field, 2009). Bunun sonucunda ortalama çocuk yaşı değişkeninde 1, Facebook arkadaş sayısında 1, Facebook ebeveyn gruplarında paylaşımda bulunma sıklığında 3 ve toplam kaygı puanında 1 aşırı değer belirlenmiş ve bu

değerler veriden çıkarılmıştır. Ayrıca algılanan gelir seviyesi düşük olan 6 katılımcının değerleri de veriden çıkarılmıştır. Analizler kalan 181 katılımcının değerleri ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2’de Facebook ebeveyn gruplarını takip etme nedenlerinin katılımcılar tarafından raporlanma oranları sunulmuştur.

Table 2

Facebook Ebeveyn Gruplarını Takip Etme Nedenlerini Raporlayan Katılımcı Sayısı ve Oranları (N=181)

Ebeveyn gruplarını takip etme nedeni	N	%
Başka ebeveynlerin deneyimlerinden faydalanmak	143	79.0
Ebeveynlik ile ilgili bilgi edinmek	142	78.5
Sosyal etkinlikler, oyunlar vs. hakkında bilgi almak	116	64.1
Çocuklarımla yaşadığım sorunlar hakkında çözüm aramak	91	50.3
Tecrübelerimi, fikirlerimi başka ebeveynlerle paylaşmak	71	39.2
Yalnız olmadığımı hissetmek	47	26
Başka ebeveynler tarafından desteklenmek	21	11.6

Tablo 3’te katılımcıların Facebook ebeveyn gruplarının takibi ile ilgili olan Facebook ebeveyn gruplarındaki paylaşımları pasif takip etme sıklığı, Facebook ebeveyn gruplarında paylaşımda bulunma sıklığı ve Facebook ebeveyn gruplarında yorum yapma sıklığı değişkenleri ile Facebook kullanımı ile ilgili olan Facebook hesabını kullanma sıklığı, Facebook hesabında paylaşımda bulunma sıklığı ve Facebook arkadaş sayısı değişkenlerinin betimsel istatistik değerleri verilmiştir. Ayrıca Tablo 3’te kaygı puanı, algılanan çevrim dışı sosyal destek puanı ve ebeveyn rolüne ilişkin kendilik algısı ile ilgili olarak algılanan yeterlilik ve rol dengesi puanlarının betimsel istatistik değerleri verilmiştir.

Tablo 3

Facebook Ebeveyn Gruplarının Takip Edilmesi, Facebook Kullanımı, Bireysel ve Algılanan Ebeveyn Rolü (Yeterlik ve Rol Dengesi) ile İlgili Olan Değişkenlerin Betimsel İstatistik Değerleri (N = 181)

Değişken	Ort.	S	En az	En çok
Facebook ebeveyn grubu				
Pasif takip sıklığı	2.80	.90	1	4
Paylaşım sıklığı	1.60	.60	1	3
Yorum sıklığı	1.84	.71	1	4
Facebook				
Kullanma sıklığı	6.40	1.04	1	7
Paylaşım sıklığı	3.94	1.27	1	7
Arkadaş sayısı	316.17	211.20	20	1300
Bireysel				
Kaygı puanı	45.68	4.52	35	60
Algılanan sosyal destek puanı	44.57	7.30	14	60
Ebeveynlik rolü				
Ebeveyn rol dengesi puanı	3.30	1.14	1	5
Ebeveyn yeterlilik puanı	3.14	1.01	1	5

Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme şekillerinin sıklıklarını karşılaştırmak için tekrarlı ölçümler varyans analizi kullanılmıştır. Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme şeklinin takip edilme sıklığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur, $F(2, 352) = 251.58, p < .001$, kısmi $\eta^2 = .59$, gözlenen güç = 1.00. Tekrarlı karşıtlık analizi ebeveyn gruplarındaki paylaşımların pasif takip edilme sıklığının ($Ort = 2.80, S = .90$) bu gruplardaki paylaşımlara yorum yapma sıklığından ($Ort = 1.84, S = .71$), bunun da bu gruplarda paylaşımda bulunma sıklığından ($Ort = 1.60, S = .60$) daha fazla olduğunu göstermiştir.

