

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BENLİK SAYGISI, VÜCUT ALGISI, NARSİZİZM VE SOSYAL
KARŞILAŞTIRMANIN SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE
ETKİLERİ**

Türküler ARTAN

LEFKOŞA

2017

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BENLİK SAYGISI, VÜCUT ALGISI, NARSİZM VE SOSYAL
KARŞILAŞTIRMANIN SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE
ETKİLERİ**

HAZIRLAYAN

Türküler ARTAN

20143260

TEZ DANIŞMANI

YRD. DOÇ. DR. DENİZ ERGÜN

LEFKOŞA

2017

ÖZ

Benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm ve sosyal karşılaştırmanın sosyal medya kullanımını üzerine etkileri.

Hazırlayan: Türküler ARTAN

Haziran 2017, 77 sayfa

Araştırmanın temel amacı, benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm, sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmanın evreni psikoloji lisans programında öğrenim gören 699 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklemi ise, Tabakalı Rastgele Örneklem yöntemiyle seçilmiş olan 1., 2., 3., ve 4.,sınıfta öğrenim gören 277 öğrenci üzerinde oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak tanıtıcı özellikler, sosyal medya kullanımı, Narsistik Kişilik Envanteri Kısa Formu, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği, Beden Algısı ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği olmak üzere alt bölümünden oluşan soru formu kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri ile narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği ve beden algısı ölçeğinden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin günlük sosyal medya hesabına girme sayısı ve sosyal medyada vakit geçirme süreleri ile narsistik kişilik envanterinden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin beden algısı ölçeğinden almış oldukları puanlar ile narsistik kişilik envanteri ve sosyal karşılaştırma ölçeğinden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu saptanmıştır. Günümüzde sosyal medyanın doğru, olumlu yönde, amacına uygun, bilinçli bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: *benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm, sosyal karşılaştırma, sosyal medya.*

ABSTRACT

Effects of self-respect, body perception, narcissism and social comparison on usage of social media.

Prepared by: Türküler ARTAN

June 2017, 77 pages

The primary purpose of the research is to investigate the relationship between self-respect, body perception, narcissism, social comparison and social media usage. Subjects of the research were 699 students who are undergraduate students in Psychology program. Sample consist of 244 students who are from 1st, 2nd, 3rd, and 4th grade, and stratified random sampling was used while selecting participants to the sample. As collecting data, several questionnaires were used such as identifier features, usage of social media, Narcissistic Personality Inventory Short Form, Social Comparison Scale, Body Perception and Rosenberg Self-Esteem Scale. According to findings, there is a statistically significant relationship and a positive correlation between students' amount of usage of social media, and the scores obtained from narcissistic personality inventory, social comparison scale and body perception scale. A statistically significant relationship and a positive correlation is found between daily amount of how frequently students enter their social media accounts, the time spent on social media and scores obtained from narcissistic personality scale. Also, a statistically significant relationship and a positive correlation is found between students' scores from body perception scale, narcissistic personality scale and social comparison scale. Nowadays, social media needs to be used in a correct, positive way, in a purposeful,conscious manner.

Key words: *self-esteem, body perception, narcissism, social comparison, social media.*

TEŞEKKÜR

Araştırmanın başından sonuna kadar bana yol gösteren, ne zaman umutsuzluğa düşsem kendime güvenmem gerektiğini söyleyen, bilgi ve önerilerini benimle paylaşan, sabırlı ve anlayışlı tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Deniz ERGÜN' e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca bana kıymetli bilgilerini aktaran, öğrenim hayatımda emeği geçen tüm hocalarıma minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

En baştan beri desteklerini esirgemeyen Uz. Nilüfer Mutlu'ya, Aytül Öktem' e, Yeşim Akdöl' e, Cahide Umut' a destek ve yardımlarından dolayı çok teşekkür ederim.

Hayata karşı duruşumu kazanmamda önemli rol oynayan, aldığım bütün kararlarda arkamda duran ve ekonomik desteğini sonuna kadar önüme serip kişisel gelişimime katkı sağlayan sevgili babam Halil ARTAN' a ve sevgili annem Müşginaz ARTAN' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İçten sevgileriyle yanımda olan, bana güvenip beni destekleyen, benim için hayattaki değeri hiç bir şeyle ölçülemeyecek kadar büyük olan canım kardeşlerim Azer ARTAN ve Baycan ARTAN' a çok teşekkür ederim

Her zaman yanımda olan desteklerini ve yardımlarını benden esirgemeyen Cuma SARCAN ve Derya SARCAN'a da sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hep hayatımda olmanız dileğiyle, sonsuz teşekkürler...

İÇİNDEKİLER

BEYANNAME

JURİ ONAY FORMU

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLO DİZİNİ.....	vii
ŞEKİL DİZİNİ.....	ix
KISALTMALAR.....	x

BÖLÜM I

1.1. Araştırmanın Amacı.....	1
1.2. Sınırlılıklar.....	1

BÖLÜM II

2.GİRİŞ.....	3
2.1. Sosyal Medya.....	3
2.1.1. Facebook.....	3
2.1.2. Instagram.....	4
2.1.3. Twitter.....	5
2.1.4. Snapchat.....	5
2.2. Benlik saygısı.....	5
2.2.1. Sosyal Medya ve Benlik Algısı.....	6
2.3. Vücut Algısı.....	7
2.3.1. Sosyal Medya ve Vücut Algısı.....	8

2.4. Narsisizm.....	9
2.4.1. Sosyal medya ve narsisizm.....	9
2.5. Sosyal Karşılaştırma.....	11
2.5.1 Sosyal Medya ve Sosyal Karşılaştırma.....	12
2.6. İlgili Araştırmalar.....	13

