

**T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİNDE BENLİK SAYGISI İLE
İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sergen ÖZDEMİR

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Müjen İLNEM

İstanbul – 2021

TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Sergen ÖZDEMİR
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Sosyal Medya Bağımlılığının Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı ile İlişkisinin İncelenmesi
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : Psikoloji
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 06/07/2021
- SAYFA SAYISI** : 70
- TEZ DANIŞMANLARI** : Dr. Öğr. Üyesi Müjen İLNEM
- DİZİN TERİMLERİ** : Sosyal Medya, Bağımlılık, Benlik Saygısı
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu araştırmanın amacı sosyal medyada vakit geçiren üniversite öğrencilerinin, sosyal medya bağımlılıkları ile benlik saygıları arasındaki ilişkilerin incelenmesidir.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Sergen ÖZDEMİR

**T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİNDE BENLİK SAYGISI İLE
İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sergen ÖZDEMİR

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Müjen İLNEM

İstanbul – 2021

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Sergen ÖZDEMİR

.../.../2021



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Sergen ÖZDEMİR'in 'Sosyal Medya Bağımlılığının Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı ile İlişkisinin İncelenmesi' adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji anabilim dalı, Klinik Psikoloji bilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan *Dr. Öğr. Üyesi Müjgan İLNEM*
(Danışman)

Üye *Prof. Dr. Salih Yaşar ÖZDEN*

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Tuncay BARUT*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

... / ... / 2021

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE BENLİK SAYGISI İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Giriş: Teknolojinin de gelişip farklılaşmasıyla sosyal medya bağımlılığı son yıllarda psikoloji literatüründe de incelenen önemli bir konu olmuştur. Bireylerin psikolojik sağlıkları üzerinde önemli etkileri bulunan sosyal medya bağımlılığının benlik saygısıyla olan ilişkisini bu araştırmada inceledik.

Amaç: Bu araştırmada sosyal medyada vakit geçiren üniversite öğrencilerinin, sosyal medya bağımlılıkları ile benlik saygıları arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Gereç ve Yöntem: Yapılan araştırmada, katılımcılara içerisinde kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'nin yer aldığı anket uygulanmıştır. Çalışmada 180 kadın ve 130 erkek olmak üzere toplam 310 kişi yer almıştır.

Bulgular: Yapılan analizlerde demografik değişkenlere göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı puan ortalamalarının anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür. Korelasyon analizinde yaş, sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı puanlar arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Son olarak regresyon analizinde sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan sosyal izolasyonun benlik saygısı puanını anlamlı şekilde yordadığı görülmüştür.

Sonuç: Yapılan çalışma üniversite öğrencisi örnekleminde sosyal medya bağımlılığının psikolojik sağlık üzerindeki etkilerini göstermektedir. Ayrıca demografik karşılaştırmalar sonucu elde edilen bulgular uzmanlara güncel bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, bağımlılık, benlik saygısı

SUMMARY

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND SELF-ESTEEM IN UNIVERSITY STUDENTS

Introduction: With the development and differentiation of technology, social media addiction has become an important issue that has been examined in the psychology literature in recent years. In this study, we examined the relationship between social media addiction, which has significant effects on individuals' psychological health, and self-esteem.

Purpose: In this study, the relationships between social media addiction and self-esteem of university students who spend time on social media were examined.

Materials and Methods: In the study, a questionnaire including personal information form, Social Media Addiction Scale and Rosenberg Self-Esteem Scale was applied to the participants. A total of 310 people, 180 women and 130 men, took part in the study.

Findings: In the analysis, it was seen that the social media addiction and self-esteem mean scores of the participants differed significantly according to demographic variables. Significant relationships were found between age, social media addiction and self-esteem scores in correlation analysis. Finally, in the regression analysis, it was seen that social isolation, a subscale of social media addiction, significantly predicted self-esteem score.

Conclusion: The study shows the effects of social media addiction on psychological health in a sample of university students. In addition, the findings obtained as a result of demographic comparisons provide up-to-date information to experts.

Key Words: social media, addiction, self-esteem

İÇİNDEKİLER

| | |
|-----------------------|------|
| ÖZET..... | i |
| SUMMARY | ii |
| İÇİNDEKİLER | iii |
| KISALTMALAR | vi |
| TABLolar LİSTESİ..... | vii |
| EKLER LİSTESİ | viii |
| ÖNSÖZ..... | ix |
| GİRİŞ | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

| | |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI | 5 |
| 1.2. SOSYAL MEDYANIN TARİHÇESİ | 8 |
| 1.3. SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ | 9 |
| 1.4. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI | 10 |
| 1.5. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR..... | 13 |
| 1.6. BENLİK SAYGISI | 15 |
| 1.7. BENLİK SAYGISINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER | 21 |
| 1.8. BENLİK SAYGISI İLE İLGİLİ KURAMSAL GÖRÜŞLER..... | 22 |
| 1.9. BENLİK SAYGISININ TÜRLERİ | 24 |
| 1.9.1. Düşük Benlik Saygısı | 25 |
| 1.9.2. Yüksek Benlik Saygısı | 25 |
| 1.10. BENLİK SAYGISIYLA İLGİLİ YAPILAN ARAŞTIRMALAR | 26 |

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

| | |
|----------------------------------------------|----|
| 2.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ..... | 27 |
| 2.2. EVREN VE ÖRNEKLEM..... | 27 |
| 2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLAR..... | 27 |
| 2.3.1. Kişisel Bilgi Formu | 27 |
| 2.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği | 28 |
| 2.3.3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği | 28 |
| 2.4. İŞLEM..... | 28 |
| 2.5. VERİLERİN ANALİZİ | 29 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
BULGULAR

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
TARTIŞMA

| | |
|-------------------------------|-----------|
| SONUÇ VE ÖNERİLER..... | 44 |
| KAYNAKÇA | 45 |
| EKLER..... | 54 |



KISALTMALAR

DSM : Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders



TABLÖLAR LİSTESİ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri İçin Sayı ve Yüzde Dağılımı | 30 |
| Tablo 2. Araştırma Ölçek ve Altboyut Toplam Puanları İçin Betimleyici İstatistik.. | 31 |
| Tablo 3. Cinsiyete Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi | 31 |
| Tablo 4. Maddi Duruma Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi | 32 |
| Tablo 5. En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi | 33 |
| Tablo 6. Sosyal Medyadaki Kişi Sayısına Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi | 35 |
| Tablo 7. Sosyal Medyaya Ayrılan Süreye Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi | 36 |
| Tablo 8. Yaş, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Toplam Puanları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi..... | 37 |
| Tablo 9. Benlik Saygısı Puanı Yordayıcılarının İncelenmesi | 38 |

EKLER LİSTESİ

EK A : Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu

EK B : Kişisel Bilgi Formu

EK C : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

EK D : Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği



ÖNSÖZ

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, tanıştığım ilk günden itibaren değerli bilgilerini benimle paylaşan ve sorunlarımızı hızlı bir şekilde çözen kısaca desteğini hiç esirgemeyen danışman hocam; Dr. Öğr. Üyesi Müjen İLNEM'e, çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen arkadaşım Uzm. Klnk. Psk. Erdi BAHADIR'a ve çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve yaşamımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Sergen ÖZDEMİR

GİRİŞ

Bireyler komünikasyon teknolojilerinde yol alınan gelişmelerle birlikte artık sanal yerlerde birbirlerine çok uzak olmalarına rağmen birbirleriyle haberleşip, görüşebilmektedirler. Bu da sosyalleşmenin farklı bir yönü olarak karşımıza gelmektedir. Yüz yüze haberleşmenin, iletişim kurmanın yerine geçmeye hak kazanan bu yön zaman geçtikçe daha fazla tercih edilir şekilde gözükmeye başlamıştır. Böylece sosyalleşme daha değişik bir tarza geçmiştir. Bireyler internet aracılığıyla çoğu da sosyal medya uygulamaları üzerinden iletişime geçmeyi tercih etmiştir. İletişim sağlamanın yanında fotoğraf, video paylaşma, aktüel haberleri takipte olma, oyun oynama, bilgi alma vb. gibi birçok emellerle çoğalan sosyal medya kullanımı bireyin günlük ve akademik hayatını, bağlarını ve sağlığını negatif anlamda etkilediği için tartışılabilen bir konu haline gelmiştir (Hawi ve Samaha, 2017). Şu anki gündelik yaşantımızda toplumdaki bireylerin çoğunluğunu etkileyen en önemli sorun internet ve özellikle de sosyal medyanın kullanımının çoğalmasdır. İnternet ilk çıktığında sadece iletişimi ve bazı bilgiler paylaşımına yer verirken şu an sosyal medya sayesinde bireylere yepyeni fırsatlar sunmaktadır. Sanal dünyada çok farklı kişiliklere bürünen bireyler hayatının büyük bölümünü sosyal medya site ve uygulamalarında vakit geçirmeye ayırmaktadır (Gemmill ve Peterson, 2006).

Bilhassa teknolojinin ilerleyip genişlemesiyle birlikte bireylerde iletişimin genelinin internet ve sosyal medya aracılığıyla sağlandığı görülmektedir. Artık kafe ve bu tarz yerler gibi sosyalleşme ortamlarının yerini Whatsapp ve Facebook vb. gibi sosyal medya uygulamaları almış vaziyettedir. Sosyal medya yerleri bireylere daha fazla zaman sağlarken, toplumsal ilişkiler içinde negatif etkilere sahiptir. Böylelikle internetin her yerde fazla kullanılması ve sosyal medyanın günden güne kullanımının artmasıyla gelişiminin devam etmesi sosyal medya bağımlılığı kavramını göz önüne çıkarmıştır (Hawi ve Samaha, 2017). LaRose, Kim ve Peng (2010)'a göre sosyal medya bağımlılığı insanların hayatına negatif biçimde girmektedir. Genellikle genç kullanıcılar sosyal medyayı sürekli, aralıksız şekilde kullanır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Bildirişimin sosyal medyaya kayması insanların daha fazla birbirlerinden etkilenmesine ve benlik saygısının azalmasına neden olmaktadır (Buote, Wood ve Pratt, 2009). Bu vaziyet ise insanlar arasındaki iletişimi, dostlukları

ve hissiyat düzenleme becerilerini etkilemektedir (Bowlby, 2012). Bu nedenlerden dolayı sosyal medya bağımlılığının hayatımızda daha önemli bir konuma gelmesiyle birçok probleme neden olmaktadır (Moss, 2014). Sosyal medya bağımlılığıyla bireylerin birbiriyle olan bağlantılarının bozulması ve benlik saygısının azalması toplumda bazı problemlere neden olmaktadır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Bu problemler, sosyalleşmeyi tümüyle sanal dünyada gerçekleştiren insanın etrafındaki dostları, ailesi ve çalışma arkadaşlarıyla olan bağını etkilemektedir (LaRose, Kim ve Peng, 2010). Bu vaziyet ilk başta bireyin yalnızlaşmasına, zamanla topluluktan uzaklaşmış hale dönüşmesine, özgüven azalmasına ve diğer insanlara yönelik özgüvenin azalmasına neden olmaktadır (Lee, 2017).

Araştırmanın Amacı

Toplumda yaşayan çoğu kişiyi etkisi altına almış sosyal medya, özellikle de üniversite öğrencisi olan gençler üzerinde etkin olmuştur. Günümüzde sosyal medya programları boş vakitleri değerlendirme açısından veya sosyal ortamlara katılmak için bir aracı haline gelmiş çok önemli bir mecradır. Bilgisayar teknolojisinin ilerleyip internetin yaygınlaşması ile ve cep telefonlarımızın internete girebilmesiyle sosyal medya hızla yayılmıştır ve çoğu genci etkisi altına almıştır. Bu ilerlemenin kişilerin ulaşmak istediği bilgiyi daha çabuk elde etmesi, daha az çaba harcayarak kolay şekilde iletişim kurabilmesini sağlamıştır ve böylelikle kişiler daha fazla sosyalleşebilmişlerdir. Bu durumun olumsuz yönleri ise kişilerin daha az hareket etmesi, karşılıklı (yüz yüze) iletişimin çok azalmış olması, zamanın verimsiz şekilde kullanılması ve bu duruma bağımlı olmasıdır. Sosyal medya kullanımının ortaya koyduğu bu olumsuzluklar üniversite öğrencilerini etkileyerek benlik saygılarında önemli problemler yarattığı düşünülmektedir. Bu sebeple bu tezin amacı sosyal medyada çok vakit geçiren üniversite öğrencilerinin benlik saygılarındaki azalma veya artmasındaki etkisini inceleyip tespit ederek bu yönde yapılan araştırmalara bir kaynak olması planlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

İlerleyen teknolojiyle beraber sosyal medyanın kişinin yaşamının her köşesinde karşısına çıktığı görülmektedir. Bu sebeple sosyal medya bağımlılığı olgusu ile yaşamımızda karşı karşıya kalabilmekteyiz. Sosyal medya bağımlılığı olgusunun tanınması ve toplumun bu konuda bilinçlenmesi için yapılan bu araştırmaların yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile benlik saygısı arasındaki ilişkisini araştırmanın ve dolayısıyla bunların günlük hayata yansımaları ile ilgili yanıtlarına ulaşarak onlara bilinç sağlamaktır. Yani bir başka söylemde bu konuda kişilerin farkındalığını arttırarak bağımlılığının azaltılması ya da en düşük seviyeye getirilmesi için önlemler alınmasını sağlamak ve başka araştırmalara da kaynak olabilmektir.

Araştırmanın Hipotezleri

Yapılan çalışmanın hipotezleri şu şekildedir:

1. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı düzeyleri demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.
2. Sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında anlamlı ilişki vardır.
3. Sosyal medya bağımlılığı benlik saygısı düzeyini anlamlı şekilde yordamaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan çalışma;

1. Sosyal medya bağımlılığı puanlarına ilişkin veri girdileri sadece Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin ölçtüğü özellikler ile sınırlıdır.
2. Benlik Saygısı puanlarına ilişkin veri girdileri sadece Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinin ölçtüğü özellikler ile sınırlıdır.
3. Bu çalışma İstanbul ilinin Avrupa Yakası'nda bulunan bir devlet üniversitesi olan İstanbul Üniversitesi'nde öğrenim gören 310 üniversite öğrencisi ile sınırlıdır.

Araştırmanın Varsayımları

Yapılan alışmada;

1. Araştırmada veri toplama aşamasında kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı leği ve Rosenberg Benlik Saygısı leği'nin yeterli olduğu varsayılmıştır.
2. Üniversite ğrencilerinin sorulan soruları iyi anladıkları ve samimi şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.
3. Seçilen örneklemin evreni temsil etme açısından yeterli olduğu varsayılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Bilim ve haberleşme teknolojilerinin süratle ilerlemesiyle internet gün geçtikçe yaşam içinde daha da önemli hale gelmiştir. Sosyal medyada bulunanlar profilleriyle sanal dünyada farklı birçok kültürden bireylerle etkileşime geçerek, günlük yaşamda yaptıkları jest ve mimikleri bazı sembollerle göstermektedir (Tektaş, 2014). Akar (2010)'ın ifadesiyle sosyal medya; Web 2.0 teknolojileri içerisine koyulan, toplumsal bağlantı, toplum oluşumu ve anlaşma sağlayan internet siteleri şeklinde tanımlanmaktadır. Solis (2010) ise sosyal medyanın teknolojiden farklı olarak toplumsal bilimlerle alakalı olduğunu ifade etmektedir. Çünkü sosyal medyada bireylerin oluşturduğu içerikler, videolar, resimler ve tartışmalar yine diğer bireylerce görülmektedir. Sosyal medya, alışmışlık ve ihtiyaç şeklinde karşımıza çıkan, farklı yer, eğitim seviyesi ve gelenekten olan kullanıcıların gereksinimlerini karşılayan bir yerdir. Sosyal medya sürekli güncellenen, birden fazla kullanımlara olanak sağlayan fotoğraf ve video yüklenebilen bir yerdir. Kullananlar sosyal medya sayesinde düşündüklerini farklı kişilerle paylaşabilir, farklı kişilerle tartışabilir ve yeni ilginç düşüncelerin gün yüzüne çıkmasını sağlayabilir. Kısacası bireyler kendi yaşamlarını sanal dünyaya taşıyabilirler (Vural ve Bat, 2010). Yapılan bu tanımların ortak noktası sosyal medyanın bireyler arası iletişime ve paylaşmaya izin veren bir özellikte platform olmasıdır.

Mayfield (2008) sosyal medyanın en önemli beş faktörünü bu şekilde sıralamıştır:

1) İştirak: Bir konu veya olayla ilgili çoğu kişinin o konuya dahil olması ve geri dönüt alabilmesi katılım faktörü ile alakalı.

2) Toplum: Dünyanın her yerinden farklı ilgileri olan ya da aynı hedefler için uğraşan bireyler toplanıp, topluluk oluşturabilir.