Facebook ebeveyn gruplarının farklı şekillerde takip edilme sıklığı ile ilişkili olduğu ön görülen demografik değişkenler, Facebook kullanımı ile ilgili değişkenler, bireysel değişkenler ve ebeveynlikle ilgili değişkenler arasındaki korelasyon değerleri Tablo 4'te sunulmuştur.

Facebook ebeveyn gruplarındaki paylaşımları takip etme, bu gruplarda paylaşım ve yorum yapma sıklıklarının yordayıcılarını belirleyebilmek amacıyla bu değişkenler ile anlamlı korelatif ilişkisi bulunan diğer değişkenler regresyon analizine sokulmuştur.

Facebook ebeveyn gruplarındaki paylaşımları takip etme sıklığının yordayıcılarını saptamak için birinci aşamada demografik değişkenlerden eğitim seviyesi ve ortalama çocuk yaşı, ikinci aşamada ise Facebook kullanımı ile ilgili değişkenlerden Facebook kullanım sıklığı aşamalı regresyon analizine katılmıştır. Tablo 5'te görüldüğü gibi birinci aşamada eğitim seviyesinin pozitif ($\beta = .16, t = 1.98, p < .05$), ortalama çocuk yaşının negatif ($\beta = -.19, t = -2.36, p < .05$) yordayıcı etkisi bulunmuştur. Bu iki değişken varyansın %8'ini açıklamıştır ($F(2, 176) = .69, p < .01$). İkinci aşamada Facebook kullanım sıklığı regresyona katıldığında ise bu değişkenin ($\beta = .46, t = 7.26, p < .001$) ortalama çocuk yaşı ($\beta = -.22, t = -3.14, p < .001$) ile birlikte ebeveyn gruplarındaki paylaşımları takip etme sıklığını yordadığı ve modelin toplam varyansın %29'unu açıkladığı belirlenmiştir, ($F(3, 175) = 23.69, p < .001$).

Facebook ebeveyn gruplarında paylaşımda bulunma sıklığının yordayıcılarını saptamak için Facebook kullanımı ile ilişkili değişkenlerden Facebook kullanım sıklığı ve Facebook'ta paylaşım yapma sıklığı birinci aşamada, ebeveynlik ile ilgili değişkenlerden algılanan ebeveyn yeterliliği ise ikinci aşamada regresyon analizine katılmıştır. Birinci aşamada Facebook kullanım sıklığı ($\beta = .24, t = 2.97, p < .001$) ve Facebook paylaşım sıklığının ($\beta = .19, t = 2.36, p < .05$) ebeveyn gruplarında paylaşım yapma sıklığını pozitif olarak yordadığı ve toplam varyansın % 13'ünü açıkladığı görülmüştür, ($F(2, 158) = 11.31, p < .001$). İkinci aşamada ebeveyn yeterliliğinin modele eklenmesi ve paylaşım yapma sıklığını negatif olarak yordaması ($\beta = -.19, t = -2.51, p < .05$) ile modelin toplam varyansın %16'sını açıkladığı belirlenmiştir, ($F(3, 157) = 9.90, p < .001$).

Facebook ebeveyn gruplarında yorum yapma sıklığının yordayıcılarını belirlemek amacıyla Facebook kullanım sıklığı ile Facebook paylaşım sıklığı birinci aşamada, ebeveyn yeterliliği ise ikinci aşamada regresyon analizine katılmıştır. Tablo 5'te görüldüğü gibi Facebook kullanım sıklığı ($\beta = .24, t = 3.04, p < .001$) ve Facebook paylaşım sıklığı ($\beta = .05, t = 2.19, p < .05$) birinci aşamada anlamlı pozitif yordayıcılar olarak toplam varyansın %13'ünü açıklamıştır, ($F(2, 157) = 11.22, p < .001$). İkinci aşamada anlamlı negatif bir yordayıcı olarak bulunan algılanan ebeveyn yeterliliğinin ($\beta = -.15, t = -1.95, p < .05$) de modele katılması ile birlikte model toplam varyansın %15'ini açıklamıştır, ($F(3, 156) = 8.88, p = .000$).