BÖLÜM III

3. YÖNTEM.....	15
3.1. Araştırmanın Modeli.....	15
3.2. Evren ve örneklem.....	15
3.3. Veri toplama araçları.....	16
3.3.1. Demografik Bilgi Formu.....	16
3.3.2. Narsistik kişilik envanteri kısa formu (NKE).....	16
3.3.3. Sosyal karşılaştırma ölçeği (SKÖ).....	17
3.3.4. Beden algısı ölçeği (BAÖ).....	17
3.3.5. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ).....	17
3.4. Verilerin toplanması.....	18
3.5. Verilerin Analizi.....	18

BÖLÜM IV

4. BULGULAR.....	20
------------------	----

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA.....	47
------------------	----

BÖLÜM VI

6. SONUÇ.....	51
---------------	----

KAYNAKLAR	53
AYDINLATILMIŞ ONAM.....	67
EKLER.....	68
Ek 1.....	68
Ek 2.....	70
Ek 3.....	72
Ek 4.....	73
Ek 5.....	75
Ek 6.....	76
Ek 7.....	77
ÖZGEÇMİŞ	78

TABLO DİZİNİ

Tablo 1. Öğrencilerin tanıtıcı (sosyodemografik) özelliklerinin dağılımı	20
Tablo 2. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin bazı özelliklerinin dağılımı	22
Tablo 3. Öğrencilerin ölçeklerden aldıkları toplam puanlara ait tanımlayıcı istatistikler	25
Tablo 4. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	26
Tablo 5. Öğrencilerin yaş gruplarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	27
Tablo 6. Öğrencilerin sınıflarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	28
Tablo 7. Öğrencilerin ikamet yerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	29
Tablo 8. Öğrencilerin gelir durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	30
Tablo 9. Öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	31
Tablo 10. Öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	32
Tablo 11. Öğrencilerin anne çalışma durumuna göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	33
Tablo 12. Öğrencilerin baba çalışma durumu göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	34
Tablo 14. Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıklarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	37
Tablo 15. Öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	38
Tablo 16. Öğrencilerin sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	40
Tablo 17. Öğrencilerin memnun olacakları beğeni sayılarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	42
Tablo 18. Öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması	44

Tablo 19. Öğrencilerin bazı sosyal medya özelliklerine ile ölçeklerden aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonlar	45
Tablo 20. Öğrencilerin ölçeklerden aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonlar	46

ŞEKİL DİZİNİ

Şekil 1. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya araçları	21
Şekil 2. Öğrencilerin sosyal medyada sıklıkla yaptıkları paylaşımlar	23
Şekil 3. Öğrencilerin sosyal medya kullanma amaçları	24
Şekil 4. Öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda yaptıkları değişiklikler.....	24

KISALTMALAR

NKÖ: Narsistik Kişilik Envanteri

SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği

BAÖ: Beden Algısı Ölçeği

RBSÖ: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

BÖLÜM I

1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm, sosyal karşılaştırmanın sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

Araştırmanın alt amaçları;

- 1) Sosyal medya kullanımı ve benlik saygısı arasında bir ilişki var mı?
- 2) Sosyal medya kullanımı ve vücut algısı arasında bir ilişki var mı?
- 3) Sosyal medya kullanımı ve narsisizm arasında bir ilişki var mı?
- 4) Sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasında bir ilişki var mı?

Ayrıca öğrencilerin sosyodemografik özellikleri (yaş, sınıf, ikamet yeri, gelir durumları, anne ve baba eğitim durumları, anne ve baba çalışma durumu) ile benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm ve sosyal karşılaştırma arasında ilişki olup olmadığına ve öğrencilerin sosyal medya kullanma süreleri, sosyal medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıkları, günlük sosyal medya kullanma süreleri, sosyal medya daki takipçi sayılar, memnun olacakları beğeni sayısı, sosyal medya da paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumları ile benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm ve sosyal karşılaştırma arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

1.2. Sınırlılıklar

1. Araştırma 2016-2017 akademik yılı bahar dönemi Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji türkçe lisans programında öğrenim gören birinci, ikinci, üçüncü ve dördün sınıf öğrencileri ile sınırlıdır.

2. Ayrıca araştırma da incelenen sosyal karşılaştırma düzeyi, ‘‘Sosyal Karşılaştırma Ölçeği’’nin ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

3. Araştırma da incelen beden doyumu düzeyi ‘‘Beden Algısı Ölçeği’’nin ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

4. Araştırma da incelenen narsistik kişilik zellikleri ‘‘Narsistik Kişilik Envanteri Kısa

Formu’’’nun ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

5. Araştırma da incelenen benlik saygısı ‘‘ Rosenberg Benlik saygısı leği’’’nin ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

BÖLÜM II

2.GİRİŞ

2.1. Sosyal Medya

Sosyal medya kullanımı, son birkaç yılda dünya da birçok ülkede giderek popüler bir eğlence aktivitesi haline gelmiştir (Kuss ve Griffiths, 2011, s. 3528). Sosyal medya, kullanıcılara birçok imkân sağlamaktadır. Bu imkânlar haberleşme, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşımıdır. Bu imkânlar sayesinde kişilerarası iletişim ve etkileşim sağlayan çevrimiçi araçlar ve World Wide Web (Web) siteleri için sosyal medya kavramı içine girmektedirler (Sayımer, 2008, s.123). Sosyal medyanın en kullanışlı alanlardan biri olarak, kendini göstermesinin sebepleri ise, güncellenebilir olması, çoklu kullanımının olmasıdır. İnsanlar, sosyal medya da düşüncelerini ve duygularını dile getirmekte, bunları tartışabilmekte ve yeni fikirler üretebilmektedir. Ayrıca kişisel bilgiler, fotoğraflar, videolar paylaşabilmekte ve iş arayabilmektedirler. Bu durum insanların dikkatini gün geçtikçe çekmekte ve sosyal medya kullanıcıları giderek artmaktadır (Vural ve Bat, 2016, s.26).