3) Duruluk: Sosyal medyada konu farketmeksizin herkes oylama yapıp, katılıp, bazı ölçümlerde bulunabilir.

4) İlişkililik: Sosyal medya uygulamaları diğer uygulamalarla ve internetteki başka sitelerle bağlantılıdır. Sosyal medya aynı zamanda aidiyet duygusunu da fazlaştırmaktadır.

5) Mütakabil konuşma: Sosyal medya klasik medya uygulamalarından farklı olarak karşılıklı iletişime yöneliktir. Bu faktörler tüm sosyal medya uygulamalarında yer almaktadır. Sosyal medya uygulamalarının bazı noktaları benzer olmasına nazaran içerik ve amaçsal olarak farklı alt dallara bölünebilmektedir. Bireyin hissel ve ruhsal gereksinimlerini karşılayan sosyal medya sosyalleşebilmek, boş zamanları uygun kullanabilmek, farklı cinsten bireylerle ilişki sağlamak gibi birçok alanda etkiye neden olmak normal yaşantının bir yeri şekline dönüşmüştür (Babacan, 2016).

Sosyal medyanın tinsel tatmin sağlamanın nedenleri de şunlardır (Tarhan ve Nurmedov, 2013):

- Etkileyici yanı vardır.
- İçeriksel olarak geniş olması takdir edilmesinde rol alır.
- Bireyi onaylayıcı yönlere sahiptir.

Sosyal medya kullananların sahip olduğu imkanlar bu şekilde sıralanmaktadır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007):

- Dijital bir görüntü ortaya koyabilmek,
- Online bir hüviyetle sosyalleşebilmek,
- Hisselerini, düşüncelerini ve yorumlarını dile getirebilmek,
- Fotoğraf, video ve ses kaydı yükleyip, başka bireylerin paylaştıklarını görebilmek,
- Kendine özgü ilgi alanlarıyla ilgili bireylerle ve gruplarla bağlantı kurabilmek,
- Seri şekilde ve kolay bir şekilde sesli, görüntülü ya da yazısal olarak iletişim kurabilmek,
- Bireyin kendine özgü bir takipçi ve arkadaş listesi oluşturabilmesi,
- Yeni bilgi ve haberlere ulaşabilmek gibi birçok olanak sosyal ağ uygulamaları tarafından temin edilmektedir. Sosyal medyanın kullanım maksatları bireyden bireye değişmektedir.

Hazar (2011) sosyal ağ kullanım maksatları olarak yeni bilgileri öğrenmek, haberleşebilmek, eğlenceli zaman geçirmek, video, fotoğraf ya da müzik paylaşmak, sanalda oyun oynamak, para kazanmak biçiminde sıralanmaktadır. Genel olarak incelendiğinde yeni sosyal etkileşime girmek ve var olanları geliştirmek, yaşamdaki şahsi bilgileri paylaşmak ve aynı düşünce, emeller etrafında bir araya gelmiş bireylerle karşı karşıya gelmek sosyal ağların kullanım emelleri olarak görülmektedir. Barker (2009) erkek ve kadınların yekdiğerlerinden ayrı motivasyon ve emellerle sosyal ağ kullandıklarını ortaya sunmuştur. Böylelikle kadınlar daha fazla gruplara katılma ve zevkli zaman geçirmek için sosyal ağlarda takılırken erkekler sosyal olma amaçlı ve bilgi edinme amaçlı sosyal ağları seçmektedirler. Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanım hedeflerini tespit etmek için yapılan bir incelemede, öğrencilerin %81'nin uzaktaki dostlarıyla ilişki kurabilmek, %61'nin başka kişileri takip etmek, %48'inin hısımları ve aileleriyle iletişimde bulunmak ve %35'inin arkadaşlarıyla program yapmak amacı ile sosyal ağ kullanmış olduğu tespit edilmiştir (Kujath, 2011). Bunların bütünü birleştirilince çağımızda insanlar, sosyal anlamda gereksinimlerini karşılamak, kendilerini açıklayabilmek ve kendilerini tanıtabilmek için aktif şekilde sosyal ağlarda takılmaktadırlar (Gosling, Gaddis ve Vazire, 2007). Sosyal medyayı kullananların çok fazla tercihte bulunduğu aktiviteler şu biçimde sıraya koyulmuştur (Universal McCann, 2009):

- Dostlarına mesaj yollamak (%81,5)
- Fotoğraf atmak (%76,3)
- Eski dostlarıyla iletişim kurabilmek (%76,3)
- Yeni dostlar edinmek (%56,4)
- Gruba girebilmek (%47,9)
- Sevdiği müzikleri sıralamak veya paylaşmak (%35,3)
- Video çekip, paylaşmak (%33,1)
- İş yaşamı nedeniyle bağlanmak (%29,9)

1.2. SOSYAL MEDYANIN TARİHÇESİ

Sosyal medyanın tarihsel zaman bilim incelemesi, yaşamımızın değerli bir parçası şekline gelen ve günden güne yaşamımızdaki önemi giderek büyüyen sosyal ağların ne kadar hızlı ilerlediğini göstermektedir. Sosyal medya yaşamımızın son 10 senedeki bir dönemde sıklıkla kullanılacak olan bir ifade diyebilmemize karşın tarihi 1970'lere varmaktadır. 1978'de Ward Christensen ve RandySuess isimli iki bilgisayar heveslisi, dostlarıyla daimi olarak iletişim sağlamak ve bilgi paylaşmak amacıyla BBS adı ile bir yazılımı yaşama getirmiş ve ilk sosyal medya örneğini açıklığa kavuşturmuştur. 1988 senesinde bağlantı ve sosyal paylaşım sitesi IRC (Internet Relay Chat)'nin kurulmasıyla daha fazla geliştirilen sosyal ağ, kullanıcıların bilinen şekilde daha işlevli olduğu ortama 1997 senesinde kurulmuş olan SixDegrees sitesiyle birleştirerek sokmuştur. 1999 senesinde ise LiveJournal adı ile bir blog sitesi yapılmış, kullananlar bu sayede başka kişileri takip ederek, grup oluşturabilir ve diğer insanlarla etkileşim kurabilmekteydi. 2002 senesinde Fotolog aplikasyonlarının yapılmasıyla beraber modern sosyal ağların da zeminleri atıldı. Bazı araştırmacılara göre 2002'de kurulmuş olan Friendster sitesi modern şekilde sosyal ağların ilk örneği olarak görülmektedir. 2003 yılından beri sosyal ağ ortamlarına artan ilgi pek çok benzer sosyal ağ sitesinin kurulmasına sebebiyet vermiştir (Hazar, 2011).

Farklı olarak 2003 senesinde çıkan LinkedIn, daha çok uzman iş sahibi bireyler için bilgi paylaşımı ve iletişim sağlama amacı ile kullanılacak olan web sitesidir (Akar, 2010). 2004'te kurulmuş olan Facebook ise çağımızda en fazla kullanılacak olan sosyal ağ sitelerinden birisidir. Facebook kullananların kendine özel sayfasında şahsi bilgilerinin ve arkadaş gruplarının olduğu bir liste bulunur. Kullananlar, bu ağ sayesinde başka bireylere mesaj atabilir, bazı toplumlara katılabilir, fotoğraf, video ve konum bildirimlerini paylaşabilirler. Facebook'taki arkadaşlık kurma, devam ettirme süreci herhangi bir kullananın arkadaş listesinde yer almasını istediği bir kişiye istek göndermesi ve istek gönderilen kişinin bu gönderiyeye onay vermesiyle başlayıp devam etmektedir. Youtube, 2005 senesinde çıkan ve kullananların video atıp, izlemesine, videolara yorum yapılmasına izin veren bir sosyal kullanan platformudur. 2006 senesinde çıkan Twitter, kullananlara 140 harflik mesaj yazabilme imkanı sağlayan, yapılan mesajların "tweet" olarak ifade edildiği bir yazılımdır (Bayraktutan ve ark. 2012). 2010 senesinde kurulmuş olan Instagram, kullananlara şahsi bir hesap sağlayarak etrafındakilerle fotoğraf ve video paylaşımı

yapabildikleri bir sosyal paylaşım platformudur. Bununla beraber 2010 senesinde çıkan Whatsapp Messenger; akıllı telefonlar için yapılmış, uygulamalar içi çalışma yönü olan resim, video, sesli ve yazılı mesaj atabilen bir mesajlaşma uygulamasıdır. Akıllı telefonlar için yapılan 2011 senesinde çıkarılan Snapchat anlık bir mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanıcıların ekledikleri bireylere fotoğraf, video, ses veya yazılı mesaj gönderebilme imkanı veren bu uygulamada gönderiler kaydedilmediği zaman bireyin belirlemiş olduğu zaman bitiminde uygulamadan ve kullanıcının telefonundan silinerek yok olmaktadır.

1.3. SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ

Sosyal medyada iletişim maliyetsiz, ulaşım kolay, süre ve yer sınırsızdır. Ama bu avantajların yanında karşılıklı iletişimi sınırlaması sebebiyle avantajlı da olmayabilir. Ama oluşan bu durumun da bazı avantajları olabilmekte karşılıklı iletişimde gereken durumlara ihtiyaç duyulmadan iletişim devam ettirilebilmektedir. Mesela makyaj yapmak ve giysilerinizi değiştirmek mecburiyetinde değilsenizdir, bir kişiyle bulduğunuzda yemek, içmek ve ulaşımı sağlamak amacıyla para harcamanıza lüzum kalmaz. "Ağzınızda kalan ketçap lekesiyle, eşofmanlarınızla belki yırtık çorap ve yağlanmış saçlarınızla sosyal ağ mecrasında harikalar yaratarak binlerce takipçi veya beğenen kişi sağlayabilirsiniz." Böylesine rahat bir ortamda kurulmuş olan iletişimler de değersiz şekle dönüşebilmektedir, bir bedel verilmediğinden de sıradan hale gelebilmektedir. Bu sıradanlık bir hazırlanma gerektirmediğinden normal yaşam sürerken içine girip normalleştirdiğimiz bir ortam olarak gerçek dünyada kendini beğenmeyen veya başka insanlar tarafından beğenilmeyeceği düşüncesine sahip olan bireylerin pek çok hayaline karşılık gelebilmektedir. Sosyal medyada kişiler arası bağlar bazen çabuk sağlanır ve çabuk da bitirilebilir. Geçen süreden çok ilişkisel bağ sayısının önemi çok daha fazladır. Avantajlı duruma gelebilmek için bağ sayısını (arkadaş sayısı, beğeni sayısı vb.) arttırmak gerekir (Hazar, 2011). Web teknolojisi ve akıllı telefonların iletildiğiyle, sosyal ağ her uygulamada bireysel ve ticari sebeplerle 7/24 kullanılıyor. Globalleşen dünyaya uyum sağlamak adına bu gelişmelerden uzak kalabilmek mümkün değildir. Bu da sosyal ağ kullanıcılarına pek çok avantaj ve dezavantajı beraberinde getirmektedir. Sağlık Bakanlığı 2014 senesinde "Sosyal

Medya Kullanımı" adıyla oluşturduğu yazıda sosyal ağların kullanıcılarına sağladığı olumlu yönleri aşağıdaki şekilde belirtmiştir;

- Eski dostlara ulaşmayı ve yeni dostlar edinmeyi sağlar,
- İletişimde yer ve süre kısıtlaması yoktur,
- Kişinin yaşam şekline ve fikirlerine denk sayfalar, ortamlar oluşturmasını sağlar,
- Yalnızlığın verdiği depresif duygu durumundan kurtulmasına olanak sağlar,
- Bilgiye ilk kaynağından ulaşmayı sağlar,
- Bununla birlikte sosyal medyanın olumsuz yönlerini de şu şekilde belirtmiştir,
 - Sanal dünyadan uzaklaşılmasıyla yaşanan şiddetsel hal ve depresif duygu durumu,
 - Kişisel, aile içindeki ve çalışma yaşamındaki mahrem bilgilerin ortaya dökülmesi,
 - Sosyal medyanın kullanımıyla kişinin asosyalleşmeye başlaması,
 - Narsisizme sebebiyet vermesi,
 - Zararlı bazı örgütlenmelerin oluşmasına olanak sağlaması.

1.4. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

Sosyal medya uygulamalarının fazlalaşması, web ağının ilerlemesi akıllı cep telefonu ve tablet vb. araçların hep elimizde olması sosyal medya kullanımının da artmasına neden olmuştur. Sosyal medya, gündelik hayatımızı daha kolay şekle dönüştüren, bireylerin birbirleriyle olan mesafelerini yakınlaştıran, kişilerin hayatındaki birçok gereksinimlerini karşılayan bir şey olarak karşımıza çıktığı için çoğunlukla olumlu yönleriyle anons edilmektedir (Bazarova, 2012; Boyd, 2014). Ama asıl bu tarafı bağımlılık döngüsüne kapılmasında temel nedenleri oluşturmaktadır. İçerik üreten ve tüketen yerde aynı zamanda olan kişi, sosyal medya aracılığıyla birden fazla duygusuna karşılık bulabilmekte, genellikle merak duygusunun sebebiyet verdiği bir şeyle sosyal medya kullanımı zamanla bağımlılık haline gelmektedir (Brandtzæg ve Heim, 2009). Gündelik hayatımızda çalıştığımız yerde, sokakta, yolculuk yaparken yani boş zamanların tamamında kullanılan sosyal

medyaya ayrılan zamanın giderek fazlalaşması da bağımlılık riskini arttırmaktadır. Bireyler arası etkileşime de olanak sağlamasının yanında oyun, eğlence, bilgi sağlama, araştırma yapabilme ve arama yapma gibi gereksinimlere de karşılık verebilecek konumda olan sosyal medya bu yetenekleri sayesinde de daha fazla ve uzun zamanlı kullanılmaya başlanmıştır (Aslanyürek, Gürdal, Dursun, Tunçel ve Ayan, 2015). Sosyal medya bağımlılığı, bireyin hayatında bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutta ilerleyerek kişinin özel hayatı ve çalışma hayatı, akademik ve sosyal alanlarda uğraşa neden olan mood- durum düzenlemeyi etkileyen tekrarlama ve çatışma gibi sorunlara neden olabilen psikolojik bir problem olarak adlandırılmaktadır (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016). Sosyal medya servisleri, kullananları daha fazla bu uygulamalarda zaman geçirmesini sağlamak için başka uygulamaları ve hizmetleri kullanıma açarak bağımlılığı desteklemiş olabilmektedir. Bu sayede yeni uygulamalar ve hizmetler farklı nedenlerle sosyal ağlara giren bireyleri etkisi altına alarak buralarda daha fazla zaman geçirmelerini sağlamaktadır. Bir yandan tüketim toplumuna hizmet veren ve tüketimi de göz alıcılığını esas alarak sosyal ağlar bağımlılığı arttırmaktadır. Web teknolojisinin tüm özelliklerini kendinde toplayan sosyal medya çevrimiçi oyun oynamak, mesajlaşmak, müzik dinlemek ve video izlemeyi sağlayan uygulamaların yer alması burada da bağımlılığın tetiklenmesinde rol oynamaktadır (Kırık, 2013). Hou, Xiong, Jiang, Song, ve Wang (2019) sosyal medya bağımlılığının kökeninde kendilik yapısı, farâzi benlik ve benmerkezciliğin yer aldığını söylemiştir. Sosyal ağların benmerkezci olması, bağımlı davranışların içeriğiyle bağlantılı olabilmesi düşünülerek kişilerin fazla kullanımına neden olabilmektedir. Sosyal ağlarda takılırken duyulan zevk ve tatmin hissi bireylerin kendilerini olumlu hissetmelerine sebep olarak cazibesini giderek çoğaltmaktadır. Kişi bu olumlu deneyimi daha fazla ve uzun zaman deneyimlemek için sosyal medyada daha çok süre yer almakta ve giderek bağımlı olmaya başlamaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011). Teknoloji bağımlılığı çeşidi sayılan sosyal medya bağımlılığı (Turel, Brevers, ve Bechara, 2018), başka gruba ehil olsa da internet bağımlılığının çeşitlerinden biri olarak sayılabilmektedir (Longstreet ve Brooks, 2017). Bu sebeple internet bağımlılığı için Young (1998) DSM IV (Ruhsal bozukluklar istatistiksel ve tanısal kılavuzu) ve daha sonra da DSM V de yer alan diğer tabiiyet ölçütlerinin aynılarının sosyal medya bağımlılığı için adapte etmek gerçek olacaktır. Ölçütlerin sosyal medya bağımlılığına adapte edilmesi şöyle olacaktır;

- 1) Sosyal medyada takılırken kendinizi dağılmış hisseder misiniz?
- 2) Kendinizi iyi hissetmek için sosyal medyada geçirdiğiniz zaman artmakta mıdır?
- 3) Sosyal medyada geçirilen vakti azaltmak veya bitirmek konusunda çaba gösterip başarısız oldunuz mu?
- 4) Sosyal medyada geçirilen vakti bitirdiğiniz anda kendinizi mutsuz, gergin ve asabi hisseder misiniz?
- 5) Başta kullanma sürenize göre sosyal medyada daha fazla vakitte dolanır mısınız?
- 6) Sosyal medyada bulunma sebebiyle iş iletişimlerinizde, çalışma ve eğitim hayatınızda sorunlarla karşı karşıya geldiniz mi?
- 7) Sosyal medyada bulunmanızdan dolayı ailenize, iş arkadaşlarınıza ve dostlarınıza yalan söylediğiniz zamanlar oldu mu?
- 8) Sosyal medyaya sorunlarınızın üstünü örtmek ve olumsuz duygulardan kaçmak için girer misiniz?