Tablo 4

Facebook Ebeveyn Gruplarının Kullanımı ile İlişkili Olduğu Ön Görülen Demografik, Facebook Kullanımı ile ilgili, Bireysel ve Ebeveynlikle İlgili Değişkenler Arasındaki Korelasyon Değerleri

Değişken	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.Pasif takip sıklığı	-												
2. Paylaşım sıklığı	.44***	-											
3.Yorum sıklığı	.52***	.63***	-										
4.Ebeveyn yaşı	.07	.03	.08	-									
5.Ebeveyn eğitim düzeyi	.23**	-.02	.03	.12	-								
6.Ortalama çocuk yaşı	-.25**	-.04	-.15	.46***	-.38***	-							
7.Facebook kullanım sıklığı	.47***	.29***	.31***	.09	.12	.01	-						
8. Facebook paylaşım sıklığı	.05	.29***	.28***	.00	-.19*	.11	.38***	-					
9.Facebook arkadaş sayısı	.07	.10	.13	.00	.34***	-.28***	.03	.02	-				
10.Kaygı düzeyi	.05	.03	.01	-.05	-.08	.08	.03	.08	-.07	-			
11.Algılanan sosyal destek	-.03	-.02	.04	-.19*	-.03	-.13	-.08	.18*	.10	-.07	-		
12.Ebeveyn rol dengesi	-.08	-.07	.05	-.17*	-.13	.01	.02	.00	-.04	-.15	.20*	-	
13. Ebeveyn yeterliliği	-.08	-.21**	-.16*	-.06	.02	-.10	-.04	-.08	-.03	-.21**	.11	.22**	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tablo 5

Facebook Ebeveyn Gruplarındaki Paylaşımları Takip Etme, Bu Gruplarda Paylaşım ve Yorum Yapma Sıklıklarının Yordayan Değişkenler

	ΔR^2	β
Pasif takip sıklığı		
1.aşama	.08	
Eğitim seviyesi		.16*
Ortalama çocuk yaşı		-.19*
2.aşama	.21	
Ortalama çocuk yaşı		-.22**
Facebook kullanım sıklığı		.46***
Paylaşım sıklığı		
1.aşama	.13	
Facebook kullanım sıklığı		.24***
Facebook paylaşım sıklığı		.19*
2.aşama	.03	
Facebook kullanım sıklığı		.05***
Facebook paylaşım sıklığı		.17*
Ebeveyn yeterliliği		-.19*
Yorum sıklığı		
1.aşama	.13	
Facebook kullanım sıklığı		.24***
Facebook paylaşım sıklığı		.19*
2.aşama	.02	
Facebook kullanım sıklığı		.24***
Facebook paylaşım sıklığı		.05*
Ebeveyn yeterliliği		-.15*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tartışma

Bu araştırmanın amacı Facebook ebeveyn gruplarının ebeveynler tarafından takip edilme nedenlerini, pasif ve aktif olarak takip edilme sıklığını ve bunun demografik, bireysel, Facebook kullanımı ve ebeveynlik ile ilgili değişkenler ile ilişkisini incelemektir. Araştırmanın bulguları, ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarındaki paylaşımları takip etme sıklıklarının paylaşım yapma ve yapılan paylaşımlara yorumda bulunma sıklıklarından daha fazla olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarını aktif olarak kullanmaktansa pasif olarak kullanmayı daha fazla tercih ettikleri şeklinde yorumlanabilir.

Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme nedenleri incelendiğinde bilgi alma ile ilgili olan ‘başka ebeveynlerin deneyimlerinden faydalanmak’ ve ‘ebeveynlikle ilgili bilgi edinmek’ nedenlerinin en fazla raporlanan nedenler olduğu görülmektedir. Bu nedenleri ‘çocuklarla yapılabilecek etkinlikler hakkında bilgi almak’ ve ‘yaşanılan sorunlarla ilgili çözüm aramak’ takip etmektedir. Sosyal destek alma ile ilgili olan ‘yalnız olmadığını hissetmek’ ve ‘başka ebeveynler tarafından desteklenmek’ nedenleri ise en az raporlanan nedenlerdir. Bu bulgular, ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarını sosyal desteğe ulaşmaktansa ağırlıklı olarak ebeveynlikle ilgili bilgi almak amacıyla kullandıklarını göstermektedir. Bu da popüler bir uygulama olan Facebook gruplarının bilgiye ulaşmak için önemli bir kaynak olduğuna işaret etmektedir. Ebeveynlerin