Birçok kişi için, sosyal medya arkadaşlarıyla ve ailesiyle iletişim kurmak için hizmet vermektedir ve günlük hayatın ayrılmaz bir parçasıdır. 213 milyondan fazla insan bilgisayarlarıyla sosyal medyayı kullanmaktayken, 52 milyon insan da sosyal medyadan kendi mobil aygıtlarını kullanarak yararlanmaktadır (Nielsen, 2012).

Sosyal medya, bilginin, farklı bakış açılarının ve deneyimlerin kamu oluşumlu World Wide Web (web) sitelerince paylaşımına olanak sağlayan bir uygulama alanıdır (Weinberg, 2009, s.1). Sosyal medya, isminde medya geçse de geleneksel medyadan farklıdır. Aradaki en önemli fark, kişinin sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, yorum yapabilmesi ve katkı sağlayabilmesidir (Scott, 2010, s. 38).

2.1.1. Facebook

Son yıllarda internet üzerindeki sosyal ağ siteleri tüm dünya da giderek popüler hale gelmiştir. Facebook, 2004 şubat ayında Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg tarafından geliştirilmiştir ve Facebook'un toplam kullanıcı sayısı

bugün tüm dünya da 300 milyonu aşmıştır. Facebook'un oluşturulmasının ilk amacı, yatılı öğrenci evlerinde kalan bireylerle iletişimi sağlamaktır ve ilk ismi "The Facebook"tur. Daha sonra bu isim ağustos 2005' te "Facebook.com" olarak değiştirilmiştir (Ellison ve ark.2006, s.19-23; Toprak ve ark.2009). Facebook ismi, Amerikan üniversitelerinde öğretim görevlileri ve öğrencilerin birbirlerini tanımak için isimlerinin yer aldığı "paper facebook" uygulamasından alınmıştır.

Çevrimiçi sosyal paylaşım sitesi olan ve üniversite öğrencilerinin kullanması için oluşturulan Facebook; son zamanlarda öğretim üyeleri, öğrenciler, akademik kurum ve kuruluşlar başta olmak üzere her kesimden insanın üyesi olduğu geniş bir katılıma ulaşmıştır.

Facebook'ta kişisel bilgilerin ve arkadaş listelerinin yer aldığı kişiye özgü profil sayfası bulunmaktadır. Kullanıcılar birbirlerine mesaj gönderebilmekte, tercihlerine göre sosyal gruplara katılabilmekte, kendi sayfalarında toplumsal mesajlar verebilmekte ve fotoğraf paylaşımı yapabilmektedirler. Arkadaşlık süreci ise bir kullanıcının diğerine arkadaşlık isteği göndermesi ve gönderilen kişinin bu daveti kabul etmesiyle başlamaktadır (Golder ve ark.2007, s.41-66).

2.1.2. Instagram

Facebook'ta olduğu gibi instagram da bireysel profiller vardır. Ancak Instagram sadece fotoğraf üzerine odaklanmıştır. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuş olan Instagram da çeşitli efektler vardır ve bu fotoğrafları çeşitli sosyal ağlarda paylaşabiliriz. İlk çıktığında kullanıcılara sadece fotoğraf çekme ve paylaşma imkanı tanımaktaydı fakat sonra video çekme özelliğide eklenmiştir. Facebook'ta arkadaşlar varken Instagram da takipçiler vardır. İstek gönderdikten sonra kullanıcıların paylaştığı fotoğraf ve videoları görebiliriz. Bazı kullanıcıların fotoğrafları herkesin görebileceği şekilde ayarlanmışta olabilmektedir.

Instagram, diğer sosyal ağlara göre daha genç bir hedef kitlesine sahiptir. Ayrıca genç kitlelerin yoğun ilgisinden dolayı, son zamanlarda uygulama üzerinden farklı aktivitelerin gerçekleşmesine de olanak sağlamıştır. Örneğin; UCLA Powell Kütüphanesi, öğrencilere ulaşmak için öncelikli olarak Instagram' ı kullanmaktadır (Salomon, 2013, s.408).

Ayrıca Instagram da daha fazla insana ulaşmak için ise ‘hashtag’ kullanılmaktadır. Popüler hashtag’ler her zaman ilgi çekmektedir (Özutku ve ark.2014, s.138-139).

2.1.3. Twitter

Twitter, 2006 yılında hizmet vermeye başlayan ve yazılanları sadece 140 karakter ile sınır tanıyan ve bu söz edimlerinin ‘tweet’ olarak tanımlandığı bir sosyal ağıdır (Bayraktutan ve ark., 2012, s.15). Twitter, kişinin gerçek hayatta o anda ne yaptığını onu takip edenlere kısa mesajla özetlediği, içinde bulunduğu durumu paylaştığı bir sosyal ağıdır (Sayımer, 2008, s.128). İçeriklerin kullanıcılar tarafından belirlendiği ve kişilerarası etkileşimin çok yüksek olduğu Twitter toplumsal olayların etkisiyle önemli bir hal almıştır (Kwak ve ark, 2010, s.1). Herhangi bir konuyla ilgili kullanıcılar anahtar kelimelerle arama yaparak, o anda yazılan konuya ilişkin tweetlere erişmeside Twitter’ı önemli ve eşsiz kılmaktadır (Bakshy ve ark, 2011,s.3). Bu özellik sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde anlık olarak gerçekleşen olaylar hakkında insanlar bilgi sahibi olabilmektedirler.

2.1.4. Snapchat

2011 yılında iki genç yetişkin tarafından başlatılan ve kullanıcıların snap paylaşması yani fotoğraf çekip paylaşması ve yazı yazılabilen kısa videolar paylaşmasıyla bir anda çok yoğun ilgi gören bu uygulama da paylaşılan snapler 24 saat sonra yok olmakta ve bir ve 10 saniye arasında sürmektedir. (Colao, 2012) Ancak atılan snapleri kullanıcının arkadaşları ekran görüntüsü alabilmekte ve bu kullanıcının kendisine anında iletilmektedir.