Yukarıda verilen 8 maddeden en az 5 tanesine evet yanıtını veren bireylerin sosyal medya bağımlısı olma olasılığı çok fazladır (Andreassen, Torbjörn, Brunborg ve Pallesen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012). Sosyal medya bağımlılığı yaşamın 5 değişik grupta yaşanan sorunlar şeklinde kendini gösterebilmektedir. Bunlar; eğitimsel yaşam, karşılıklı ilişkiler ve iletişim, çalışma yaşamı ya da parasal konular, uyku ve yeme gibi fizyolojik ve fiziki yaşam (Kuss ve Griffiths, 2011; Wolniczak vd., 2013). Kişinin sosyal medyada bulunduğu zaman uzadıkça hayattaki diğer alan ve bireylere ayrılan zaman düşmeye, ilgi çoğunlukla sanal dünyaya çevrilmeye başlamaktadır (Çam ve İşbulan, 2012). Bu vaziyet yukarıda yazıldığı gibi giderek devamlı önemli bir durum olmaya başlayarak bireyin hayatında her yöne dağılmaktadır. Bununla birlikte bağımlılık davranışında 38 dirim bilimsel, ruhsal ve sosyal koşulların tümünün birlikte olması bireyin tüm bu yanlarıyla birleşmiş olmasından dolayı sosyal medya bağımlılığının da yalnızca bir konuda değil pek çok konudaki problemlere sebebiyet vereceği ifade edilmektedir (Griffiths, 2005).

1.5. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Caz ve Bardakçı (2019), ‘‘Sosyal Medya Bozukluğu: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma’’ isimli araştırmasında 704 yüksek öğretim öğrencisinden veri almışlardır. Çıkan sonuçlarda, öğrencilerin % 44’ünün günlük 4 saat sosyal medyada buldukları görülmüştür. Sosyal medyada bulunma süresi fazlaştıkça bağımlılık düzeyi de fazlaştırmaktadır. Araştırmada sosyal medyayı vakit öldürmek için kullanan öğrencilerin bağımlılık seviyesini aktüel bilgi sağlamak ve haberleri izlemek için kullananlara göre manalı seviyede yüksek olduğu bildirilmektedir

Demir ve Kumcağız (2019), araştırmada sosyal medya bağımlılığını değişik değişkenler yönünden bakmışlardır. 194 kadın, 180 erkek toplam 374 talebeyle iletelen araştırmada, eğitimsel başarısı fazla talebelerde sosyal medya bağımlılığı az olduğu farkedilmiştir. Cinsiyet parametresine bakılarak bir değişikliğin olmadığı araştırmada, sosyal medyada bulunma zamanının fazlaştmasıyla bağımlılık seviyesinin arttığı görülmüştür. Başka olarak sosyal medyada bulunma nedeninin değişmesi de bağımlılıkta etkisinin olduğunu göstermektedir. Sosyal medyada müzik dinleyip, indirmek ve video izleyip, indirmek için takılanlar, eğitimsel araştırma ve muhabbet nedenli kullanan kişilere kıyasla daha yüksek seviyede bağımlıdırlar.

Singapur’da erişkin ve genç bireylerin birlikte olduğu toplam 5000 kişilik bir toplulukla yapılan araştırmada, genç bireylerin erişkin kişilere göre daha çok bağımlı oldukları ve bireylerin öz hüviyet algısı ile sosyal ağlarda gereğinden fazla bulunması arasında kuvvetli düzeyde ilişki olduğu görülmüştür (Ho, Lwin ve Lee, 2017).

Aktan (2018), ‘‘Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi’’ başlıklı araştırmasında Aksaray Üniversitesi’nde eğitim alan 147’si erkek, 149’u kadın 296 yükseköğretim öğrencisinden veri alınmıştır. Alınan bulgular sosyal medya bağımlılığının cinsiyet değişikliğinden kaynaklı farklılaşmadığını göstermektedir. Başka olarak beş sene ve daha fazla sosyal medyada bulunan bireylerin diğer bireylere kıyasla daha bağımlı olduğu ifade edilmiştir. Günde ortalama 5 saat ve daha fazla sosyal medyada zaman geçiren bireyler de daha az sosyal medyada bulunanlara kıyasla daha kuvvetli seviyede bağımlılık sergilemektedirler.

Ilgaz (2019), lise ve yükseköğretim talebelerine müteveccih sosyal medya bağımlılığı araştırmasında, 307 talebeden 301'inin sosyal medyada olduğunu yani sosyal medyada bulunanların %97,4 oranında olduğunu ifade etmektedir. Araştırmaya katılım gösterenlerin %50,81'inin bağımlı olduğu ve sosyal medya bağımlılığının gittikçe fazlalaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca kadın talebelerin erkeklere göre daha kuvvetli seviyede sosyal medya bağımlısı olduğu görülmektedir.

Hazar (2011), 248 yükseköğretim talebesiyle yaptığı araştırmada, öğrencilerin günde sosyal medyada bulunma müddetlerini irdelemiştir. Sosyal medya bağımlılığının kullanım zamanları fazlalaştıkça artış gözlemlendiği dikkate alındığında sosyal medyada bulunma zamanlarının önemi anlaşılmaktadır. Araştırmadan çıkan bulgulara bakarak, yükseköğretim öğrencilerinin %50,4'ü günde 2 ile 4 saat arasında, %9,7'si ise 5 saatten fazla sosyal medyada bulunmaktadır.

Tutgun-Ünal ve Deniz (2016), “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi” adlı araştırmasına devlet üniversitelerinden ve özel yükseköğretim kurumlarından 651 kadın, 383 erkek olarak 1034 talebe dahil olmuştur. Sonuçlara bakıldığında yükseköğretim talebelerinin genel olarak bağımlılıkları düşük görülmüştür. Yaş aralıklarına bakılarak bağımlılık seviyesinde değişimin bulunmadığı araştırmada, günde sosyal medyada bulunma zamanının fazlalaşmasıyla bağımlılık seviyesinin de arttığı ifade edilmiştir. Fakültelerin değişmesi göz önüne alınarak sonuçlar ele alındığında Fen-Edebiyat ve İletişim Fakültesi talebelerinin Mühendislik Fakültesindeki talebelere göre daha bağımlı oldukları ifade edilmektedir.

Çiftçi (2018), “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı” adlı araştırmasını iş akademisi talebeleri ile yürütmüştür. Talebelerin genel sosyal medya bağımlılık seviyesi ‘düşük bağımlılıkta’ olarak ifade edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı cinsiyet değişkenine göre manalı bir farklılık göstermemektedir. Sınıf düzeyine göre bakıldığında ise 2. sınıftaki talebelerin sosyal medya bağımlılığının 1. sınıftaki talebelere göre anlamlı seviyede yüksek olduğu ifade edilmektedir.

Ünlü (2018), 50 yaş üzeri kişilerle sosyal medya bağımlılığı ve sosyal yalıtım ile ilgili ilerlettiği araştırmasında, orta yaş üzerindeki bireylerin gittikçe daha fazla zaman sosyal medyada bulduklarını ifade etmiştir. Ayrıca akıllı telefon, tablet ve bilgisayar karşısında uzun zaman bulunan kişilerde göz sorunları, yükselen stres

nedeniyle şeker rahatsızlığı ve kalp hastalıkları, uykusuzluk gibi farklı rahatsızlıklarla karşılaşıldığı tespit edilmiştir.

1.6. BENLİK SAYGISI

Ruh biliminde bulunan önemli kelimelerden biri de "benlik" tir. Bireyler doğumlarından ölümlerine kadar bir sürü olaylar yaşayıp bunları tecrübe ederler ve diğer bireylerle olan iletişimleri de o kişilerin üstünde benliği olarak etkili olur. Kişi nötr olarak doğar ve fiziksel olarak da gelişimiyle doğrusal olarak benlik oluşturur. Bilinir ki kişinin fiziksel gelişimi belli bir yere kadar devam edecektir. Sonra ise devam eden bu ilerleme duracak ve bir zamandan sonra geriye gitmeye başlayacaktır. Fakat benlik bunun tinsel yönüyle alakalı olduğu için kişinin yaşamının sonuna kadar kendilik ve kendilik saygısını sürdürecektir. İyi olan bir kendilik gelişimi ruhumuzun sağlığı yönünden büyük öneme sahiptir (Tutar, 2012). Kendilik terimini, hümanist görüşün öncüsü Rogers görüngüsel yönden ele almıştır. "Ben kimim? Ben neyim ve ne yapabilirim?" sorularının yanıtları kendiliğin açıklaması olduğunu söylemektedir. Rogers'a göre kişinin kendisi ile alakalı kognisyonları, anlamaları ve eleştirileri onun kendilik şuurunu oluşturur. Kendilik şuru kişinin kendisini ne şekilde gözlemlediğini ortaya çıkarır (Tutar, 2012).

Rogers, kendilik şuurunda olumlu ya da olumsuz bir husus olabileceği gibi ikisinin ortasında bir husus olabileceğini de söylemektedir. Fakat kendilik şuurunun hep doğruyu göstereceği düşünülmemelidir. Rogers, kendilik teriminin ilerlemesini devrelere ayırarak bakmamış, bebeklik çağı ve çocukluk çağındaki bireyin diğer bireylerce ölçülme şekillerinin pozitif ve negatif tesirlerine bakmıştır. Kendiliği, ideal kendilik ve gerçek kendilik olarak ifade etmiştir. İdeal kendilik ile gerçek kendiliğin birbirinden bir değişikliği yoksa iki kendilikte entegrasyon var ise kişinin sağlam ve mevzun olduğunu, fakat bir değişiklik var ise kişinin kaygı, bunalım ve özgüven azlığı yaşayacağını ifade etmiştir (Akt. Feist ve Feist, 2008).

Sullivan, kendilik terimini kaygı ile ilişkili olarak ölçümlemekte ve kaygı neticesinde oluşan devimselciliğe kendilik ismi koymaktadır. Sullivan, yararlı ben, yararsız ben ile ben ve ben olmayan olarak üç farklı kendilikten bahsetmektedir. Yararlı ben, anneyle bağıntısındaki nezaket gösterilen ilişkileri anlatır ve bunun sayesinde çocuk bireyin kendisine olan hürmetinde artma meydana gelmektedir.

Yararsız ben, annenin nezaket göstermediği olaylar neticesinde meydana gelmekte ve sevilmeyen hareketlerin ketlenmesinde kişiye destek olmaktadır. Yararsız ben de birey kendisine yönelik negatif tavır takınır. Ben ve ben olmayan, kendiliğin bu bölümü şuuraltındadır ve kişi bu sebepten oluşan olaylarla yüz yüze geldiğinde fazla kaygılanmaktadır (Akt. Aslan, 1992). Buna yönelik Higgins (1987) de kendiliği “reel”, “ideal” ve “normal olan” olarak üç şekilde ele almaktadır. Bunlar;

Reel kendilik: Şu anki vaziyeti gösteren ve ilerlemeyle elde edilen bireyin kendiliğini ifade eder.

İdeal kendilik: Kişinin içinde olmayı düşündüğü vaziyet, gayesini işaret eden kendiliktir. Kişinin reel kendiliğine yol gösterir.

Normal olan kendilik: Kişinin içerisinde yaşadığı toplumun bünyesine denk olarak sahip olduğu kendilik tarzıdır.

Reel kendilik ile ideal kendilik arasında ayrımın olması kişide doyum alamama, düş kırıklığı ve üzülmeye olabilmektedir. Köknel (1985), kendiliğin değerli bazı vazifelerinin varlığından bahsetmektedir. Bu vazifelerden en dikkat edilmesi gerekenleri sıralamaktadır (Özdemir, 2016):

- Doğrunun bilinmesi, kontrol edilmesi ve algılanması
- Muharriklerin sebebiyet verdiği güdülerini ketlemek, kontrol etmek ve tertipleme,
- Doğruya entegre edilmesi,
- Etraftaki nesne ve kişilerle ilişki sağlamak,
- Etraftan bize yönelen uyarımları limitlendirmek, sıraya koymak ve zaman belirlemesi yapmak,
- Terimleri birleştirip, bütün şekle dönüştürmek,
- Kişinin karşı karşıya kaldığı problemler ile savaşabilecek güce sahip olabilmek,
- Bireyin anksiyetesinin hakkından gelebilecek savunma yöntemlerini kullanmak,
- Gerçek zamanla alakalı umut ve buna uygun hedefleri belirlemek.

Ruh çözümü kuramını oluşturan Sigmund Freud kendilik konusuna çok değerli destekler sağlamıştır. Freud, şahsiyetle alakalı yerbetimsel şahsiyet kuramını ilerleterek şahsiyetin 3 ana temeli olduğunu ifade etmiştir. Bu üç temel id, ego ve süper ego'dan oluşmaktadır. İd, şahsiyetin eğitimsiz tarafını ifade eder. Haz ögesine bağlı olarak hareket eder. Ego, id ile süper ego arasında eşitliği bulmaya çalışan temeldir (Akt. Geçtan, 1999). Reel olan ögeye göre hareket eder. Süper ego ise hareketlerin doğru mu yanlış mı olduğunu sorgulayan temeldir. Şahsiyetin toplum tarafını ele alır. Kısaca görevi idi bastırmak, egoyu reel hedeflere yönlendirmek ve eksiksiz olmak gibi sıralama yapılabilir. Bu temelde ego, şahsiyetin büyük oranda şuurlu tarafıdır ve kişinin kendisiyle şuurlu şekilde bilgi sağlaması anlamındadır. Ruh çözümü kaynağında kendilik yerine egonun konuşulduğu ifade edilmektedir (Bacanlı, 1990). Başka ruh çözümcü Jung ise kendiliği şahsiyetin vazgeçilmez bir yanı olarak dile getirmektedir. Jung'a göre kendilik tamamen egoyu kapsar, egonun şuurla alakalı, kendiliğin doğumdan itibaren oluştuğunu, bireyin bir kişiselleşme aşamasında önemli bir etkisinin olduğunu kabul etmektedir (Akt. Trixler, 2010). Adler, kişilerin topluluğa yönelik bir hayat tarzı olduğunu ifade etmektedir. Her kişinin bir hayat tarzı olduğunu ve diğer insanlarla aynı hayat tarzının olmasını olanaksız bulur. Hayat tarzından sonra kreatif kendilik terimini genişletmiştir. Bireyin kendi şahsiyetini var etmesi kreatif kendilik öğretisinin ortaya koyduğu bir fikirdir (Akt. Karahan ve Sardoğan, 2004). Erikson, kişinin sekiz aşaması olarak ilerlettiği şahsiyet kuramı kendiliğe önemli destek sağlamıştır. Kendiliğin ilerlemesinin sekiz aşamada ifade eden Erikson, her aşamada kendiliğin karşı karşıya kaldığı pozitif ve zıttı olan negatif unsurlara yer vermiştir. Bu evreler;

- Esas İtimata Karşı İtimatsızlık
- Özgürlüğe Karşı Hicap ve Şüphe
- Girişimciliğe Karşı Mucrimiyet
- Muvaffakiyete Karşı Adilik-Yeterli Olmaya Karşı Yeterli Olamamak
- Hüviyete Karşı Rol Kompleksi
- Yakın Olmaya Karşı Iraklık
- Üretken Olmaya Karşı Durgun Olma
- Kendilik Bütünlüğüne Karşı Ümitsizlik

Psikolojide benliği ise en genel yönüyle açıklayan William James; benliği bilen benlik ve bilinen benlik şeklinde iki tarzda olması gerektiğini söyler ve bilinen

benlik, ruh biliminin temasını ortaya koyar. Bilen benlik, kişinin düşünen kısaca şuurlu yönünü kastederken, bilinen benlik bireyin etrafı ve gözüken yapısı olarak ele alınmaktadır. Benliği (self), kişiyle ilişik olan şeylerin bütünü olarak açıklar. Başka şekilde benlik, kişinin maddi ve tinsel mevcudiyetinden ayrıca evi, hayat arkadaşı, çocuğu, ailesi, dostları, popülerliği hatta kıyafetlerini daha doğrusu kendine ait olanların tümünü içersine almaktadır. James; benliğin değişik yanları olduğunu söylemekte ve bunları maddesel, sosyal ve ruhsal diye adlandırmaktadır. Maddesel benliğimiz, fiziki vücudumuz ve maddi çevremiz şeklinde anlatılırken sosyal benliğimiz, aile çevremizden başlayan ve etkisi altında kaldığımız en yaygın camia, ruhsal benliğimiz ise ruhsal kabiliyetlerimizin, ahlaki ve tinsel davranışlarımızın kendimizce değerlendiriliş hâlleri şeklinde ifade edilir. Bu yönler, bireyin kendisinden mutlu olup, olmaması gibi bazı duygular oluşturacaktır. Birey, bu duygular sınırlarında, fiziksel, sosyal ve tinsel benliğini oluşturmayı devam ettirir. Benlik kavramı ile ilgili çalışan araştırmacılar değişik benlik çeşitlerinin altını çizerek benliğin ne olduğunu daha kapsamlı olarak belirlemeye uğraşmışlardır. Bu kavramlar şöyledir (Tutar, 2012);

Vücut benliği: Bireyin küçüklüğünden ihtiyarlığına kadar bedeninde olan farklılıkları çözmesine olanak sağlayan benlik algısıdır.