Facebook kullanımını genel olarak ele alan araştırmalar ile karşılaştırıldığında mevcut bulgular bu çevrim içi sosyal ağ sitesinin öncelikli olarak bir bilgi kaynağı olarak kullanıldığını gösteren araştırma bulgularıyla örtüşmektedir (Haslam ve arkadaşları, 2017; Ögel-Balaban ve Altan, 2020).

Facebook ebeveyn gruplarının pasif takip edilme sıklığı ile ilişkili olan faktörler incelendiğinde daha yüksek eğitim düzeyine sahip olan ebeveynlerin bu grupları daha sık takip ettikleri bulunmuştur. Bu bulgu eğitim düzeyi daha yüksek olan ebeveynlerin ebeveynlikle ilgili daha çok bilgiye erişme istek ve ihtiyaçlarından kaynaklanıyor olabilir. Yukarıda tartışıldığı gibi Facebook ebeveyn gruplarının bilgiye ulaşmak için bir araç olduğu göz önünde bulundurulduğunda eğitim seviyesi yüksek olan ebeveynler bu bilgi kaynağını da ebeveynlik ile ilgili bilgilerini arttırmak amacıyla daha sık kullanıyor olabilirler. Facebook ebeveyn gruplarının pasif olarak takip edilme sıklığı ile ilişkili olan bir diğer faktör ortalama çocuk yaşıdır. Yaşı daha küçük olan çocuklara sahip olan ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarını daha sık takip ettikleri bulunmuştur. Bu ebeveynlerin daha büyük yaşta çocukları olan ebeveynlere göre daha deneyimsiz oldukları düşünüldüğünde bu bulgu da Facebook gruplarının ebeveynlik için bir bilgi kaynağı olarak görülmesi ile açıklanabilir. Daha deneyimsiz olan ebeveynler daha çok bilgiye ulaşmak için Facebook ebeveyn gruplarını daha sıklıkla takip ediyor olabilirler. Bir diğer olasılık ise bu gruplarda ağırlıklı olarak tartışılan konuların küçük yaşta çocukların ebeveynlerini daha çok ilgilendiriyor olması olabilir. Ebeveyn gruplarında sıklıkla yemek, tuvalet eğitimi, davranış sorunları gibi konuların tartışılıyor olması daha büyük yaşlarda çocuğu olan ebeveynlerin bu gruplara ilgilerinin az olmasına ve bu grupları kendi çocukları ve deneyimleriyle ilgili bir kaynak olarak görmemelerine sebep olabilir. İleriki araştırmalarda Facebook ebeveyn gruplarının içerik analizi ile incelenmesi bu konuyla ilgili olarak daha çok bilgi sağlayacaktır.

Ortalama çocuk yaşına ek olarak Facebook ebeveyn gruplarının pasif olarak takip edilme sıklığının Facebook kullanımı ile ilgili değişkenlerden Facebook kullanım sıklığı tarafından pozitif olarak yordandığı da bu araştırmada gösterilmiştir. Ayrıca Facebook kullanım sıklığının ve Facebook’da paylaşımda bulunma sıklığının Facebook ebeveyn gruplarının aktif olarak takip edilme sıklığını da yordadığı bulunmuştur. Facebook kullanımının sıklığı ile Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme sıklığı arasındaki bu ilişkiler Facebook’u daha sık kullanan ebeveynlerin Facebook gruplarını daha sık takip ettiklerini göstermektedir. Bu bulgu, Facebook gibi çevrim içi sosyal ağlara karşı olan tutum ile açıklanabilir. Facebook’a karşı daha olumlu tutum içinde olan bireyler Facebook’u ve uygulamalarını daha sık kullanıyor olabilirler. Bir diğer etkili faktör ise Facebook kullanımındaki rahatlık olabilir. Facebook’u daha sık kullanan kişiler Facebook’a ve uygulamalarına daha hakim olduklarından dolayı bunları daha sık kullanıyor olabilirler. Bu yüzden ileriki araştırmalarda Facebook kullanımının yanı sıra Facebook’a karşı tutum ve Facebook kullanım rahatlığının da ölçülmesi Facebook gruplarının kullanım amaç ve şekillerinin daha iyi anlaşılması için önemli olacaktır.