2.2. Benlik saygısı

Benlik saygısı, kişinin kendisini olduğu durumdan çok iyi ya da çok kötü görmeksizin kendinden memnun olma durumudur. Kendini olduğu ve gördüğü gibi kabullenmeyi, kişinin kendisine güvenmeyi sağlayan olumlu bir ruh halidir. Kısacası kişinin kendini değerli, olumlu, beğenilmeye ve sevmeye değer bulmasıdır (Yörükoğlu, 2000, s.81).

Bireyin kendisini nasıl gördüğü, kabul edilme veya reddedilme beklentilerinin sonucu olarak da gelişebilir. Benlik saygısı yaşam boyu süren bir süreçtir. Bireyin özerkliğini kazanması, yaşamını kaliteli geçirmesi, amacına uygun davranışlar

sergilemesi, insanlarla olan ilişkisinde iletişimin sağlıklı ve sürekli olması, yüksek düzeyde uyum göstermesi, değer yargılarının geliştirmesi, geleceğini doğru bir şekilde planlayıp başarılı olması açısından gibi önem taşımaktadır (Erşan ve diğ., 2009, s.36).

Benlik saygısı, kişinin ne olduğu ile ne olmak istediği arasındaki farka ilişkin duygularını gösterir. Bireylerin kendi değerleri konusunda vardıkları kanıdır. Kendi benlik kavramını beğenmesi, kendinden hoşnut olması ve onaylamasıdır (Yavuzer, 2003, s.17)

Kişinin kendi kendisiyle yaptığı (içsel) konuşmalara göre de benlik saygısı şekillenmektedir. Sonuçta diğer canlılardan farklı olarak, insanların kendi varlıklarıyla ilgili farkındalığa sahip olması ve bunu sorgulaması bu durumu açığa çıkarmaktadır (Aslan, 2006).

Daha önceden yapılmış araştırmalar da, yüksek benlik saygısına sahip olan kişiler kendilerini toplum içinde daha saygılı, yararlı, değerli kişiler olarak algılama eğilimindedirler. Bu kişiler, bir takım olumlu ruhsal özelliklere de sahiptirler. Örneğin; kendine güven, iyimserlik, başarma isteği, zorluklar karşısında vazgeçmemek gibi. Düşük benlik saygısına sahip olan bireylerde düşük özgüven ve kolay umutsuzluğa kapılma gibi özellikler mevcut olduğu gibi ruhsal belirtiler geliştirmeye daha yatkındırlar. Bu kişiler, güven sorunu yaşayan, umutsuz, kendini suçlama, utanç duygusuna çabuk kapılma gibi özellikleri mevcuttur (Cevher ve Buluş, 2007, s.52).

2.2.1. Sosyal Medya ve Benlik Algısı

Yapılan çalışmalarda, benlik saygısı ve sosyal medya arasındaki ilişkiler řu şekillerdedir: Düşük benlik saygısına sahip olan bireyler, Facebook gibi sosyal ağ siteleri üzerinde sosyal karşılaştırma etkileri nedeniyle kötü duygulara sahip olabiliyorlar (Steers, Wickham ve Acitelli, 2014, s. 701).

Facebook kullanan kişi, akranlarından olumlu geribildirim aldığında, o kişinin benlik saygısı, kişinin fiziksel görünümü ve ilişkileri olum yönde bir gelişme gösterebilir. Ayrıca Facebookta kişinin profilin de paylaşılan bilgileri kendisine göre düzenlemesi de benlik saygısını arttırabilir. Çünkü sosyal medya da ideal benliğini herkes istediği şekilde ortaya koyabilmektedir (Gonzalez ve Hancock, 2011, s.79).

Düşük benlik saygısına sahip bireyler, kendisinin hoş gitmediğini, yetersiz sosyal özelliklere sahip olduğunu düşünmektedir ve aynı zaman da arkadaş sayısının veya takipçilerinin fazla oluşunu çok fazla önemsemektedir. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki, benlik saygısı düşük olanlar, benlik saygısı yüksek olanlara göre, sosyal medya da kendilerini ifade etmeyi daha kolay ve verimli bulmuşlardır (Forest ve Wood, 2012, s, 295). Ve sosyal medya kullanımı ve benlik saygısı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur (Hong ve ark, 2014: Malik ve Kahn,2015: Wang ve ark, 2012: Wilson ve ark, 2010)

Benlik saygısı düşük olan bireyler, toplum için de kabul görmek için Facebook'u bir araç olarak kullanmaktadırlar. Yüksek benlik saygısına sahip olanlar ise, kendi arkadaş çevresinde popülerlik için Facebook' u kullanmaktadırlar (Anderson, Fagan, Woodnutt ve Chamorr- Premuzic, 2012, s, 23-37).

Sık sık Facebook kullanımı, önemli psikolojik rahatsızlıklarla ilişkilidir. Çevrimiçi iletişimin aşırı şekilde artması, benlik saygısını azalmaktadır (Chen ve Lee, 2013, s.728).

Bir diğer çalışma da, düşük benlik saygısına sahip olan insanların, Facebook kullanımıyla ilgili yüksek benlik saygısına sahip olan insanlara göre daha çok yararlandığı ve sosyal kazanç sağladığı bulunmuştur (Tazghini ve Siedlecki, 2013, s.827).

Düşük benlik saygısına sahip bireyler, çevrimiçi etkinliklerini telafi etmeye çalışmak için, Facebookta daha çok zaman harcamaktadırlar, Facebooka daha çok giriş yapmaktadırlar ve daha çok arkadaşına sahiptirler (Amichai- Hamburger ve Vinitzky, 2010, s, 1289).