Sosyal benlik: Topluluklardaki kişilerle etkileşim sağlayarak oluşturulan benlik algılarıdır. Aile, dostlar ve sosyal topluluk gibi kişilerle ilişik ve etkileşim tarzının belirleyici unsurları toplumsal benlik algılarıdır. Bireyin sosyal yaşamında farklı benlik veya benliklerde olduğu görülmektedir. Bu vaziyet, bireyin bir sürü yüzle ve değişik rollerde olmasıyla ifade edilebilir. Baba rolü, ağabey rolü, öğretmenlik rolü vb. gibi bunu çoğaltabiliriz.

Cinsiyete yönelik benlik: Kişinin ergenlik çağındaki fiziksel değişikliklerinin farkına varmasıyla ilgili benliktir. Bireyin kendisinin ve diğer kişilerin cinsiyetini anlaması cinsiyete yönelik benlik algısından dolayı olur. Cinsel hayatı çözümlene ve bu konu hakkında kafa yorma, cinsel tutumları hakkında kafa yorma ve cinsel çekiciliğin hayatında bir payının olması üzerine hipotezler yaratma bu tür benlikten oluşur.

Ahlaki benlik: Bireyin tutumlarının diğerk kişilerin üstünde nasıl bir etkisinin olduğunu, şahsi olarak kendi şahsına istediğı şeyleri diğerk bireyler için de isteyip istemediğıyle ilgili olarak oluşturulan benlik algısıdır.

Mesleki benlik: Bireyin benlik saygısı, mesleksel olarak saygısıyla, çalışma ve meslek ahlaklığıyla alakalıdır. Kendilik saygısı yüksek olan kişilerin, mesleksel kendilik algılarının da fazla çıkacağı söylenebilir. Kısa olarak ifade edecek olursak kendilik saygısı ile mesleksel benlik arasında bir bağıntı vardır ve ortaya çıkan bu bağıntı da pozitif yönlüdür. Benlik farkındalığımız, şahsiyetimizle ilgili yarattığımız düşünce ve algılarımızı ifade eder. Fakat bu vaziyet, tamamen gerçeklikle uyuşmayabilir. Başarılı bir kişiyken başarısız bir kişiymişiz sonucuna ulaşabiliriz.

Özetle, kendilik bilincimiz kendimizi nasıl gördüğümüzü yani ne tarzda değerlendirdiğimizi ifade etmektedir (Cüceloğlu, 2002). Kendiliğın hissel tarafına benlik saygısı adı verilmektedir. Kendilik saygısına ise İngilizcede “Self-esteem” denilmiş önceden ve önceki zamandan şimdiye kadar Türkçede başka kelimelerle kullanılmıştır. Kendilik saygısı manâsında olan “self-esteem” kavramının Türkçesi olarak çalışmacılar özgüven, kendilik kıymeti, kendiliğinden mutlu olma, özdeğerlilik ve kendilik saygısı gibi bazı terimler bulmuşlardır (Çelikel, 2019). Çalışmacılar bu terim yerine daha çok benlik saygısı kavramını kullanmaya başlamaktadırlar. Maslow’un gereksinimler piramidinde fiziki gereksinimler, emniyet gereksinimi ve sevgi/ait olma gereksinimin ardından hürmet gereksinimi gelmektedir. Bu aşama sırasında bütün katlarda olan gereksinimler asgari düzeyde karşılanmadan kişi kendini gerçekleştiremez. Kişinin ihtiyaçlar hiyerarşisinde son basamağı gerçekleştirebilmesinin ve sağlam bir kişi olabilmesinin ilk şartlarından birisi de kendilik saygısıdır (Schultz ve Schultz, 2007).

Kişinin kendilik saygısından bahsedebilmesi için ilk olarak kişi kendilik kavramını ilerletip, geliştirmesi lazım olmaktadır. Kendilik kavramının ortaya çıkmasının ardından bireyin, kendisi ya da etrafındakilerce ölçülmesi gerekmektedir. Bu ölçümde kendilik kavramının sevilip sevilmemesi benlik saygısını meydana getirmektedir (Yörükoğlu, 1985). Benlik mevzusunda zamanını feda eden James (1950) benlik saygısını şöyle formüle dökmüştür:

Muvaffakiyet/ Arzular = Kendilik saygısı (Muvaffakiyet bölü arzular eşittir kendilik saygısı)

Bu formülasyona bakarak hedeflerine varan ve arzularını gerçekleştiren kişi, orta düzey bir muvaffakiyetle mutlu olacaktır. Kendilik saygısı kişinin kendisine bakarak bazı davranışları ve eleştirileri de yapabilmesini kapsamaktadır. Kişinin kendisi için benliğini sahiplenmesi, özgüven sağlaması, kendini kıymetli görmesini, yeteneklerini görebilmesi, bilgi ve becerilerini meydana çıkarabilmesi muvaffakiyetli olmasını ve toplulukta kabul edilmesini sağlayan pozitif bir ruh durumudur (Kuzgun, 2009). Kendilik saygısı, bir bireyin kabul etme veya reddetme davranışı ve kabiliyetli, önem arz eden, kıymet gösterilen ve muvaffakiyetli birey olarak algı seviyesinin bir dışa vurumudur (Coopersmith, 1967). Dört faktörün kendilik saygısı üzerinde tesiri vardır. Bu faktörler şöyle dizilmektedir (Buluş ve Cevher, 2007);

- Diğer kişilerden kendi benliğimize idrak ettiğimiz kıymet görme, sevgi alma, methedilme ve ilgi görme,
- Muvaffakiyet tecrübemiz,
- Muvaffakiyet ya da muvaffakiyetsizlikle alakalı kendi açıklamamız,
- Negatif reaksiyon ve tenkitlerle baş edebilme şeklimizdir.

Rosenberg (1965), kendilik saygısını bireyin pozitif veya negatif kognisyonlar ve davranışlarını kendisine de yöneltmesi olarak açıklamaktadır. Rosenberg (1965) kişi kendisini ölçümlediği hâlde, kendisine yönelik pozitif bir sonuca varıyorsa kendilik saygısı fazla, fakat negatif hüküm veriyorsa kendilik saygısı azdır. Kendilik saygıları fazla ve az olarak ele alınmaktadır. Kendilik saygısı fazla olan kişiler daha az belirgin ve aleni bir kendilikleri olmaktadır. Kişinin nasıl bir kimse olduğu ile ilgili bazı fikirleri olmasının üzerine bir de nasıl bir kimse olduğuna yönelik bazı önsezileri de olmaktadır. Kısaca kendilik saygısı kişinin benliğini sevmesi ve bazı değerleri yüklemesi anlamına gelmektedir. Şahsi itibarı, beceri ve bireyin kendisine alışması kendilik saygısını ortaya çıkarır. İq seviyelerinin ötesinde benlik saygısının temelini, görüntüsü ile fiziksel tipi gibi bireyin bazı sahip olduğu şeyler yön verirken; yaşam deneyimlerinin, sosyal çevrenin, kültürün, ailedeki kişilerin ve tüm çevresel etkenlerin kendilik saygısının oluşmasında etkisi olmaktadır. Yüksek ve düşük kendilik saygısına sahip kişilerin bazı özellikleri olduğu ifade edilmektedir. Kendilik saygısı fazla bireyler Yavuzer'e göre bu özelliklere sahip olmaktadır:

- 1) Kişilerarası etkileşimlerde daha çok hoşgörülü olurlar,
- 2) Bağımlı tutum sergilemezler,
- 3) Bedensel yönden daha rahat olurlar,
- 4) Topluluklarla etkileşimleri daha fazla olurlar,
- 5) Hayatta olmak daha anlamlı gelir,
- 6) Anksiyeteli ve belli edilemeyen duygulara çok kapılmazlar,
- 7) Çalışma alanında tabi olmakla hiç ilgilenmezler ve başarısız olmamayı isterler.

Yavuzer'e göre benlik saygısı düşük olan kişiler ise bu özelliklere sahip olmaktadır:

- 1) Mesuliyetten uzaklaşırlar,
- 2) Küçük bir hayal kırıklığı yaşayınca dikkatleri dağılır,
- 3) Yenileceğini hissettiklerinde ya da başarısız olacaklarını düşündüklerinde doğruyu söylemezler,
- 4) Sosyal olmaktan kaçınırlar, yaşlılarıyla iletişimlerini bitirirler ya da kısıtlarlar,
- 5) Olumlu ya da olumsuz eleştirileri benimsemeye sıkıntı yaşarlar,
- 6) Diğer kişilerin kendisiyle ilgili düşüncelerinden ve yaşlılarının negatif davranışlarından çok fazla etkilenirler,
- 7) Ev ortamında ya aşırı destek olurlar ya da hiç destek olmazlar.

1.7. BENLİK SAYGISINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Kişinin içinde olduğu eğitim sistemi, iman şekli, siyasi ve ekonomik durumlar ilişkisinde de süregelen olan düşünceler sayesinde benlik genişlemektedir. Kişinin tutumlarını tanımlamada gerçekleşen pozitif veyahut negatif olayların etkileri yüksektir. Yavuzer bir sürü çalışma gerçekleştirmiştir ve bu çalışmalar sonucunda da kendilik saygısını etkileyen öğeleri şu şekilde ifade etmiştir:

- 1) Sosyoekonomik ve geleneksel seviye
- 2) Cinsiyet
- 3) Babanın çalıştığı iş ya da anne-babanın eğitim seviyesi
- 4) Anne-babanın ilgisi
- 5) Eğitimsel başarı
- 6) Okul yaşamındaki sosyal aktivitelere katılmak ve spor yapmak
- 7) Kaç kardeşin olduğu ve veladet sıralaması

1.8. BENLİK SAYGISI İLE İLGİLİ KURAMSAL GÖRÜŞLER

Literatür incelendiğinde kendilik saygısını vurgulayan ilk psikoloğun William James olduğu görülmektedir. Kendilik saygısı James'e göre, bireyin istekleri ve başarıları ile bir istikrar yakalamasıdır. Kendilik saygısı ile kişinin başarılarının sayısıyla paralel bir orantıyla artmaktadır. Yaptıklarını ve yapacaklarını karşılaştıran kişi öz saygına yön vermiş olur. Kendilik saygısı ilerlemesi için psikanalitik ekole göre süperego ilerlemesi ile yüksek derecede ilişkilidir. Kendilik saygısının içsel olarak düzene sokulması süperegonun işidir. Kendilik saygısında, egonun süperegoya yönelik mucribiyet duygusu taşıması sebebiyle düşme görülür. Kendilik saygısını tüm mucribiyet duygusu ve dahili eziyetler güçsüzleştirirken, amaçlanan hedeflerin ulaşılması ise güçlendirmektedir. Kendilik saygısını psikanalitik ekolse libido kuramı ve özseverlik ile açıklamaktadırlar. Kreatif benlik kavramını ilerleten Alfred Adler, kendilik saygısı aşağılık hissinden üstünlük hissine geçişi sembolleştirmektedir. Kendilik saygısı kişiyi Adler'e göre, çocukluk çağında duyduğu fiziksel ve psikolojik veyahut ruhsal eksikliklerden ayırır. Kendilik saygısı Adler'e göre, uzuv eksikliği, rahatsızlıklar, veladet sırası, aile ortamındaki vaziyet ve sosyal etkileşimlerdeki dışlanmalar bazı değişimlere neden olabilmektedir.

Kendilik saygısında Maslow, bireyin kendisini gerçekleştirmesinde çok fazla bir etkisinin olduğunu ifade etmektedir. Kendilik saygısını Maslow, ruhsal yönden sağlam bireylerin özelliklerinden biri tanesi olarak görür. Bunun sebebi Maslow'un ihtiyaçlar piramidine bakılarak, daha aşağı düzeylerde olan gereksinimlerin halledilmesiyle yukarı düzeyde bulunan ihtiyaçlar oluşur. Bu yukarı düzeydeki ihtiyaçlar içerisinde; sevme-sevilme, ait olma ve kendilik saygısı gereksinimleri yer

almaktadır. Benlik Jung'a göre, toyluk çağında bireyin kişisel ilerlemesi ve şahsileşmesini tam olarak tamamlayamadığından orta yaşlarda oluşmaktadır. Kişinin kendisini öne atabilmesi için Jung'a göre, kendisine yönelik her şeyi ilk olarak şekillendirmeli, çünkü kişi kendisini böyle anlayabilmektedir. Kendilik saygısını Sullivan, kişilerarası etkileşimlere bakarak izah etmektedir. Tüm kişiler bunlara bakarak çevresinde olup bitenleri algılamaktadır. Kendilik saygısında erken aile içi tecrübelerinin, ergenlik çağı öncesi ve ergenlik çağı döneminde öneminin altını çizmektedir. Bunun sebebi bu devri başarılı bir şekilde geçiren kişilerin yeterli düzeyde kendilik saygısına sahip olmalarıdır. Kendiliğini savunmak için bu devri zorlu atlattmış bireylerse iyi ben ve kötü ben kavramlarını ortaya çıkarırlar. Yasak koyulan tutum yöntemleri kötü benin içerisine girerken, destek verilen tutum yöntemleri ise iyi benin içerisine girmektedir.

Kendilik ve ideal benliğin entegrasyonundan bahseden Carl Roger'a göre ideal kendilik bireylerin ne biçim bir tavır sergilemeyle ilişkili fikirlerini kapsar. Bunlar arasındaki ayırım çoksa bu vaziyette düşük kendilik saygısı gelişir. Bunların yanında ebeveyn ve birey açısından değerli insanların diğer kişilerle etkileşimi kendilik saygısı gelişimi için güveni ortaya çıkarmaktadır. Çocuklar büyütülürken koşulsuz sevgiyle yetiştirilirse pozitif yönlü benlik bilinci oluşturarak hasta olmayan kendilik saygısı gerçekleştirirken; koşullu sevgiyle yetiştirilirse negatif yönlü benlik bilinci gerçekleştirecekler ve bu sebeple az düzeyli benlik saygısı gelişimine neden olacaktır. Kendilik saygısını Steinberg, kişilerin kendisi hakkında bazı duygular oluşturma yolu olarak ifade etmiştir. Kişinin asıl ve ideal kendiliği arasındaki etkileşimin güvenine vurgu yapmıştır. Kişi eğer varmak istediği konuma yakınsa kendilik saygısı fazla; eğer bu ideal kendiliğe ulaşmak için çaba gösterirken bir negatif durumla karşılaşarsa bu durum yüksek düzeylerdeki negatif sonuçlara sebebiyet vereceğinden kendilik saygısı düşük olur. Bunlara ilave az olan benlik saygısı beslenme sorunlarına, kaygıya, çöküntüye ve ergelik çağındaki kişilerde bazı çetelere dahil olmak gibi sonuçlara yol açabilir.

Kişiler çoğunlukla ergenlik döneminde Rosenberg'e göre, nasıl bir görünüşü olduğu, nasıl bir kişi olduğuyla ve kişilerin kendisiyle ilgili nasıl bir duygu taşıdığıyla çokça ilgili olurlar. Bütün bunlara yanıt bulmaya çalışırken kendilik algılarından yararlanırlar. Ergenlik çağındaki kişilerin kendilerine olan tutumlarının belirlenmesinde bu yönde dahili öğelerle birlikte çevresel öğelerin de

desteklemesiyle kendilik hayalleriyle gelişmeye başlar. Ergenlik çağındaki kişilerin böylece kendilerini kıymetli veyahut kıymetsiz bulmaları sonucu, kendilik saygıları oluşur. Ergen bireyin tüm yaşamıyla ilgili hüviyetinin merkezini kendilik saygısı geliştirir. Kişinin kendisini değerlendirirken pozitif bir tavır alması Rosenberg'e göre yüksek kendilik saygısını gösterirken, negatif bir tavır alması ise düşük kendilik saygısını göstermektedir.