Bu araştırmada ebeveynlik ile ilgili değişkenlerin de Facebook ebeveyn gruplarının takibi ile ilişkisi incelenmiş ve algılanan ebeveyn yeterliliğinin Facebook ebeveyn gruplarının aktif olarak takip edilme sıklığını negatif olarak yordadığı bulunmuştur. Algılanan ebeveyn yeterliliği düşük olan ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarında daha çok paylaşımda bulundukları ve başka üyeler tarafından yapılmış olan paylaşımlara daha fazla yorum yaptıkları gösterilmiştir. Algılanan ebeveyn yeterliliği düşük olan ebeveynler ebeveynlikle ilgili daha fazla bilgi kaynağına ihtiyaç duyuyor ve bunun sonucunda da kolay bir şekilde ulaşabildikleri Facebook ebeveyn grupları üzerinden paylaşımda bulunarak diğer ebeveynlerin bilgisine ve deneyimine başvuruyor olabilirler. Benzer şekilde, kendi düşük ebeveyn yetersizlikleriyle başetmek için başkaları tarafından onaylanma ihtiyacı duyuyor ve bu amaçla da ebeveyn gruplarındaki paylaşımlara yorumda bulunuyor olabilirler. Her ne kadar bu araştırmada paylaşımların ve yorumların içeriği

incelenmemiş olsa da öne çıkan bu olasılıklar ebeveynlik ile Facebook ebeveyn gruplarının ilişkisini inceleyen ileriki araştırmalarda dikkate alınmalıdır.

Bu araştırmada Facebook ebeveyn gruplarının takibi ile ebeveynlerin algılanan çevrim dışı sosyal destek ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki de incelenmiştir. Facebook'un bir sosyal destek aracı olarak kullanıldığı bulgusundan yola çıkarak algılanan çevrim dışı sosyal destek düzeyi düşük olan ve kaygı düzeyi yüksek olan ebeveynlerin Facebook ebeveyn gruplarını daha sık takip edecekleri beklenmiştir. Fakat bulgular bu beklentiyi desteklememiştir. Facebook ebeveyn gruplarının takip edilme sıklığı ile algılanan çevrim dışı sosyal destek ve kaygı düzeyleri arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgu yukarıda belirtilen Facebook ebeveyn gruplarının sosyal ve duygusal destek amacıyla olmaktansa bilgiye erişmek amacıyla kullanıldığı bulgusunu destekler niteliktedir.

Haythornthwaite ve Wellman'in (2002) belirttiği gibi bireylerin çevrim içi gerçekleştirdikleri faaliyetleri ve bu faaliyetlerin günlük hayatın karmaşık yapısıyla ilişkisini incelemek internetin günlük hayat üzerindeki etkisini anlayabilmek için önemlidir. İnternetin ve çevrim içi sosyal ağların ebeveynlerin hayatındaki önemli yerini (Miyata, 2002) temel alarak gerçekleştirilen bu araştırma ebeveynlerin çevrim içi sosyal ağlardaki ebeveyn gruplarını farklı şekillerde takip etme sıklığına ve bunu etkileyen değişkenlere odaklanmıştır. Facebook ebeveyn gruplarının ebeveynler tarafından bir bilgi kaynağı olarak kullanıldığını ortaya koymuş ve böylelikle hayatın karmaşık bir parçası olan ebeveynlik ile çevrim içi sosyal ağların ilişkisinin anlaşılmasına katkıda bulunmuştur. Ayrıca, Facebook gruplarının sıklıkla kullanılmasına rağmen bu grupların kullanım şekilleri ve amaçları konusunda yapılmış olan araştırmalar azdır. Bu bağlamda da bu araştırma literatüre katkı sağlamaktadır. Araştırmada incelenen Facebook ebeveyn grupları Facebook kullanıcı hesabı olan çoğu ebeveynin rahatlıkla ulaşabilecekleri gruplardır. Bu da bu gruplar üzerinden kolaylıkla ulaşılabilen bilginin niteliğinin önemli olduğunun altını çizmektedir. Ebeveynleri doğru bilgilendirmek isteyen uzman kişi ve kurumların Facebook ebeveyn grupları oluşturarak ebeveynlere ulaşabileceği de bu araştırmanın önemli çıkarımlarından biridir. Çevrim içi sosyal ağ sitelerinin Aralık 2019 tarihinde başlayan yeni tip koronavirüs (COVID-19) salgını ve bu salgının yayılmasını önlemek amacıyla alınan önlemler dolayısıyla yaşanan olumsuz duygularla ve sosyal izolasyonla başetmek için faydalı olabileceği belirtilmiştir (örn., Buheji, Jahrami ve Dhahi, 2020; Devi, 2020; Fiorillo ve Gorwood, 2020; Polizzi, Lynn ve Perry, 2020; van Bavel ve arkadaşları, 2020). Bu açıdan bakıldığında Facebook gruplarının salgın sürecinde önem kazanacağı düşünülebilir. Mevcut araştırmanın bulguları çerçevesinde, salgın döneminde Facebook ebeveyn gruplarının ebeveynler için bilgi kaynağı işlevini devam ettireceği ve sosyal destek işlevinin de artacağı ön görülebilir.