York üniversitesin de yapılan bir araştırma da, yüz kişiden oluşan Facebook kullanıcılarından benlik saygısı düşük olanların çevrimiçi daha çok zaman harcadığı ve kendi sosyal ağlardaki profilin de daha kendini tanıtıcı bilgilerin daha çok olduğu sonucu bulunmuştur (Pantic, 2014,s,1-16).

2.3. Vücut Algısı

Bireyin, vücudunun uzuvları ve onların işlevlerine karşı kendisine göre yaptığı değerlendirmeye vücut algısı denmektedir. Bu değerlendirme olumlu ve olumsuz olabilmektedir (Aslan, 2004,s, 326)

Vücut algısı, kişilerin dış görünüşleri hakkındaki inanç, fikirlerini değerlendirmeyi içeren ve bireylerin istedikleri görünümü elde etmek için göstermiş olduğu çabaları tanımlayan bir kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır (Morrison , Kalin ve Morrison ,2004, s, 571).

Başka bir deyişle, vücut algısı, bireyin doğduğundan itibaren ortaya çıkar. Ömür boyu her zaman gelişerek değişmektedir. Bu gelişimin ve değişimin birçok nedeni vardır: Cinsiyet, yaş, vücut yapısı ve kilosu, benlik gücü, güven duygusu, dürtüler, medya baskısı, bedenine verilen anlam ve toplumun dış görünüşüne verdiği değer (Uğurlu ve Akın, 2008, s, 38).

En sade anlamıyla vücut algısı, kendi bedenimizin zihnimizde şekillendirdiğimiz görüntüsüdür. Kişinin zihninde vücut organlarını tasarlamış olduğu algıya beden algısı denir (Ziyalar, 1983, s, 31).

2.3.1. Sosyal Medya ve Vücut Algısı

Günümüzde televizyon, filmler, dergiler ve internet üzerinde yer alan ideal kadın vücudunun ince olursa daha çekici olabileceğine dair görsellerle karşılaşmaktayız. Sosyal medyayla çok zaman geçiren kişilerde vücut memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu arasında bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Levine ve Murnen, 2009, s, 9). Yeme bozuklukları kadınlarda erkeklere göre daha fazla görülmektedir. Ancak, daha fazla erkek sosyal medya sebebiyle vücudunun şekli ve kilosuyla daha fazla ilgilenmeye başlamıştır (Derenne ve Beresin, 2006, s, 257).

İnternete maruz kalma, Facebookta harcanan zaman da dahil olmak üzere, kişinin doğrudan beden imajı kaygılarını ve zayıflama dürtüsünü arttırmaktadır. Facebookta harcanan zaman ve vücut imajı endişesi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır. Facebook kullananların, kullanmayanlara göre daha yüksek vücut algısı kaygısı vardır. Ayrıca sosyal ağ sitelerinde harcanan zaman yüksek seviye de ince ideal vücut ve vücut gözlemi ile ilişkilidir (Tiggemann ve Slater, 2013, s,630).

2.4. Narsisizm

Narsisizm günümüzde bir kişilik yapılanması olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kavram ise Yunan mitolojisindeki Narkissos' dan gelmektedir. Narkissos sudaki yansımalarını görür ve bu yansımaya yani kendisine aşık olur ve bir ömür boyu ulaşamayacağı bu aşkını (kendisini) izlerken ona sarılma isteği ile suya düşüp boğularak hayatını kaybeder (İlkay, 2002, s,47)

1898 yılında psikanalitik kuramcı Ellis, ilk kez narsisizm kelimesini psikolojik bir kavramı açıklarken kullanmıştır. Kişinin cinsel dürtülerinin bireyin kendisine yöneltmesi olarak açıklamıştır ve özellikle kadınlarda görüldüğünü belirtmiştir (Rozenblatt, 2002).

Psikanalitik literatürde narsisizm kavramı önemli bir yer taşımaktadır. Freud' un "Cinsellik Teorisi Üzerine Çalışmalar" isimli makalesinde bu kavrama rastlamak mümkündür. Freud'un, narsisizmle alakalı ilk önemli çalışması "Narsisizm Üzerine Bir Giriş" adlı makalesidir. Freud'a göre narsisizm bir durumken, Jung ise süregelen olgu olarak açıklamaktadır (Rapier, 2005).

Narsist bireyler, yaşamının daha ilk aylarında yalnızlık duygusuyla karşılaşmışlardır. Bebeklik dönemlerin de ihtiyaçları karşılanmamış ve ihmal edilmiştir. Bu nedenle onlar kendilerine yetmeye çalışma gereksinimini deneyimlemişlerdir (Ozan ve ark., 2008, s, 1).

Bireyin sağlıklı bir gelişimi için bireyin bebeklik çağında, bebeğe bakım veren kişiyle bir bağının oluşması, bebeğin ihtiyaçlarının yok sayılmaması ve düş kırıklığına uğratılmaması ve olumsuz duyguların deneyimlemesinden kaçınılmalıdır. Bebek bakımında yeterli ve özenli bir bakım verilmesi şarttır (Mahler, 1968). Eğer bu şekilde bir bakım verilmezse bebek nesneye yapması gereken libidinal yatırımı kendisine yapar ve dış dünyadan kopar, iç dünyasına yönelir (Freud, 1914).

2.4.1. Sosyal medya ve narsisizm

Bu iki kavramla ilgili yapılan çalışmalara örnek verecek olursak; Yapılan bir çalışma da, narsist kişiler sosyal paylaşım sitelerinde oldukça başarılı olmaktadır: Çünkü sosyal medyanın yapısı, narsist kişinin kendini ortaya koyma ve beğendiği

fotoğraflarını seçme, çok sayıda arkadaşına sahip olmak gibi eğilimlerini ödüllendirmektedir (Twenge ve Campbell, 2010,s, 163).