Kendilik saygısını Yavuzer ise kişinin ne olduğuyla ve ne olmak istediğinin arasındaki ayrım olarak ifade etmiştir. Benliği ile ilgili kişinin pozitif veyahut negatif düşünceleri, kendisiyle alakalı sevmeye veya sevmeme halinin kendilik saygısı ile ifade edileceğini söyler. Çevresindekilerce kendilik saygısı bireyin başarısı olarak düşünüldüğünde birey daha az sevgi aldığını hissettiği zaman kendilik saygısı azalabilir, yine o sevgi alınmaya başladığında fazlalaşma görülebilir. Kendilik saygısını Yörükoğlu, bireyin kendisini eleştirmesinden sonra kendilik kavramına onay vermesiyle oluşan beğenme hâli olarak açıklamıştır. Kişiler kendilerini değerlendirerek eksiklikler görebildikleri gibi kendilerini pozitif olarak da görebilirler. Kişilerin negatif özellikleri olsa bile Yörükoğlu'na göre kendisini öylece kabul etmesi, şahsiyetine güvenen bu kişilerin kendiliklerine saygı duyuyorlar diyebilmemize neden olmaktadır. Kısaca kendilik saygısı bireyin kendisini değerli görmesi, pozitif ele alarak, sevilip, hoşlanılmaya değer görmesidir.

1.9. BENLİK SAYGISININ TÜRLERİ

Kendilik saygısı, yapılan araştırmalar neticesinde düşük ve yüksek olmak üzere iki farklı gruba ayrılmıştır. Aile bireyleriyle olumlu iletişim halinde olma, kendi hayatıyla ilgili kontrolün kendisinde var olma duygusu ile yüksek kendilik saygısı ilişkilidir. Kişinin kendisini saygıdeğer görmesi yüksek kendilik saygısının neticesi olarak görülebilir. Yüksek kendilik saygısı olan bireyler kendilerini olumlu, negatif ve agresif davranışlarda bulunmayan kişi olarak tanımlar ve güçsüz yönlerinin farkında olup bu yanlarını kapatma gayreti içerisinde olurlar. Özgüvenleri çok olmayan, diğer bireylere bağımlı, çabuk sıkılan, çalışma yapmayı sevmeyen bireylerde ise düşük kendilik saygısı bulunmaktadır. Bu bireyler ancak diğer bireylerin kendileri hakkındaki fikir ve davranışlarından kendilerinin değerli olduğunu veyahut olmadığını çıkartır. Rosenberg'e göre bireyin kendisine karşı

negatif veya pozitif tutumu kendilik saygısı olarak adlandırılmaktadır. Kendilik saygısını, düşük ve yüksek olmak üzere iki ana başlık altında toplar. Bireyde yüksek kendilik saygısı varsa o kişi değerli ve saygı gören birisi olduğu çıkarımını yapar. Fakat bu saptama bireyin kendisini yüceltmesi anlamına gelmemektedir. Buna karşın alçak kendilik saygısı var ise; o birey kendisinden hoşnut olmaz ayrıca kendi durumunu kabul etmez. Bireyin kendisini değerli olarak görmesi, toplumsal hayatın içinde kabul görmesi, önemli biri olduğunun farkında olması da yine kendilik saygısı olarak açıklanabilir.

1.9.1. Düşük Benlik Saygısı

Hayattan yeteri kadar haz almama, yalnız olma duygusu, anksiyete, depresyon gibi bazı psikolojik durumların oluşmasının altında düşük kendilik saygısı yer almış olabilir. Talebelerin de derslerindeki başarısızlık, eğitim hayatlarına son verme gibi düşünceler, depresyon ve madde kullanımı ile gün yüzüne çıkabilir. Bireyin kendilik saygısı düşük ise; kendisi pozitif anlamda eleştirilse bile, aynı zamanda başarılı olamama korkusu güttüğü için riskli gördüğü durumlardan kendini koruma içgüdüleriyle iyi görünme ihtiyacını düşünmeden uzaklaşır.

1.9.2. Yüksek Benlik Saygısı

Kişide eğer yüksek kendilik saygısı varsa, bireyde özgüven, pozitif yaklaşım, mücadeleci tutum gibi kişilik özellikleri vardır. Hedefine vardığı zaman bireyin kendilik saygısının arttığı gözlemlenmiştir. Toplumdaki diğer bireylerle bağları kuvvetli, birçok şeye pozitif yaklaşan ve depresif ruh halinde olmayan kişiler yüksek kendilik saygısına sahiptir. Yüksek kendilik saygısı yaşam kalitesini arttırmanın yanında depresyon gibi psikolojik durumların önüne geçer. Bunun tam tersi yani düşük olması durumunda yaşam kalitesi gözle görünür şekilde düşürebilir, depresyona yol açma ihtimali doğurabilir. Yüksek kendilik saygısına sahip bireyler, kendilerine değer vermiş olan bireylerdir. Bu bireyler daha hoşgörülü, birbirleriyle iletişimi daha sağlıklı kurabilen, fiziken ve psikolojik olarak daha iyi olan kişilerdir. Bu kişiler yaşamı daha değerli bulmakta, öğrenmeye araştırmaya, başarılı olmaya daha açık olmaktadır. Bu bireyler bunların yanı sıra daha atılgan, diğer bireylerin

gözünde pozitif ve iyimser etkiler bırakan mücadeleden yılmayan kişiler olarak görülmektedir.

1.10. BENLİK SAYGISIYLA İLGİLİ YAPILAN ARAŞTIRMALAR

1992 yılında Aksoy'un yaptığı araştırmada cinsiyet ve yaş öğeleriyle kendilik saygısı arasında bir bağıntı görülmemiştir. 1995 yılında Yüksekaya'nın talebeler arasında yaptığı araştırmada da cinsiyet ve yaş öğeleriyle kendilik saygısı arasında bir bağıntı görülmemiştir. Chapman ve Mullis'in 2002 senesinde gerçekleştirdiği çalışmasında ise kadınların erkeklere göre daha fazla kendilik saygılarının olduğu görülmektedir. 2006 senesindeki çalışmasında Gümüş, kendilik saygısı ve toplumsal anksiyetenin birbiriyle normal seviyede bağıntısı bulunmuştur. Diğer bir çalışmada ise ilişki kurma maharetleri ve kendilik saygısı arasındaki bağıntı ele alınmıştır ve iki faktörün birbiriyle manalı bağıntısı olduğu görülmüştür. Kendilik saygısının bireyde fazla olması kişinin kendini benimsemesi, kendine ihtiram etmesinin ve itimat etmesinin bir neticesi olarak ifade edilmiştir. Çevresiyle entegre olmuş kendilik saygısı fazla olan kişiler, kendini başka bir kişiye zor olmadan anlatabilmektedir. Bunların üstüne başka kişileri anlamak adına çaba verirler. Yapılan bir araştırmada ise lise çağı talebelerinin kendilik saygısı ile anksiyete düzeyleriyle bağıntısında olumlu olarak bir ilişki görülmüştür. 2015 senesinde Sarıkaya'nın yürüttüğü araştırmasında kendilik saygısı ve ruhsal sağlamlılık arasında olumlu bir bağıntı gözlemlenmiştir. Kendilik saygısının cinsiyet, yaş ve parasal faktörlere göre ise değişiklik olduğu gözlemlenmiştir. Kendilik saygısıyla ruhsal sağlamlılık arasındaki çalışma neticesine bakılırsa, olumlu yönde bir bağıntı bulunmaktadır. Bireyin yaşsal ve parasal seviyesindeki yükselişin, kendilik saygısındaki artışa sebep olduğu ifade edilmiştir. Ergenlik çağındaki kişilerle yürütülen araştırmada kendilik saygısı, dostonal iletişimler, siber zorbalık ve mağdurluk incelenmiştir. Ortaöğretim kurumlarında okuyan 14-17 yaşlarındaki talebeler çalışmaya iştirak etmişlerdir. Cinsiyeti erkek olan ergen bireylerin düşük kendilik saygıları çalışma neticesine göre siber müstebitliği ve mağdurluğu fazlalaştırmaktadır. Diğer bir araştırma da ortaöğretim kurumlarında okuyan öğrencilerle yapılmıştır ve çalışmanın neticesine göre bireylerdeki kendilik saygısı düzeyi arttıkça sorun çözme yetenekleri de artmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Yapılan çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin yönünü ve derecesini belirlemek için kullanılmaktadır. İlişkisel tarama modeli, korelasyonel ve karşılaştırma olmak üzere 2 gruba ayrılmaktadır (Karasar, 1995). Bu kapsamda yapılan anket çalışması sonunda elde edilen verilerde, sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı arasındaki ilişkiler incelenmiş ve kavramlar üzerinde etkisi olduğu düşünülen demografik özellikler araştırılmıştır.

2.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Yapılan çalışmaya 18-30 yaş aralığında yaş ortalaması $22,30 \pm 2,72$ olan 180 kadın (%58,1) ve 130 erkek (%41,9) olmak üzere toplam 310 kişi katılmıştır. Çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esasına uygun olarak yürütülmüştür. Bilgilendirilmiş gönüllü onam formu Ek A'da verilmiştir.

2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLAR

Yapılan çalışmada sosyal bilimlerde sıklıkla tercih edilen anket veri toplama tekniği tercih edilmiştir. Hazırlanan anket formu içerisinde aşağıda verilen form ve ölçekler yer almaktadır.

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan, katılımcıların cinsiyet, okudukları bölüm, yaş, gelir düzeyi, en çok kullanılan sosyal medya sitesi, sık kullanılan sosyal medya hesabındaki kişi sayısı ve sosyal medyaya gün içinde ayrılan süre değişkenlerinin sorulduğu bilgi formudur. Kişisel bilgi formu Ek-B'de verilmiştir.

2.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal medya düzeylerinin incelenmesi için Bakır Ayğar ve Uzun (2018) tarafından beşli likert tipinde ($1 = \text{Hiçbir zaman}$; $4 = \text{Her zaman}$) 26 maddeden oluşan ölçektir. Ölçekte kontrol güçlüğü ve yoksunluk, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon olmak üzere üç alt boyut bulunmaktadır. Ölçek geneli için iç tutarlık katsayısı 0,95 olarak hesaplanırken bu değerler alt boyutlar için sırasıyla 0,92; 0,91 ve 0,81 olarak bulunmuştur. Bu çalışma için ilgili değer ölçek geneli için 0,98 ölçek alt boyutları için sırası ile 0,96; 0,97 ve 0,95 olarak hesaplanmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Ek-C'de verilmiştir.

2.3.3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Benlik saygısının ölçülmesi amacıyla Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen dörtlü likert tipinde ($1 = \text{Çok yanlış}$; $4 = \text{Çok doğru}$) 10 maddeden oluşan ölçektir. Ölçekteki 3, 5, 8, 9 ve 10 numaralı maddeler ters puanlanmaktadır. Alınan yüksek puan yüksek benlik saygısını göstermektedir. Ölçeğin Türkçe güvenilirlik ve geçerlik çalışması Çuhadaroğlu (1986) tarafından yapılmıştır. Orijinal ölçek için Cronbach Alfa katsayısı 0,75 olarak hesaplanırken uyarlama çalışması için bu değer 0,71 olarak bulunmuştur. Bu çalışma için ilgili değer 0,85 olarak hesaplanmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Ek-D'de yer almaktadır.

2.4. İŞLEM

Ölçek kullanımı için izinler alındıktan sonra (Ek-E) veri toplama işlemine başlanmıştır. Covid-19 pandemisi düşünüldüğünde araştırmacının ve katılımcıların sağlık halleri göz önüne alınarak veriler çevrimiçi ortamda toplanmıştır. Hazırlanan anket formu "Google Forms" aracılığıyla katılımcılara dağıtılmıştır. Elde edilen veriler tasnif edilip verilerin analizi aşamasına geçilmiştir.

2.5. VERİLERİN ANALİZİ

Yapılan çalışmada ölçek ve alt boyut puanları için normallik varsayımı incelenmiş ve verilerin normal ve normale yakın dağılım gösterdiği bulunmuştur. Bu sonuca göre parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Kişi ve yüzde dağılımı için frekans analizi, ölçek ve alt boyut toplam puanları için betimleyici istatistik, iki kategori arası ortalamalar arası farkın incelenmesinde Bağımsız Örnek *t*-Testi, üç ve daha fazla kategori arası ortalamalar arası farkın incelenmesinde Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), ölçek ve alt boyutlar arasındaki ilişkilerin incelenmesinde Pearson Korelasyon Analizi ve yordayıcılık ilişkilerinin incelenmesinde Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Tablo 1.
Katılımcıların Demografik Bilgileri İçin Sayı ve Yüzde Dağılımı

| Değişken | Kategori | n | % |
|----------------------------------------|-----------------------|------------|--------------|
| Cinsiyet | Kadın | 180 | 58,1 |
| | Erkek | 130 | 41,9 |
| Maddi durum | Düşük | 66 | 21,3 |
| | Orta | 202 | 65,2 |
| | Yüksek | 42 | 13,5 |
| Sık kullanılan sosyal medya platformu | Facebook ve diğerleri | 40 | 12,9 |
| | İnstagram | 167 | 53,9 |
| | Youtube | 40 | 12,9 |
| | Twitter | 63 | 20,3 |
| Sosyal medya hesabı kişi sayısı | 0-100 | 25 | 8,1 |
| | 101-200 | 28 | 9,0 |
| | 201-300 | 42 | 13,5 |
| | 301-400 | 61 | 19,7 |
| | 401-500 | 76 | 24,5 |
| | 501 ve üstü | 78 | 25,2 |
| Sosyal medya için günlük harcanan süre | 0-2 saat | 56 | 18,1 |
| | 2-4 saat | 148 | 47,7 |
| | 4-6 saat | 79 | 25,5 |
| | 6 saat ve üzeri | 27 | 8,7 |
| Toplam | | 310 | 100,0 |

Yapılan çalışmaya 180 (%58,1) kadın ve 130 (%41,9) erkek olmak üzere 310 kişi katılmıştır. Maddi durumunu düşük olarak belirten 66 (%21,3) kişi, orta olarak belirten 202 (%65,2) kişi ve yüksek olarak belirten 42 (%13,5) kişi bulunmaktadır. En sık kullandığı sosyal medya platformu Facebook ve diğerleri olan 40 (%12,9) kişi, İnstagram olan 167 (%53,9) kişi, Youtube olan 40 (%12,9) kişi ve Twitter olan 63 (%20,3) kişi vardır.

Sosyal medya hesabına 0-100 kişi olan 25 (%8,1) katılımcı, 101-200 kişi olan 28 (%9,0) katılımcı, 201-300 kişi olan 42 (%13,5) katılımcı, 301-400 kişi olan 61 (%19,7) katılımcı, 401-500 kişi olan 76 (%24,5) katılımcı ve 501 ve üstü kişi olan 78 (%25,2) katılımcı çalışmada yer almıştır. Sosyal medya için günde 0-2 saat harcayan 56 (%18,1) kişi, 2-4 saat harcayan 148 (%47,7) kişi, 4-6 saat harcayan 79 (%25,5) kişi ve 6 saat üzeri zaman harcayan 27 (%8,7) kişi vardır.

Tablo 2.***Araştırma Ölçek ve Altboyut Toplam Puanları İçin Betimleyici İstatistik***

| Ölçek | Min | Max | \bar{x} | ss | Çarpıklık | Basıklık |
|------------------------------|-----|-----|-----------|-------|-----------|----------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | 26 | 130 | 73,68 | 26,49 | 0,17 | -0,66 |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | 12 | 60 | 37,42 | 12,07 | -0,24 | -0,42 |
| İşlevsellikte Bozulma | 10 | 50 | 25,76 | 11,65 | 0,35 | -0,98 |
| Sosyal İzolasyon | 4 | 20 | 10,49 | 4,81 | 0,19 | -1,09 |
| Benlik Saygısı | 16 | 40 | 29,24 | 5,00 | 0,19 | -0,23 |

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puanları için hesaplanan en küçük-en büyük değerler, ortalama ve standart sapma dağılımları Tablo 2’de verilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesinin sonucunda parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 3.***Cinsiyete Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi***

| Ölçek | Cinsiyet | n | \bar{x} | ss | t | sd | p |
|------------------------------|----------|-----|-----------|-------|---------------------|---------|----------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | Kadın | 180 | 71,44 | 26,86 | -1,752 | 308 | 0,081 |
| | Erkek | 130 | 76,77 | 25,76 | | | |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | Kadın | 180 | 37,79 | 12,52 | 0,628 | 308 | 0,530 |
| | Erkek | 130 | 36,92 | 11,44 | | | |
| İşlevsellikte Bozulma | Kadın | 180 | 24,04 | 11,81 | -3,102 | 308 | 0,002** |
| | Erkek | 130 | 28,15 | 11,03 | | | |
| Sosyal İzolasyon | Kadın | 180 | 9,61 | 4,98 | -3,961 ^a | 298,088 | 0,000*** |
| | Erkek | 130 | 11,71 | 4,31 | | | |
| Benlik Saygısı | Kadın | 180 | 29,89 | 5,47 | 2,848 ^a | 307,467 | 0,005** |
| | Erkek | 130 | 28,34 | 4,11 | | | |

** =p<0,01; *** =p<0,001; ^a =varyanslar eşit olmadığında kullanılan istatistik değeri

Kadın ve erkeklerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puan ortalamaları arasındaki fark Bağımsız Örnek *t*-Testi ile incelenmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların işlevsellikte bozulma ($t_{(308)}=-3,102$; $p<0,01$), sosyal izolasyon ($t_{(298,088)}=-3,961$; $p<0,001$) ve benlik saygısı ($t_{(307,467)}=2,848$; $p<0,01$) puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı

farklılık bulunmuştur. Erkek katılımcıların işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde yüksek bulunurken benlik saygısı puan ortalamaları anlamlı şekilde düşük bulunmuştur (Bkz. Tablo 3).