Bu araştırma Türkiye'de yaşayan, teknoloji okur-yazarı olan anne katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Sosyal ve kültürel değişkenlerin çevrim içi sosyal ağ sitelerinin kullanımını etkilediği düşünülmektedir (Hardey, 2002). Bu yüzden, bu araştırmanın genellenebilirliği örneklemin yapısı göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir. Gelecekte farklı sosyal yapı ve kültürlerden anne ve babalarla gerçekleştirilecek araştırmalar çevrim içi sosyal ağlardaki ebeveyn gruplarının yapısı, takip edilme nedenleri ve bu nedenleri etkileyen değişkenlere dair daha fazla bilgi sağlayacaktır. Bununla beraber, bu araştırma bir anket araştırmasıdır. Katılımcıların bireysel raporlarına dayanan bu yöntemde katılımcı tepkiselliği ortaya çıkabilmektedir (Kantowitz, Roediger ve Elmes, 2009). İleride farklı yöntemlerle gerçekleştirilecek ve bu araştırma gibi enlemesine kesitsel araştırmalarda ulaşamayan sebep-sonuç ilişkilerinin görülmesini sağlayabilecek boylamsal araştırmalar çevrim içi sosyal ağların kullanımı ile ebeveynlik arasındaki ilişkiye daha fazla ışık tutacaktır.