Görmenin, görünür ve göstermenin çağımızda çok önemli bir yeri vardır. Narsist insanlar içinde görmek istediği, görünür kılmak istediği ve göstermek istediği kendisidir. Narsist kişiler bir ayna karşısında veya sosyal medya kanalında kendi varoluşunu hayranlıkla izler ve hayranlık duyduğu kendisi için başka hayranlar bulma çabasına girişir (Debord, 2014, s, 61).

Sosyal medya da insanlar kendi kodlarını oluşturup sanal bir kendilik yaratarak narsist gibi davranmaktadır. Bu nedenle ortaya çıkan sosyal medya hesapları doğal ve olağan hesaplar değildir. Kişinin olmak istediği veya olduğu düşündüğü bir gölge gibi gerçekten çok kendilik idealine yaslanmaktadır (Sennett, 2013, s, 135).

Sosyal medya sayesinde dilimize yeni sözcükler girmekte ve bunlar gündelik yaşamımızda popüler hale gelmektedir. Bunlardan biri özçekim anlamına gelen ‘selfie’ çekimidir. Selfie bir oto- portre çekimidir, yani oto- portrenin dijital temsilidir. Selfie çekiminin bu kadar popüler olmasının sebebi, yüzün duyguların ifade merkezi olması ve kendiliğinin anlatılmasıdır. Öz-çekim bir anlamda öz-portreyi içerimler; çünkü öz-portre temel itibarıyla kişinin kendisini resmetmesi anlamına gelmektedir (Leppert, 2009, s.224) Bu açıdan bakıldığında selfie çekimi direkt narsist kişinin tutumunu yansıtmaktadır. Bu durumun temel noktası ise insanların görünür olma çabası içerisinde olmasıdır. Bu durum da bize narsisizm kültürünün yaygınlaştığını göstermektedir.

Sosyal medya platformlarında nitelikten ziyade nicelik ön plandadır. Örneğin; bu platformlardaki arkadaş sayısı, onların kim olduğundan daha önemlidir. Bu davranışın bile narsistik bir davranış olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal medya kullanıcıları açısından ‘‘Daha çok sayıda arkadaşına sahip olmak, bir statü sembolüdür’’ (Twenge ve Campbell, 2010, s, 164). Dolayısıyla sosyal medya da kişiler oldukça farklı bir psiko-sosyal davranış geliştirmektedir ve gerçek hayattan uzak sanal bir uzamın kurallarını benimsemektedir.

Sosyal medyanın davranışlarımızı gözetleme, rutin olarak insanların ne paylaştıklarını görme imkanı sunmaktadır. Facebook kullanımının narsisizm ile olan ilişkisi bireyin kendisini ön plana çıkarması, sergilmesi ve kendi yaptıklarını paylaşması kendisine olan hayranlığından kaynaklanmaktadır (Uyanık, 2013,s,3).

Bir diğerk çalışmada ise, Facebook kullanıcılarının yüklediği fotoğraflar ile fiziksel çekicilik arasındaki ilişkiye bakmışlardır, bu çalışma da bir kullanıcının fotoğrafının başka bir kullanıcının Facebook profilinde yayınlanması, fotoğrafı yayınlanan kullanıcının çekiciliğini arttırmaktadır. Diğerk bir nokta ise, Facebook duvarında yer alan yazıların profil sahibi hakkında dolaysız bilgi vermesidir. Bu mesajlar bir değerlendirme kriteri oluşturmaktadır ve narsisizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Walther ve ark., 2008,s, 44).

Buffardi ve Campbell (2008,s, 1304)' a göre sosyal medya da narsisizm, kullanıcıların bu ortamdaki aktiviteleri, yer alan içerik ve ilgi alanları algılayış biçimleriyle doğrudan ilgilidir. Ayrıca bu çalışma, arkadaş sayısı ile mesaj sayılarının da narsisizmle ilgili olduğunu göstermiştir.

Sosyal medya narsistik kişiliğin ortaya konulduğu ideal yerlerden biridir. Kibir, diğerk kullanıcıların dikkatini çekme, kişinin kendisini sunma biçimi, sosyal onaylanma gibi durumlar için ortam sağlamaktadır. Bu noktada narsist kişiler, kendi yapmış olduğu aktivitelerin diğerk kullanıcılar tarafından merak edildiğine inanır (Bergman ve ark., 2011,s, 709).

Bir diğerk çalışma da narsisizm ile Facebook aktivitelerinin sıklığı arasında olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir. Facebook hesabına her gün giren, Facebook' da fazla zaman geçiren bireylerde narsisizm davranışlarının daha çok sergilendiği bulgulanmıştır (Mehdizadeh, 2010,s, 359).

2.5. Sosyal Karşılaştırma

Sosyal karşılaştırma, kendimizi başkalarıyla iyi ya da kötü nasıl mukayese ettiğimiz ve hissetmeye dayalı temel insan eğilimidir. Daha önce yapılan çalışmalarda yüksek sosyal karşılaştırma yönelimi olan bireylerin üç özelliği mevcuttur. A) Yüksek erişebilirlik ve kendisinin farkında olması, B) Başkalarının ne düşündüğu ve hissettiğini önemseme, C) Olumsuz duygulanım ve kendisiyle ilgili belirsizlik (Buunk ve Gibbons, 2007, s, 3).

Festinger (1954)' e göre, kişiler, dünyaya uyum sağlamak, dünyanın nasıl bir yer olduğunu anlamak için kişilerarası iletişimde kendilerini diğerk insanlarla sosyal yönden karşılaştırlar. Bu nedenle, Festinger ‘‘Sosyal Karşılaştırma Süreçleri

Kuramını''nı kişinin bu yargılarını açıklamak için, yaptığını görmekteyiz. Bu teoriye göre, eğer bir kişi kendi özelliklerinden emin değilse, kendisini başkalarıyla karşılaştırmaktadır (Akt: Demirtaş, 2010).