Tablo 4.

Maddi Duruma Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi

| Ölçek | Maddi durum | n | \bar{x} | ss | F | sd | p |
|------------------------------|-------------|-----|-----------|-------|--------|----------|----------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | Düşük | 66 | 73,14 | 26,00 | 22,873 | 2 307 | 0,000*** |
| | Orta | 202 | 68,93 | 23,01 | | | |
| | Yüksek | 42 | 97,36 | 30,59 | | | |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | Düşük | 66 | 36,20 | 12,65 | 13,008 | 2 307 | 0,000*** |
| | Orta | 202 | 36,05 | 10,81 | | | |
| | Yüksek | 42 | 45,93 | 13,61 | | | |
| İşlevsellikte Bozulma | Düşük | 66 | 26,38 | 10,71 | 25,677 | 2 307 | 0,000*** |
| | Orta | 202 | 23,34 | 10,36 | | | |
| | Yüksek | 42 | 36,45 | 12,95 | | | |
| Sosyal İzolasyon | Düşük | 66 | 10,56 | 4,53 | 25,802 | 2 307 | 0,000*** |
| | Orta | 202 | 9,53 | 4,39 | | | |
| | Yüksek | 42 | 14,98 | 4,72 | | | |
| Benlik Saygısı | Düşük | 66 | 28,58 | 4,96 | 1,741 | 2 307 | 0,177 |
| | Orta | 202 | 29,62 | 5,08 | | | |
| | Yüksek | 42 | 28,43 | 4,56 | | | |

*** =p<0,001

Maddi durum kategorilerine göre katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puan ortalamaları arasın fark Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Maddi durum kategorileri için katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ($F_{(2/307)}=22,873$; $p<0,001$), kontrol güçlüğü ve yoksunluk ($F_{(2/307)}=13,008$; $p<0,001$), işlevsellikte bozulma ($F_{(2/307)}=25,677$; $p<0,001$) ve sosyal izolasyon ($F_{(2/307)}=25,802$; $p<0,001$) puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi kategoriden kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan LSD (Post Hoc) çoklu karşılaştırma analizi sonucunda, temel farklılığın maddi durumu yüksek katılımcılardan

kaynaklandığı görülmüştür. Tablo geneli incelendiğinde maddi durumu yüksek olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, kontrol gücü ve yoksunluk, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde en yüksek bulunurken maddi durumunu orta olarak belirten katılımcıların anlamlı şekilde en düşük olduğu görülmüştür (Bkz. Tablo 4).

Tablo 5.

En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi

| Ölçek | Sosyal medya | n | \bar{x} | ss | F | sd | p |
|------------------------------|--------------------|-----|-----------|-------|-------|----------|---------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | Facebook/diğerleri | 40 | 76,13 | 29,32 | 1,262 | 3 306 | 0,288 |
| | İnstagram | 167 | 71,27 | 25,93 | | | |
| | Youtube | 40 | 73,75 | 25,74 | | | |
| | Twitter | 63 | 78,46 | 26,40 | | | |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | Facebook/diğerleri | 40 | 35,88 | 13,36 | 0,838 | 3 306 | 0,474 |
| | İnstagram | 167 | 37,53 | 11,94 | | | |
| | Youtube | 40 | 35,90 | 10,95 | | | |
| | Twitter | 63 | 39,10 | 12,27 | | | |
| İşlevsellikte Bozulma | Facebook/diğerleri | 40 | 28,73 | 11,57 | 2,973 | 3 306 | 0,032* |
| | İnstagram | 167 | 23,99 | 11,65 | | | |
| | Youtube | 40 | 27,13 | 11,12 | | | |
| | Twitter | 63 | 27,71 | 11,49 | | | |
| Sosyal İzolasyon | Facebook/diğerleri | 40 | 11,53 | 4,87 | 3,261 | 3 306 | 0,022* |
| | İnstagram | 167 | 9,75 | 4,88 | | | |
| | Youtube | 40 | 10,73 | 4,71 | | | |
| | Twitter | 63 | 11,65 | 4,37 | | | |
| Benlik Saygısı | Facebook/diğerleri | 40 | 27,98 | 3,42 | 5,578 | 3 306 | 0,001** |
| | İnstagram | 167 | 30,28 | 5,05 | | | |
| | Youtube | 40 | 28,35 | 5,01 | | | |
| | Twitter | 63 | 27,84 | 5,17 | | | |

*=p<0,05; **=p<0,01

En sık kullanılan sosyal medya platformu kategorilerine göre katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puan ortalamaları arasındaki fark Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. En sık kullanılan sosyal medya platformu kategorileri için katılımcıların işlevsellikte bozulma ($F_{(3/306)}=2,973$; $p<0,05$), sosyal izolasyon ($F_{(3/306)}=3,261$; $p<0,05$) ve benlik saygısı puan ($F_{(3/306)}=5,578$; $p<0,01$) ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi kategoriden kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan LSD (Post Hoc) çoklu karşılaştırma analizi sonucunda, temel farklılığın en sık kullandığı platformu Instagram olan katılımcılardan kaynaklandığı görülmüştür. Tablo geneli incelendiğinde en sık kullandığı sosyal medya Facebook ve diğerleri olan katılımcıların işlevsellikte bozulma puan ortalamaları; en sık kullandığı sosyal medya platformu Twitter olan katılımcıların sosyal izolasyon puan ortalamaları ve en sık kullandığı sosyal medya platformu Instagram olan katılımcıların benlik saygısı puan ortalamalarının anlamlı şekilde en yüksek olduğu görülmüştür. En sık Instagram kullanan katılımcıların işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde en düşükken Facebook ve diğer sosyal medya platformlarını en sık kullanan katılımcıların benlik saygısı puan ortalamaları anlamlı şekilde en düşük bulunmuştur.

Tablo 6.

Sosyal Medyadaki Kişi Sayısına Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi

| Ölçek | Kişi sayısı | n | \bar{x} | ss | F | sd | p |
|------------------------------|---------------|----|-----------|-------|---------------------|--------------|----------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | 0-100 kişi | 25 | 63,56 | 25,48 | 9,015 ^b | 5 107,877 | 0,000*** |
| | 101-200 kişi | 28 | 58,93 | 22,03 | | | |
| | 201-300 kişi | 42 | 60,12 | 19,24 | | | |
| | 301-400 kişi | 61 | 74,26 | 19,18 | | | |
| | 401-500 kişi | 76 | 80,09 | 27,44 | | | |
| | 501 kişi üstü | 78 | 82,81 | 29,81 | | | |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | 0-100 kişi | 25 | 34,20 | 13,21 | 3,640 ^b | 5 105,006 | 0,004** |
| | 101-200 kişi | 28 | 33,07 | 12,93 | | | |
| | 201-300 kişi | 42 | 33,60 | 10,41 | | | |
| | 301-400 kişi | 61 | 37,02 | 8,64 | | | |
| | 401-500 kişi | 76 | 38,18 | 12,24 | | | |
| | 501 kişi üstü | 78 | 41,65 | 13,13 | | | |
| İşlevsellikte Bozulma | 0-100 kişi | 25 | 20,88 | 10,53 | 14,011 ^b | 5 109,574 | 0,000*** |
| | 101-200 kişi | 28 | 18,61 | 8,25 | | | |
| | 201-300 kişi | 42 | 18,33 | 8,17 | | | |
| | 301-400 kişi | 61 | 26,26 | 9,00 | | | |
| | 401-500 kişi | 76 | 29,93 | 11,39 | | | |
| | 501 kişi üstü | 78 | 29,45 | 13,17 | | | |
| Sosyal İzolasyon | 0-100 kişi | 25 | 8,48 | 4,29 | 9,959 ^b | 5 108,584 | 0,000*** |
| | 101-200 kişi | 28 | 7,25 | 3,78 | | | |
| | 201-300 kişi | 42 | 8,19 | 4,17 | | | |
| | 301-400 kişi | 61 | 10,98 | 3,98 | | | |
| | 401-500 kişi | 76 | 11,97 | 4,52 | | | |
| | 501 kişi üstü | 78 | 11,71 | 5,37 | | | |
| Benlik Saygısı | 0-100 kişi | 25 | 29,48 | 6,62 | 1,773 ^b | 5 102,677 | 0,125 |
| | 101-200 kişi | 28 | 29,46 | 5,54 | | | |
| | 201-300 kişi | 42 | 30,21 | 5,47 | | | |
| | 301-400 kişi | 61 | 29,30 | 4,52 | | | |
| | 401-500 kişi | 76 | 27,96 | 4,17 | | | |
| | 501 kişi üstü | 78 | 29,76 | 4,96 | | | |

** =p<0,01; *** =p<0,001; ^b = Welch istatistiği

Sosyal medyadaki kişi sayısı kategorilerine göre katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puan ortalamaları arasındaki fark Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Sosyal

medyadaki kişi sayısı kategorileri için katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ($F_{(5/107,877)}=9,015$; $p<0,001$), kontrol güçlüğü ve yoksunluk ($F_{(5/105,006)}=3,640$; $p<0,01$), işlevsellikte bozulma ($F_{(5/109,574)}=14,011$; $p<0,001$) ve sosyal izolasyon ($F_{(5/108,584)}=9,959$; $p<0,001$) puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi kategoriden kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Tamhane (Post Hoc) çoklu karşılaştırma analizi sonucunda, temel farklılığın 501 kişi üstü katılımcısı olan kişilerden kaynaklandığı görülmüştür. Tablo geneli incelendiğinde 501 ve üstü kişi olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, kontrol güçlüğü ve yoksunluk, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde en yüksekken sosyal medya hesabında 101-200 kişi olan katılımcıların anlamlı şekilde en düşük bulunmuştur (Bkz. Tablo 6).

Tablo 7.
Sosyal Medyaya Ayrılan Süreye Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Puan Ortalamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi

| Ölçek | Ayrılan süre | n | \bar{x} | ss | F | sd | p |
|------------------------------|--------------|-----|-----------|-------|---------------------|-------------|----------|
| Sosyal Medya Bağımlılığı | 0-2 saat | 56 | 52,45 | 18,92 | 25,103 ^b | 3 90,586 | 0,000*** |
| | 2-4 saat | 148 | 75,53 | 22,34 | | | |
| | 4-6 saat | 79 | 79,99 | 27,96 | | | |
| | 6 saat üzeri | 27 | 89,11 | 32,50 | | | |
| Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | 0-2 saat | 56 | 28,05 | 10,13 | 19,529 ^b | 3 89,321 | 0,000*** |
| | 2-4 saat | 148 | 37,86 | 10,27 | | | |
| | 4-6 saat | 79 | 41,19 | 11,68 | | | |
| | 6 saat üzeri | 27 | 43,41 | 15,41 | | | |
| İşlevsellikte Bozulma | 0-2 saat | 56 | 17,27 | 7,81 | 23,284 ^b | 3 92,535 | 0,000*** |
| | 2-4 saat | 148 | 26,67 | 10,18 | | | |
| | 4-6 saat | 79 | 27,61 | 12,98 | | | |
| | 6 saat üzeri | 27 | 33,04 | 12,92 | | | |
| Sosyal İzolasyon | 0-2 saat | 56 | 7,13 | 3,52 | 18,327 ^b | 3 91,493 | 0,000*** |
| | 2-4 saat | 148 | 10,99 | 4,20 | | | |
| | 4-6 saat | 79 | 11,19 | 5,37 | | | |
| | 6 saat üzeri | 27 | 12,67 | 5,55 | | | |
| Benlik Saygısı | 0-2 saat | 56 | 30,86 | 5,36 | 2,661 ^b | 3 306 | 0,048* |
| | 2-4 saat | 148 | 29,09 | 4,83 | | | |
| | 4-6 saat | 79 | 28,65 | 4,85 | | | |
| | 6 saat üzeri | 27 | 28,41 | 5,09 | | | |

* = $p<0,05$; *** = $p<0,001$; ^b = Welch istatistiği

Sosyal medyaya ayrılan süreye göre katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puan ortalamaları arasındaki fark Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Sosyal medyaya ayrılan süre kategorileri için katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ($F_{(3/90,586)}=25,103$; $p<0,001$), kontrol güçlüğü ve yoksunluk ($F_{(3/89,321)}=19,529$; $p<0,001$), işlevsellikte bozulma ($F_{(3/92,535)}=23,284$; $p<0,001$), sosyal izolasyon ($F_{(3/91,493)}=18,327$; $p<0,001$) ve benlik saygısı ($F_{(3/306)}=2,661$; $p<0,05$) puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi kategoriden kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan Tamhane (Post Hoc) çoklu karşılaştırma analizi sonucunda, temel farklılığın sosyal medya için günde 0-2 saat harcayan katılımcılardan kaynaklandığı görülmüştür. Tablo geneli incelendiğinde sosyal medya için günde 6 saat ve üzeri zaman harcayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, kontrol güçlüğü ve yoksunluk, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde en yüksekken benlik saygısı puanları anlamlı şekilde en düşüktür. Sosyal medya için günde 0-2 saat harcayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, kontrol güçlüğü ve yoksunluk, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon puan ortalamaları anlamlı şekilde en düşükken benlik saygısı puanları anlamlı şekilde en yüksektir (Bkz. Tablo 7).

Tablo 8.

Yaş, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Toplam Puanları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|
| 1. Yaş | 1 | | | | |
| 2. Benlik Saygısı | 0,135* | | | | |
| 3. Sosyal Medya Bağımlılığı | -0,140* | -0,329*** | | | |
| 4. Kontrol Güçlüğü ve Yoksunluk | -0,120* | -0,223*** | 0,923*** | | |
| 5. İşlevsellikte Bozulma | -0,130* | -0,365*** | 0,948*** | 0,766*** | |
| 6. Sosyal İzolasyon | -0,155** | -0,370*** | 0,895*** | 0,721*** | 0,876*** |

* = $p<0,05$; ** = $p<0,01$; *** = $p<0,001$

Katılımcıların yaş, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği toplam puanları arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiştir. Yapılan analizde yaş ile benlik saygısı puanı arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı düşük bir ilişki görülmüştür ($r=0,135$; $p<0,05$). Bu sonuca göre yaş arttıkça katılımcıların benlik saygısı puanı da artacaktır. Yaş ile sosyal medya bağımlılığı ve alt boyut puanları arasında $r=-0,120$ ila $r=-0,155$ düzeylerinde negatif yönde, istatistiksel olarak anlamlı düşük bir ilişki görülmüştür ($p<0,05$; $p<0,01$). Bu sonuca göre yaş arttıkça katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyut puanları azalacaktır. Son olarak sosyal medya bağımlılığı ve alt boyut puanları ile benlik saygısı puanı arasında $r=-0,223$ ila $r=-0,370$ düzeylerinde negatif yönde, istatistiksel olarak anlamlı düşük bir ilişki görülmüştür ($p<0,001$). Bu sonuca göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyut puanları arttıkça katılımcıların benlik saygısı puanı azalacak veya sosyal medya bağımlılığı ve alt boyut puanları azaldıkça katılımcıların benlik saygısı puanları artacaktır (Bkz. Tablo 8).