Kaynaklar

- Allard, R. T. F. (2018, Ekim 23). Facebook groups every mom should join [Web blog paylaşımı]. Erişim adresi: <http://redtri.com/facebook-groups-moms-groups-to-join/>
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S.J., Glassman, M., Kamp Dush, C.M. ve Sullivan, J.M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61, 455-569.
- Bender, J. L., Jimenez-Marroquin, M. ve Jadad, A.R. (2011). Seeking support on Facebook: A content analysis of breast cancer groups. *Journal of Medical Internet Research*, 13(1), 1-12.
- Boyd, D. ve Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated communication*, 13, 210-230.
- Buheji, M., Jahrami, H. ve Dhahi, A.S. (2020). Minimising stress exposure during pandemics similar to COVID-19. *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 10(1), 9-16.
- Casteleyn, J., Mottart, A. ve Rutten, K. (2009). How to use Facebook in your market research. *International Journal of Market Research*, 15 (4), 439-47.
- Chu, S. (2011). Viral advertising in social media. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 30-43.
- Cooper, P. (2018, Kasım 13). 41 Facebook stats that matter to marketers in 2019 [Web log paylaşımı]. Erişim adresi: <https://blog.hootsuite.com/facebook-statistics/#general>
- Derlega, V. J. ve Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. In G. J. Chelune (Ed.), *Self-disclosure: Origins, Patterns and Implications of Openness in Interpersonal Relationship* (pp. 151–176). San Francisco: Jossey-Bass.
- Devi, S. (2020). Psychological resilience and coping strategies during COVID-19 pandemic lockdown. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 7(4), 2925-2933.
- Digital in 2020 (2020). <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Eker, D., Arkar, H. ve Yıldız, H. (2001). Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenirliği. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 12, 17-25.
- Farmer A.D., Bruckner Holt, C.E.M., Cook M.J. ve Hearing S.D. (2009). Social networking sites: a novel portal for communication. *Postgraduate Medical Journal*, 85, 455-459.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage Publications.
- Fiorillo A. ve Gorwood P. (2020). The consequences of the COVID-19 pandemic on mental health and implications for clinical practice. *European Psychiatry*, 63(1), 32, 1–2 .
- Gibson, L. ve Hanson, V. L. (2013). Digital motherhood: How does technology help new mothers? *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 313-322. New York: ACM Press.
- Güler, M. ve Yetim, Ü. (2008). Ebeveyn rolüne ilişkin kendilik algısı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması [Self-Perception of Parental Role Scale: Reliability and validity study]. *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(22), 34–43.
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: Embodiment and identity through the Internet. *Sociological Review*, 50, 570-585.
- Haslam, D. M., Tee, A. ve Baker, S. (2017). The use of social media as a mechanism of social support in parents. *Journal of Child and Family Studies*, 26, 2026-2037.
- Haythornthwaite, C. ve Wellman, B. (2002). The internet in everyday life: an introduction, B.Wellman ve C. Haythornthwaite (Yay. Haz.). *The Internet in everyday life* içinde (s.3-41). Oxford: Blackwell.

- Jang, J. ve Dworkin, J. (2014). Does social network site use matter for mothers? Implications for bonding and bridging capital. *Computers in Human Behavior*, 35, 489-495.
- Kantowitz, B. H., Roediger, H.L., & Elmes, D.G. (2009). *Experimental psychology*. Belmont: Wadsworth-Cengage Learning.
- Kemp, S. (2019). *Digital in 2019* (Research Report). Erişim adresi: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- MacPhee, D., Benson, J. B. ve Bullock, D. (1986). Influences on maternal self-perceptions. *Paper presented at the Fifth Biennial International Conference on Infant Studies in Los Angeles*, Los Angeles.
- Miyata, K. (2002). Social support for Japanese mothers online and offline, B.Wellman ve C. Haythornthwaite (Yay. Haz.). *The Internet in everyday life* içinde (s.520-548). Oxford: Blackwell.
- Mohsin, M. (2020, Mayıs 10). 10 Facebook statistics every marketer should know in 2021 [Web log paylaşımı]. Erişim adresi: <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics#:~:text=Facebook%20has%202.60%20billion%20monthly,site%20on%20a%20daily%20basis>.
- Morris, M. R. (2014). Social networking site use by mothers of young children. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*, 1272-1282.
- Ögel-Balaban, H. Ve Altan, Ş. (2019). The use of Facebook by Turkish mothers: Its reasons and outcomes. *Journal of Child and Family Studies*. doi:10.1007/s10826-019-01568-5
- Öner, N. ve Le Compte, A. (1983). *Durumluk - Sürekli Kaygı Envanteri El Kitabı*, Number: 333. İstanbul: Bogazici Universitesi Yayinlari
- Park, N., Kee, K. F. ve Valenzuela, S.(2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology & Behavior*, 12 (6), 239-733.
- Polizzi, C., Lynn, S. J., Perry, A. (2020). Stress and coping in the time of COVID-19: Pathways to resilience and recovery. *Clinical Neuropsychiatry*, 17(2), 59-62.
- Spielberger, C. D., Gorsuch, R. L., Lushene, R., Vagg, P. R. ve Jacobs, G. A. (1983). *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, M. J., Crum, A. J., Douglas, K. M., Druckman, J. N. Drury, J., Dube, O., Ellemers, N., Finkel, E. J., Fowler, J. H., Gelfand, M., Han, S., Haslam, S. A., Jetten, J.,...Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behavior*, 4, 460-471.
- Zimet G. D., Dahlem N. W., Zimet S. G. ve Farley, G. K. (1988). The Multidimensional Scale of Percieved Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52, 30-41.