Kişilerin sosyal karşılaştırma yapmasının altında dört sebep vardır (Taylor ve ark, 1996). Kendini değerlendirme, geliştirme, benliğini güçlendirme ve ilişki kurma ihtiyacıdır (Akt: Teközel, 2007).

Buun ve Mussweiller (2001)' e göre, sosyal karşılaştırma, bizim özelliklerimiz ile diğer bireylerin özelliklerini ilişkilendirdiğimiz bir süreçtir; kendi özelliklerimiz ile diğer insanların özelliklerini ilişkilendirdiğimiz bir süreçtir. Kendiliğinden gelişen ve isteğimiz dışında gerçekleşir (Gilbert ve ark, 1995, s, 227). Sosyal karşılaştırma, bireyin kendi algısını oluşturmasına, devam ettirmesine olanak sağlar.Başkalarıyla olan ilişkimizi gözden geçirmemize yardımcı olur (İskender ve Tanrıkulu, 2010,s, 899).

İnsanlarla yapılan sosyal karşılaştırmada, yeteneklerimizi, duygularımızı ve kendi durumumuzu fark ederiz. Başkalarıyla karşılaştırma da ki temel amacımız, objektif bir ölçüt bulmaktır. Bu ölçütler ise statüler ve sosyal normlardır (Kulik ve Ambrose, 1992,s, 212).

2.5.1 Sosyal Medya ve Sosyal Karşılaştırma

Yapılan çalışmalarda sosyal medya ve sosyal karşılaştırma arasında da ilişkinin olduğu görülmektedir. Sık sık selfie çekenler diğerlerinin görünümüyle kendisini çok karşılaştırmaktadır. Selfie bir kişiye yakından bakmak için daha fazla fırsat sağlamaktadır. Plastik cerrahların hastalarına yapmış olduğu anketlerde kendi yüzlerinin görünümünün farklı olması nedeniyle daha fazla selfie çektiği görülmüştür (American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery,2014). Kendi görüntüsüne daha fazla maruz kalma daha sık sosyal karşılaştırmaya yol açabilir. Ayrıca, selfie çekme ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişki de narsisizm ile açıklanabilir. Narsisizm ve selfie çekenlerin arasında pozitif ilişki doğrulanmıştır. Yani sık sık selfie çekenler diğerlerinden üstün, benzersiz, ilgi ve hayranlık ihtiyacı olduğuna inanan narsist kişilerdir (Halpern ve ark., 2016, s, 97; Kim ve ark., 2016,s, 62).

2.6. İlgili Araştırmalar

Günümüzde internet kullanımının artması ve yaygınlaşmasıyla sosyal medyaya duyulan ilgi artmıştır. Bu nedenle benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm ve sosyal karşılaştırmanın sosyal medya kullanımı üzerine etkileriyle ilgili birçok çalışma mevcuttur. Genellikle çalışmalar lise veya üniversite öğrencileriyle alakalıdır.

467 kişiden oluşan İskoç gençleriyle yapılan bir çalışma da artan sosyal medya kullanımının uyku kalitesinin azalması, kaygı, depresyon ve düşük benlik saygısı ile ilişkisinin olduğunu göstermektedir (Woods, 2016, s, 41). Diğer bir çalışma da ise, Facebook profil fotoğrafının beğeni sayısı ile benlik saygısı arasında pozitif ilişki bulunmuştur (Burrow, 2017, s, 232). Daha önceki bir çalışma ise, düşük benlik saygısı olan insanların sosyal medyayı daha güvenli bulduğunu ve yüksek benlik saygısına sahip olan insanlardan daha iyi bir şekilde kendilerini ifade ettiklerini göstermiştir (Forest ve Wood, 2012, s, 295-302). Ve benlik saygısı ve bağımlılık şeklinde sosyal medya kullanımı arasında negatif ilişki bulunmuştur (Hong ve ark, 2014, s, 597 ; Malik ve Khan, 2015,s,260 ; Wang ve ark, 2012,s,2313; Wilson ve ark, 2010,s,173)

Sosyal medya içeriklerinin bireylerin vücut algısının gelişiminde önemli sosyo kültürel etkisi olduğu tespit edilmiştir (Levine ve Harrison, 2009, s, 9). Bilim adamları ve araştırmacılar iletişimde sosyal medyanın önemli bir rol oynadığını ve idealize edilmiş beden görüntülerinin sosyal cazibe merkezi haline geldiklerini savundular. Örneğin, sosyal medya da çok fazla ince ideal kadın vücuduyla ilgili görseller mevcuttur (Fouts ve Burggraf, 2000, s, 925 ; Wasylkiw, 2009,s, 137) İnce ideal normatif, arzu edilen ve ulaşılabilir olarak tasvir edilir. Ancak gerçekçi bir şekilde bu ideal vücudu elde etmek zor olduğundan, bu standart içselleştirme bedensel hoşnutsuzluk ve bu durumla ilgili olumsuz sonuçlara yol açabilir (Harrison, 2009, s, 393). Yapılan bir diğer çalışmada ise internette vurgulanan görüntülere maruz kalma ve genç kızlar arasında artan vücut imajı bozukluğu ile pozitif bir ilişkinin olduğunu ve Facebook kullanımıyla güçlü bir ilişkinin olduğunu da göstermiştir. Bu çalışmaya 103 kız lise öğrencisi katılmıştır. Sosyal medya ortamındaki görüntülere maruz kalma önemli ölçüde kilo memnuniyetsizliği, ince beden algısı ve kendini nesneleştirme arasında anlamlı biçimde ilişki olduğu saptanmıştır (Evelyn ve Meier, 2014,s, 199)

Sosyal medya ve narsisizm ile ilgili yapılan çalışmalarda ise, narsisizm açısından bireysel farklılıklar ile çeşitli sosyal medya siteleriyle pozitif ilişki olduğu bulunmuştur (La Barbera ve ark, 2009; Malik ve Khan 2015; Ryan ve Xenos 2011; Wang ve ark 2012). Sosyal medya kullanımı bireylerin kendilerini ifade etmesini, tutkularını, başarılı oldukları alanlarını ve son derece görünür olan ödülleri elde etme yani 'Beğen'i almak ve olumlu yorumlarla karşılaşmak narsisizmle bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki narsisizm davranışsal özellikler olarak başkalarına karşı, abartılı bir bencillik, kibir, manipülatif olmak gibi davranışları içermektedir (Alarcon ve Sarabia, 2012, s,16).