Tablo 9.
Benlik Saygısı Puanı Yordayıcılarının İncelenmesi

| Bağımlı değişken | Bağımsız değişkenler | B(b) | B'nin standart hatası | Beta | t | p | F | R |
|------------------|----------------------|--------|-----------------------|-------|--------|----------|-----------|------|
| Benlik Saygısı | Sabit (a) | 33,274 | 0,634 | | 52,477 | 0,000*** | 49,000*** | 0,37 |
| | Sosyal izolasyon | -0,385 | 0,055 | -,370 | -7,000 | 0,000*** | | |

***= $p<0,001$

Benlik saygısı puanının yordayıcılarının incelenmesi için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt boyutlarının ve yaş değişkeninin atandığı çoklu doğrusal regresyon analizi tahmin edilmiştir. Yapılan analizde 'stepwise' metodu tercih edilmiş ve anlamlı olan parametreler modele dahil edilmiştir. Analiz sonucunda kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F_{(1/308)}=49,000$; $p<0,001$). Kurulan model içinde sosyal izolasyon puanının anlamlı parametre olarak bulunmuştur ($t=-7,000$; $p<0,001$). Sosyal izolasyon puanı benlik saygısı puanının %37'lik kısmını açıklamaktadır. Sosyal izolasyon puanındaki 1 birimlik artış benlik saygısı puanında 0,38 birimlik azalmaya neden olmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TARTIŞMA

Sosyal medya bağımlılığı bireylerin günlük yaşantılarını önemli ölçüde etkileyen bir davranış bağımlılığıdır. Bu bağlamda psikolojik sağlık noktasında benlik saygısında da olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu kısımda elde edilen bulgular literatür çalışmaları ile incelenecektir.

Çalışmamızda kadınla erkeğe göre sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı arasında anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Yapılan analizlerde erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri yüksekken benlik saygısı anlamlı şekilde düşük bulunmuştur. Aparicio-Martínez ve arkadaşları (2020) çalışmalarında hormonal ve sosyal değişimlere bağlı erkeklerde sosyal medya bağımlılığının kadınlara oranla daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Özdemir (2019) erkeklerin sosyal medyayı kadınlara oranla daha çok merak ettikleri, ilgi duydukları ve zevk almaları nedenleri ile sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu belirtmiştir. Su ve arkadaşları (2020) ise erkeklerin daha çok çevrimiçi oyun oynama bağımlılığı geliştirdiklerini kadınların ise daha çok sosyal medya bağımlılığı geliştirdiğini belirtmiştir. Erkekler daha çok mücadele ve yarışma odaklı motivasyonları ile oyuna yönelirken kadınlar daha çok kendini gösterme ve beğenilme motivasyonları ile sosyal medyaya yönelmektedir.

Maddi durum değişkeni için, maddi durumunu iyi olarak belirten katılımcıların sosyal medya bağımlılık puanları anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Serbest zamanın veya zamanın değerlendirilmesinde maddi durum belirleyici bir faktördür (Güleryüz ve ark., 2020). Maddi durum bireylerin sosyal medya iletişimi ve etkileşimi için gerekli konforu ve yeni teknolojileri sağlamaktadır. Ayrıca maddi durumun sosyal medya kullanımı için bir araç olmasının dışında bir sonuç olduğu da düşünülebilir. Sosyal medya içeriklerinden, takipçi sayılarından ve paylaşımlardan para kazanma gibi bir durumda söz konusudur. Perrin (2015) de yüksek gelire sahip evlerin düşük gelire sahip olanlara oranla daha fazla sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir. Buna karşın Anderson ve Jiang(2018) ise düşük gelir sahibi gençlerin

yüksek geliri olan gençlerle kıyaslandığında sosyal medya kullanımının daha fazla olduğunu aktarmıştır.

Sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı düzeylerinde de anlamlı artışlar gözlenmiştir. Busalim, Masrom ve Zakaria (2019) çalışma bulgularımıza benzer şekilde Facebook kullanım sıklığının artmasına bağlı olarak Facebook bağımlılığının da arttığını belirtmiştir. Bu noktada bağımlılık patolojisi içindeki tolerans kavramı önemlidir. Tolerans kavramı daha öncesindeki dozlara ve düzeylere bağlı olarak sürekli artış ihtiyacının hissedilmesidir. Bu artışa bağlı olarak davranış ile bağımlılık arasındaki koşullanma artmakta ve bağımlılık davranışı daha katı bir şekilde ilerlemektedir (Siegel, 2005). Bu noktada sosyal medyaya ayrılan zamandaki artışa bağlı olarak sosyal medya bağımlılık düzeyindeki artış anlamlı görülmektedir. Bu bağımlılık davranışına bağlı olarak da benlik saygısında azalma gözlenecektir. Benzer bulgular takipçi sayısına bağlı olarak da görülmektedir. Sosyal medya hesabındaki kişi sayısı daha fazla tolerans geliştirilmesinde kolaylaştırıcı bir faktör olduğu düşünülmektedir. Bu noktada Marengo ve arkadaşları (2021) sosyal medya üzerinde daha çok zaman geçirmenin kişiler arası daha çok etkileşime, daha çok içerik paylaşılmasına ve daha çok beğeni-kabul alınmasına neden olduğunu belirtmiştir. Etkileşimin olumlu olmasına bağlı olarak yeni etkileşimler ve daha fazla zaman geçirme noktasında birey güdülenmekte ve bağımlılık davranışı daha da yerleşmektedir. Balcı ve Gölcü (2013) de çalışmalarında sosyal medyaya ayrılan zamanın artmasına bağlı olarak sosyal medya bağımlılık düzeyinin de arttığını belirtmiştir.

Sosyal medya platformları için yapılan analiz sonucunda Facebook ve diğer sosyal medya platformlarını en sık kullanan katılımcılarda işlevsellikte bozulmanın anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür. Brailovskaia ve arkadaşları (2019) Facebook üzerinden algılanan sosyal desteğin karanlık bir yanına atıfta bulunmuştur. Bu noktada sosyal medyadan alınan sosyal destek birey için obsesif boyutlara ulaşmasına ve sürekli çevrimiçi kalması noktasında çarpık düşünceler oluşmasına neden olmaktadır. Zamanla artan bu tolerans sosyal medya bağımlılığına neden olmaktadır. Bunun yanında Facebook kullanımındaki artışın narsistik kişilik özelliklerini beslediği de belirtilmiştir. Artan narsistik özelliklere bağlı olarak bireyin günlük işlevselliği önemli anlamda etkilenmektedir (Brailovskaia ve Margraf, 2017).

Diğer yandan en sık kullanılan sosyal medya platformu olan Twitter için sosyal izolasyon düzeyi en yüksekken benlik saygısı puanı anlamlı şekilde düşük bulunmuştur. Kırcaburun (2016) Twitter'ın kullanıcılarına sunduğu imkanlar nedeni ile daha fazla bağımlı yapıcı etkisinden bahsetmiştir. Yapılan çalışmada Twitter'ın gündemi takip etme, paylaşımda bulunma ve insanlarla etkileşim kurma işlevleri vurgulanmıştır. Buna bağlı olarak bireyin çevrimiçi ortamda daha fazla zaman geçirerek sosyallikten uzaklaşması ve buna bağlı olarak azalan benlik saygısı açıklanır niteliktedir. Ayrıca değişen gündemin ve ortaya çıkan yeniliklerin takibi için önemli bir araç olarak görülen Twitter için ayrılan zaman artmakta ve bireyin sosyal paylaşımların bu ortamda sürdürülmesine neden olmaktadır (Dwyer ve Fraser, 2016).

Yapılan korelasyon analizi sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna ek olarak sosyal medya bağımlılığına bağlı sosyal izolasyonun benlik saygısını olumsuz yönde yordadığı görülmüştür. Elde edilen bulgular literatür çalışmaları ile paralellik göstermektedir. Vogel ve arkadaşları (2015) sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğunu belirtmiştir. Milošević-Đorđević ve Žeželj (2014) Sırp örneklemini için yaptıkları çalışmalarında sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında $r=-0,35$ 'lik bir ilişki katsayısı bulmuştur. Tibber, Zhao ve Butler (2020) da yaptıkları çalışmalarında benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif ilişki olduğunu bulmuştur.

Ahmed ve arkadaşları (2021) çalışmalarında sosyal kaçınma ve stresin bireyleri daha fazla sosyal medya kullanmaya yönelttiği ve bu durumun benlik saygısını düşürdüğünü belirtmiştir. Bireyler yaşadıkları stresle ve kaygı ile başa çıkmada olumsuz bir strateji olarak sosyal medya kullanımına yönelmekte ancak bu durum benlik saygısının yükselmesinin önüne geçmektedir. O'Day ve Heimberg (2021) da çalışmalarında sosyal kaygı ve yalnızlığa bağlı olarak bireylerin sosyal medyaya yönlendiğini belirtmiştir. Bu olumsuz durum ve deneyimler kişinin kendisine bakış açısında çarpık bilişler geliştirmesine neden olmaktadır. Sosyal medya platformları bu çarpık bilişlere bağlı gerilim ve düşük benlik saygısına olumlu ve olumsuz anlamda etkisi bulunmaktadır. Andreassen, Pallesen ve Griffiths (2017) sosyal medyadaki deneyim ve etkileşimlere bağlı olarak bireyin 'sosyal becerilerim

çok düşük' ve 'ben beğenilen biri değilim' şeklinde olumsuz düşünceler benimsemektedir. Buna bağlı olarak bireyin benlik saygısında da azalma gözlenecektir.

Sosyal medya üzerindeki akran zorbalığı da benlik saygısını olumsuz yönde etkilemektedir. İçeriklere ve paylaşımlara yönelik olumsuz yorumlar ve zorba tutumlar bireyin kendisine olan saygısında azalmayı beraberinde getirmektedir (Forbes, Magson ve Rapee, 2020). Bunun yanında kişinin kendisini başkaları ile karşılaştırması da benlik saygısında düşüğe neden olmaktadır. Sosyal medya platformlarındaki güzellik ve beğeni algıları bireyin bilişlerini etkilemektedir. Birey bir süre sonra kendisini başkaları ile karşılaştırma eğilimine girmekte ve kendisine olan saygısında ve güveninde anlamlı düzeyde azalmalar yaşanmaktadır (Liu ve ark., 2020). Düşük benlik saygısının bir nedeni olarak aile içi çatışmalar da sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkilidir. Ev içi ve sosyal çatışmalar kişinin kendisini olumsuz değerlendirmesine neden olmakla birlikte sosyal medya kullanımını güvenli bir liman olarak görülmekte ve gençler bu alanlara yönelmektedir (Wang, XuveHe, 2021).

Sosyal medya kullanımına bağlı benlik saygısında artış veya azalış görülmektedir. Bu noktada sosyal medyadaki deneyimlere ve yaşantılara bağlı olarak bireylerin geliştirdikleri bilişsel yapılar bu noktada etkilidir. İkinci noktada yüz yüze iletişim ve etkileşimin önüne geçerek sosyal yaşantıyı kısıtlaması nedeniyle benlik saygısı üzerinde etkileri bulunmaktadır. Son olarak ise benlik saygısının sosyal medya bağımlılığındaki koruyucu etkisi belirtilmiştir. Yüksek veya düşük benlik saygısı kişinin sosyal medya bağımlılığı geliştirmesine yardımcı olabileceği gibi önleyici de olabilmektedir (Saiphoo, Halevi ve Vahedi, 2020). Benlik saygısının bir belirleyicisi olarak düşünülen sosyal öz yeterlilik de sosyal medya platformlarına yönelimde etkili görülmüştür. Düşük sosyal öz yeterlilik bireyin kendine olan güveninin azalmasına neden olabilmektedir. Bu güvenin tekrar kazanılmasında sosyal medya kişi için alternatif çözüm önerileri sunmakta ve bu alanlara yönelmesinde onu etkilemektedir (İskender ve Akın, 2010).

İki kavram arasındaki ilişkinin farklı bir yönü de düşük benlik saygısının bireyi sosyal medya kullanımına yöneltmesidir. Bireyler benlik saygılarını ve kendilerini güveni geliştirmek için sosyal kabul ve ilgi görmek noktasında sosyal medyaya yönelmektedir (Blachnio, Przepiorka ve Pantic, 2016; Gonzales ve

Hancock, 2011). Diğer yandan sosyal medya kişinin kendini olduğundan farklı bir şekilde tanıtmasına ve kendine güvende hissetmesi gibi imkanlar sunduğu için düşük benlik saygısına sahip bireyler sosyal medya kullanımında aşırıya gidebilmektedir (Mehdizadeh, 2010). Grieve, March ve Watkinson (2020) ise düşük benlik saygısı nedeniyle narsistik kişilik özelliği ve düşük benlik saygısına bağlı olarak özgün olmayan kendini sunuş imkanını vurgulamıştır. Sosyal medya platformları kişinin kendini sunma ve ideal benliklerini yaşamaları için görülen alanlardır. Bu alanlarda kişi kendini görmek istediği ve başkalarının görmek istedikleri gibi sunarak benlik saygısını yükseltme ve narsistik ihtiyaçları için doyum sağlama gibi düşüncelere sahip olmaktadır.

He, Liu ve Shen (2021) ise kendilik değerlendirmelerinin sonucunda bireylerin kendilerini yalnız hissettiklerini belirtmiştir. Bu noktada birey, sosyal çevreden uzaklaşmakta ve kendi içine yönelmektedir. Bu içsel gerilimden kurtulmak için de sosyal medya kullanımı ve buna bağlı bağımlılık davranışı gelişmektedir. Forest ve Wood (2012) sosyal medyanın yüz yüze etkileşimden uzak olması ve bazı durumlarda anonim deneyimler sunması nedeniyle düşük benlik saygısına sahip bireylerin kendilerini ifade etmelerinde güvenli bir alan oluşturduğunu belirtmiştir. Bu noktada kişi sosyal medya platformlarını kendini iyi hissettiği bir alan olarak görmekte ve kullanım süresi artmaktadır.

Yaş için bulunan korelasyon analizi bulgularında, yaşın artışına bağlı olarak sosyal medya bağımlılığı düzeyi azalmaktadır. Bu noktada gençlerde sosyal medya bağımlılığı düzeyinin yüksek olması beklenmektedir. Andreassen ve arkadaşları (2012) ve Kuss ve arkadaşları (2014) da çalışmalarında ileri yaşlarla karşılaştırıldığında gençlerde sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olduğu vurgulanmıştır. Bu noktada sosyal medya platformlarının daha geniş yenilikler ve sosyallik alanları yarattığı için genç bireylerin ilgisini çektiği belirtilmiştir (Allen ve ark., 2014). Prensky (2001) ise yaptığı çalışmada genç yaşlarda görülen sosyal medya bağımlılığının yüksek olmasını, genç bireylerin yeniliklere uyum sağlamada ve teknolojik ilerlemeleri takip etmede ileri yaşlara oranla daha başarılı olmaları ile açıklamıştır. Andreassen (2015) ise yeni deneyimler sunması, güncel haberlerin takip edilebilmesi, kendini geliştirme ve dünyayı keşfetme noktasında sunduğu imkanlar ile sosyal medya bağımlılığının genç yaşlarda daha çok görüldüğünü vurgulamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışmanın sonucunda cinsiyet, maddi durum, kullanılan sosyal medya platformu ve sosyal medya için ayrılan zaman gibi değişkenlerin üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı düzeylerinde anlamlı farklılığa neden olduğu görülmüştür. Ayrıca yaş ile benlik saygısı, yaş ile sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür.

Elde edilen bulgular sosyal medya bağımlılığın anlaşılmasında ve etkilerinin incelenmesinde uzmanlara önemli bilgiler sunmaktadır. Bu alınan bilgiler doğrultusunda da toplum ve birey üzerindeki etkileri bilinen sosyal medyanın psikolojik sağlık için olumsuz etkileri görülmüştür. Bu noktada üniversitelerde öğrenciler için gerekli seminer ve eğitimlerin verilmesi bu tehlikenin sonuçlarının önlenmesinde koruyucu bir faktör olarak işleyebilir. Üniversite bünyesindeki öğretim üyelerine ve uzmanlara, öğrencileri bilinçlendirme noktasında görevler düşmektedir.

Sosyal medya gibi internet elemanlarının olumsuz etkilerinin incelenmesinde daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Bu noktada sosyal medyanın psikolojik sağlık için farklı etkilerinin incelendiği nicel ve nitel çalışmaların faydalı olacağı düşünülmektedir. Özellikle farklı demografik değişkenlerin etkileri ve diğer kavramlarla ilişkilerinin doğasının incelenmesi koruyucu ve önleyici adımlar noktasında yeni ve güncel bilgilerin literatüre kazandırılmasında faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmed, O., Siddiqua, S. J. N., Alam, N., ve Griffiths, M. D. (2021). The mediating role of problematic social media use in the relationship between social avoidance/distress and self-esteem. *Technology in Society*, 64, 101485.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: Sosyal webde pazarlama stratejileri*. Ankara:Efil.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405–421.
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., ve Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potentialpitfalls. *The Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Anderson, M., ve Jiang, J. (2018). Teens, social media &technology 2018. *Pew Research Center*, 31(2018), 1673-1689.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictiveuse of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a largenationalsurvey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports*, 110(2), 501-517.
- Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., ve Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304.
- Aslan, E. (1992). Benlik kavramı ve bireyin yaşamındaki etkileri. *M.Ü Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4, 7-14.
- Aslanyürek, M., Gürdal, S. A., Dursun, S., Tunçel, E., ve Ayan, S. M. İ. (2015). Sosyal medya gerçeği ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya algısının değerlendirilmesi. *Colleges*, 1, 1-11.
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 7–28.
- Balcı, Ş., ve Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among university students in Turkey:Selcuk University example. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(34), 255-278.

- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(2), 209–213.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve Aydemir A. T. (2012) Sosyal medyada 2011 genel seçimleri: Nicel-nitel arayüz incelemesi. *Selçuk İletişim*, 7(3), 15-16.
- Bazarova, N. N. (2012). Publicintimacy: Disclosureinterpretation and social judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62(5), 815–832
- Błachnio, A., Przepiorka, A., ve Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705.
- Bowlby, J. (2012). *Bağlanma* (T. Soylu, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Boyd, D. (2014). It's complicated. 2–4. <https://seeingcollaborations.files.wordpress.com/2014/08/itscomplicated.pdf>.
- Brailovskaia, J., ve Margraf, J. (2017). Facebook Addiction Disorder (FAD) among German students-A longitudinal approach. *PloSone*, 12(12), e0189719.
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H. W., Schillack, H., ve Margraf, J. (2019). The relationship between daily stress, social support and Facebook Addiction Disorder. *Psychiatry Research*, 276, 167-174.
- Brandtzæg, P. B., ve Heim, J. (2009). Why people use social networkingsites. International Conference on Online Communities and Social Computing, 143– 152. Springer.
- Buote, V. M., Wood, E., ve Pratt, M. (2009). Exploring similarities and differences between online and offline friendships: The role of attachment style. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 560–567.
- Busalim, A. H., Masrom, M., ve Zakaria, W. N. B. W. (2019). The impact of Facebook addiction and self-esteem on students' academicperformance: A multi-group analysis. *Computers & Education*, 142, 103651.
- Caz, Ç., ve Bardakçı, S. (2019). Sosyal medya bozukluğu: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 1100-1124.
- Cerit Aksoy A. (1992). *Lise son sınıf öğrencilerinin özsaygı ve denetim odağını etkileyen bazı değişkenlerin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Cevher, F. N. ve Buluş, M. (2007). Benlik kavramı and benlik saygısı: önemi ve geliştirilmesi. *Akademik Dizayn Dergisi*, 2, 52-64.

- Chapman P., ve Mullis A. (2002). Readdressing Gender Bias in the Coopersmith Self-Esteem Inventory-Short Form. *Journal of Genetic Psychology*, 4(163), 403-415.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman
- Çam, E., ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(3), 14-19.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Çuhadaroğlu, F. (1986). *Adolesanlarda benlik saygısı*. (Uzmanlık Tezi). Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Ankara.
- Demir, Y., ve Kumcağız, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42.
- Dwyer, R., ve Fraser, S. (2016). Addicting via hashtags: How is Twitter making addiction? *Contemporary Drug Problems*, 43(1), 79-97.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and collegestudents' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Feist, J. ve Feist, G. J. (2009). *Theories of personality* (7th ed.). United States of America: McGraw-Hill.
- Forbes, M. K., Magson, N. R., ve Rapee, R. M. (2020). Evidence that different types of peer victimization have equivalent associations with transdiagnostic psychopathology in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 49, 590-604.
- Forest, A. L., ve Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological science*, 23(3), 295-302.
- Geçtan, E. (1999). *İnsan olmak*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gemmill, E. L., ve Peterson, M. (2006). Technology use among collegestudents: Implications for student affairs professionals. *NASPA Journal*, 43(2), 280-300.
- Gonzales, A. L., ve Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 14(1-2), 79-83.
- Gosling, S., Gaddis, S., ve Vazire, S. (2007). Personality Impressions Based on Facebook Profiles. *ICWSM*, 7, 20-35.

- Grieve, R., March, E., ve Watkinson, J. (2020). Inauthentic self-presentation on facebook as a function of vulnerable narcissism and lower self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 102, 144-150.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Güteryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., ve Güzel, P. (2020). Sosyal izolasyon sürecindeki bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimleri: Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Focuss Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45.
- Gümüş A. (2012). Sosyal kaygının benlik saygısına ve işlevsel olmayan tutumlara göre yordanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(26), 63-75.
- Hawi, N. S., ve Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi*, 11(32), 151-175.
- He, D., Liu, Q. Q., ve Shen, X. (2021). Parental conflict and social networkingsites addiction in Chinese adolescents: The multiplemediating role of core self-evaluation and loneliness. *Children and Youth Services Review*, 120, 105774.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340.
- Ho, S. S., Lwin, M. O., ve Lee, E. W. J. (2017). Tilllogout do us part? Comparison of factors predicting excessive social network sitesuse and addiction between Singaporean adolescents and adults. *Computers in Human Behavior*, 75, 632-642.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., ve Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13, 42-55.
- Ilğaz, M. (2019). Sosyal medya bağımlılığı: Liseveüniversiteöğrencileri üzerinebir araştırma. *Turkish Journal of Marketing*, 3(3), 238-257.
- Iskender, M., ve Akin, A. (2010). Social self-efficacy, academiclocus of control, and internet addiction. *Computers& Education*, 54(4), 1101-1106.
- Karahan, F. ve Sardoğan, M. E. (2004). *Psikolojik danışma ve psikoterapide kuramlar*. Samsun: Deniz Kültür Yayınları.

- Karasar, N. (1995). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Kırcaburun, K. (2016). Effects of gender and personality differences on Twitter addiction among Turkish undergraduates. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 33-42.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen web teknolojileri ve sosyal medya bağımlılığı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 77-101.
- Köknel, Ö. (1985). *Kaygıdan mutluluğa kişilik*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Kujath, C. L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or substitute for face-to-face interaction? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 75–78.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552.
- Kuss, D.J., D Griffiths, M., Karila, L., ve Billieux, J. (2014). Internet addiction: A systematic review of epidemiological research for the lastdecade. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4026-4052.
- LaRose, R., Kim, J., ve Peng, W. (2010). *Social networking: Addictive, compulsive, problematic, or just another media habit?*. Routledge.
- Liu, Q. Q., Yang, X. J., Hu, Y. T., ve Zhang, C. Y. (2020). Peer victimization, self-compassion, gender and adolescent mobile phone addiction: Unique and interactiveeffects. *Children and Youth Services Review*, 118, 105397.
- Longstreet, P., ve Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77.
- Marengo, D., Montag, C., Sindermann, C., Elhai, J. D., ve Settanni, M. (2021). Examining the links between active Facebook use, receivedlikes, self-esteem and happiness: A study usingobjective social media data. *Telematics and Informatics*, 58, 101523.
- Mayfield, A. (2008). What is social media. *Ndu Press*, 60(1),79-83.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Milošević-Đorđević, J. S., ve Žeželj, I. L. (2014). Psychological predictors of addictive social networkingsitesuse: The case of Serbia. *Computers in Human Behavior*, 32, 229-234.
- Moss, R. (2014). *Social media addiction: Facebook And Twitter beatsmoking as the hardestthing to giveup*. The Huffington Post UK.

- O'Day, E. B., ve Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100070.
- Özdemir, B.A. (2016). *Lise öğrencilerinde benlik saygısı ile psikolojik yardım alma tutumu ve problem çözme davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew Research Center*, 125, 52-68.
- Prenkys, M. (2001). Digitalnatives, digitalimmigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE). *Acceptance and Commitment Therapy Measures Package*, 61, 52-65.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. NJ: Princeton University Press,
- Saiphoo, A. N., Halevi, L. D., ve Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 153, 109639.
- Sarıkaya A. (2015). *14-18 yaş arası ergenlerin benlik saygısı ve psikolojik dayanıklılık düzeyleri arasındaki ilişki*.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Schultz, D.P ve Schultz S.E. (2007). *Modern psikoloji ve tarihi* (Çev., Y.Aslan).İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Siegel, S. (2005). Drug tolerance, drug addiction, and druganticipation. *Current Directions in Psychological Science*, 14(6), 296-300.
- Solis, B. (2010). *Engage: The completeguide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley&Sons.
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., ve Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik bir araştırma.*Tarih Okulu Dergisi (Tod)*, 7, 851-870.
- Tibber, M. S., Zhao, J., ve Butler, S. (2020). The association between self-esteem and dimensions and classes of cross-platform social media use in a sample of emergingadults–Evidence from regression and latentclassanalyses. *Computers in Human Behavior*, 109, 106371.

- Trixler, M., Gati, A. ve Teny, T. (2010). Artisticcreativityın the light of jungiananalytical psychology. *Psychiatr Hung*, 25(4), 353-358.
- Turel, O., Brevers, D., ve Bechara, A. (2018). Time distortion when users at-risk for social media addiction engage in non-social media tasks. *Journal of Psychiatric Research*, 97, 84–88.
- Tutgun-Ünal, A., ve Deniz, L. (2016). Investigationof social media addiction of university students.*Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155–181.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161–172.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., ve Franz, B. (2015). Whocompares and despairs? The effect of social comparisonorientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256.
- Vural, Z., ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 25-34.
- Wang, M., Xu, Q., ve He, N. (2021). Perceived interparental conflict and problematic social media use among Chinese adolescents: The mediatingroles of self-esteem and maladaptive cognition toward social network sites. *Addictive Behaviors*, 112, 106601.
- Wolniczak, I., Cáceres-DelAguila, J. A., Palma-Ardiles, G., Arroyo, K. J., SolísVisscher, R., Paredes-Yauri, S.,Bernabe-Ortiz, A. (2013). Association between Facebook dependence and poor sleep quality: a study in a sample of undergraduatestudents in Peru. *PloSOne*, 8(3), 1-5.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.
- Yörükoğlu, A. (1985). *Gençlik çağı ruh sağlığı eğitimi ve ruhsal sorunları*. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- YüksekkayaS. (1995). *Üniversite öğrencilerinde benlik-saygısının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

EKLER

EK A- Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu (BGOF)

Araştırmanın Adı: Sosyal Medya Bağımlılığının Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı ile İlişkisinin İncelenmesi

Değerli katılımcı, İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans tezi kapsamında yapmakta olduğum araştırmaya davet edilmiş bulunmaktasınız. Bu çalışma, **araştırma** amaçlı olarak yapılmaktadır. Araştırmaya katılmadan önce uygulamakta olduğum çalışmanın amacını anlamanız ve katılmak isteyip istemediğiniz ile ilgili karar vermeniz adına size özel hazırlanmış olan bu bilgilendirme formunu lütfen dikkatlice okuyunuz. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Bu yüzden katılmanız zorunlu değildir. Katılım sağlamanız ya da herhangi bir noktada araştırmadan ayrılmanız sizin için hiçbir risk teşkil etmemektedir. (Katılımcılardan isim, soy isim bilgisi istenmeyecektir). Araştırmaya katılmayı kabul ediyorsanız formun en altında bulunan onaylama kutucuklarını işaretlemeyi unutmayınız.

Çalışmanın Amacı: Sosyal medyada çok vakit geçiren üniversite öğrencilerinin benlik saygılarındaki azalma veya artmasındaki etkisini inceleyip tespit ederek bu yönde yapılan araştırmalara bir kaynak olması planlanmıştır.

Katılma Koşulları: Bu çalışmaya katılabilmemiz için üniversite öğrencisi olmanız gerekmektedir.

Katılımcı Sayısı: Araştırmada 310 gönüllü katılımcı olacaktır.

Tahmini Katılım Süresi: Anketlerin tamamının cevaplanması için ortalama süre 10-15 dakikadır.

Çalışmaya Katılımınız ile Sağlanacak Yarar: Bu çalışmadan çıkarılan sonuçların literatüre ve daha sonra yapılacak olan çalışmalar için aydınlatıcı olacağı düşünülmektedir ve araştırmanın sonuçları bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Çalışmaya Katılma: Size bu çalışmada Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği uygulanacaktır. Sizden bu anketleri içtenlikle ve eksiksiz bir şekilde cevaplamamız istenecektir.

Rıza Beyanı:

Yukarıdaki bilgileri okudum ve aydınlatıldım.

Çalışmaya katılmayı kabul ediyorum.



EKB- Kişisel Bilgi Formu

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı kapsamında yapılmaktadır. Soruların doğru veya yanlış cevapları yoktur. Verdiğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacak ve sadece araştırma kapsamında kullanılacaktır. Araştırmanın doğru sonuç vermesi, vereceğiniz gerçekçi ve içten cevaplara bağlıdır. Formda kimlik belirtmenize gerek yoktur, bireysel değerlendirme yapılmayacaktır. Araştırma ile ilgili daha fazla bilgi edinmek isterseniz vermiş olduğum mail adresi ile benimle iletişime geçebilirsiniz.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Sergen ÖZDEMİR

İstanbul Gelişim Üniversitesi

-Cinsiyetiniz: Kadın() Erkek()

-Bölümünüz.....

-Yaşınız.....

-Ekonomik gelir düzeyiniz: Düşük() Orta() Yüksek()

-En sık kullandığımız Sosyal Medya sitesi nedir?

Facebook() İnstagram() Youtube() Twitter() Diğerleri()

-En sık kullandığımız Sosyal Medya hesabınızda kaç kişi var?

0-100() 101-200() 201-300() 301-400() 401-500() 501 ve üzeri()

-Sosyal Medyaya günde ortalama kaç saat bağlanırsınız?

0-2() 2-4() 4-6() 6 saat ve üzeri()

EKC- Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

| | Hiçbir Zaman | Nadiren | Ara Sıra | Sık Sık | Her Zaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|----------|---------|-----------|
| 1) Sosyal medya hesaplarıma (Facebook, twitter, instagram vb.) giremediğim zaman kendimi gergin hissederim | | | | | |
| 2) Sosyal medya hesaplarımı kontrol ettiğimde rahatlamış hissederim | | | | | |
| 3) Sosyal medya hesaplarımı kontrol ettiğim zaman mutlu olurum | | | | | |
| 4) Sosyal medya hesaplarımı kontrol etmekten zevk alırım | | | | | |
| 5) Akşam uyumadan önce sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim | | | | | |
| 6) Sosyal medya hesaplarıma erişemediğim zaman (telefonumun şarjı bittiğinde ya da internet paketim dolduğunda) canım sıkılır | | | | | |
| 7) Sosyal medya hesaplarıma erişemediğim, internetin çekmediği yerlerde bulunmak istemem | | | | | |
| 8) Sosyal medya hesaplarımda yaptığım paylaşımların kimler tarafından beğenildiğini kontrol ederim | | | | | |
| 9) Sabah uyandığimde ilk iş olarak sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim | | | | | |
| 10) Sosyal medyada gezinirken zamanın nasıl geçtiğini anlamam | | | | | |
| 11) Sosyal medyada gezinirken tahmin ettiğimden daha fazla vakit geçiririm. | | | | | |
| 12) Herhangi bir sosyal medya hesabım ailem/arkadaşım veya sevgilim tarafından engellendiğinde öfkelenirim | | | | | |
| 13) Sosyal medyada gezinirken ödev yapmayı unuttuğum olur | | | | | |
| 14) Sosyal medyada gezindiğim için günlük işlerimi ihmal ettiğim olur | | | | | |
| 15) Sosyal medyada vakit geçirirken ev işlerini ihmal ettiğim olur | | | | | |
| 16) Arkadaşlarım sosyal medya hesaplarında çok gezinmemden şikâyet eder | | | | | |
| 17) Sosyal medyada gezinirken çevremde olup bitenleri farketmem | | | | | |
| 18) Sosyal medyada gezinirken el parmaklarımda ağrıdığımı hissederim | | | | | |
| 19) Ders esnasında sosyal medya hesaplarımda gezinmekten dersi dinleyemem | | | | | |
| 20) Sosyal medyada geçirdiğim zaman nedeniyle ailemle sorun yaşarım | | | | | |
| 21) Sosyal medya üzerinden paylaşılan videolar uzun süre zihnimi meşgul eder | | | | | |
| 22) Sosyal medyada gezinirken boynumun ağrıdığımı hissederim | | | | | |
| 23) Karşı cinsle sosyal medya üzerinden daha rahat iletişim kurarım | | | | | |
| 24) Sosyal medya üzerinden daha rahat arkadaşlık ilişkileri kurarım | | | | | |
| 25) Sosyal medya üzerinden kurulan arkadaşlık ilişkilerini gerçekçi bulurum | | | | | |
| 26) Sosyal medya üzerinden kendimi daha rahat ifade ederim | | | | | |

EK D- Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

- 1) Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 2) Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 3) Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 4) Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 5) Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 6) Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 7) Genel olarak kendimden memnunum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 8) Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 9) Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığını düşünüyorum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış
- 10) Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığını düşünüyorum.
 - a) Çok doğru
 - b) Doğru
 - c) Yanlış
 - d) Çok yanlış