Yapılan bir diğer çalışmada ise, benlik saygısı ve sosyal karşılaştırmanın arasında bir ilişki olduğu ve düşük benlik saygısına sahip olanların Facebook'ta daha fazla sosyal karşılaştırma yaptığı bulunmuştur (Cramer, Song, Drent, 2016, s, 739). Diğer bir çalışmada ise; Facebook kullanımı ve Facebook'ta yapılan sosyal karşılaştırma arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Yani daha fazla Facebook kullanımı, daha çok sosyal karşılaştırmaya sebep olur. Çünkü başkalarının hayat hikayeleri ve etkinlikleri Facebook'ta sunulmaktadır bu durum da sosyal karşılaştırmayı tetiklemektedir. Ayrıca, Facebook'ta yapılan sosyal karşılaştırma ile akıl sağlığı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur (Jang, Park, Song, 2016, s, 147).

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır ve araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir. (Karasar, 2011).

3.2. Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde bulunan Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji Türkçe Lisans programına 2016-2017 öğrenim yılında öğrenimine devam eden 699 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma evrenini tamamına ulaşılması zaman, maliyet ve kontrol bakımından güç olacağından dolayı araştırmada çalışma evrenini temsil edecek şekilde örneklem seçmek için Tabakalı Tesadüfi Örneklem yöntemi kullanılmıştır. Buna göre %95 güven düzeyi ve %5 örneklem hatası ile 699 öğrenciden oluşan araştırma evreninden seçilmesi gereken kişi sayısı 248'dir ve araştırmacı tarafından 277 öğrenci ile görüşülmüştür.

Örneklem sayısının hesaplamasına ilişkin detaylar aşağıdaki gibidir;

Örneklem sayısı ;

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{(N - 1)d^2 + t^2 * p * q}$$

$$n = \frac{699 * (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(698)(0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50} = 248$$

3.3. Veri toplama araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak tanıtıcı özellikler, sosyal medya kullanımı, narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ve rosenberg benlik saygısı ölçeği olmak üzere alt bölümünden oluşan soru formu kullanılmıştır.

3.3.1. Demografik Bilgi Formu

İki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmacı tarafından hazırlanan bu bölümde araştırma kapsamına alınan öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf, en uzun süre ikamet edilen yerleşim birimi, gelir durumu, ebeveynlerinin eğitim ve çalışma durumlarının saptanması amacıyla yöneltilmiş 11 soru bulunmaktadır.

İkinci bölümde öğrencilerin sosyal medya kullanma durumlarının, kullandıkları sosyal medya araçlarının, sosyal medya kullanma sıklıklarının saptanması amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan 11 soru yer almaktadır.

3.3.2. Narsistik kişilik envanteri kısa formu (NKE)

Araştırmaya katılan öğrencilerin narsistik kişilik bozukluklarının ölçülmesi amacıyla ile orijinali Ames ve arkadaşları tarafından hazırlanan narsistik kişilik envanterinin 16 maddelik formunun , Atay (2009) tarafından çevrilmiş Türkçe formu kullanılmıştır.

Atay (2009) tarafından yapılan geçerlik-güvenirlik çalışmasında ölçeğin faktör yapısı ve güvenilirliği incelenmiş ve ölçeğin tek faktörlü yapıda olduğu ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilmiştir. Ölçekten alınacak olan yüksek puan kişinin narsistik özellikler gösterdiğini ifade etmektedir. Araştırmacı tarafından yapılan iç tutarlılık testi sonucunda narsistik kişilik envanterinin cronbach alfa katsayısının 0,70 olduğu tespit edilmiştir.

3.3.3. Sosyal karşılaştırma ölçeği (SKÖ)

Orjinali Gilbert ve Trent tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe formu 1992 yılında Şahin ve Şahin tarafından yeni maddeler eklenerek uyarlanmıştır. Ölçek altılı derecelendirme kullanarak hazırlanmış ölçekte tek boyuttan 18 madde yer almaktadır. Ölçeğe verilen yanıtlar 1-6 arası puanlanmakta olup, ölçekten alınacak yüksek puan olumlu benlik şemasını ifade etmektedir. Şahin ve Şahin (1992) tarafından yapılan iç tutarlılık testi sonuçlarına göre ölçeğe ait Cronbach alfa katsayı 0,87'dir. Araştırmacı tarafından yapılan iç tutarlılık testi sonucunda Cronbach alfa değeri 0,93 bulunmuştur. Buna göre ölçek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır.

3.3.4. Beden algısı ölçeği (BAÖ)

Ölçek 1953 yılında Secord ve Jourand tarafından geliştirilmiş ve Türkçe uyarlama çalışması 1989 yılında Hovardaoğlu tarafından yapılmıştır. Beşli likert tipi derecelendirme kullanılarak hazırlanmış ölçekte 40 madde yer almaktadır. Ölçek maddelerine verilen yanıtlar çok beğeniyorum yanıtı için 5 puan, beğeniyorum yanıtı için 4 puan, karasızım yanıtı için 3 puan, pek beğenmiyorum yanıtı için 2 puan ve hiç beğenmiyorum yanıtı için 1 puan olacak şekilde puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 40 ve en yüksek puan 200'dür. Ölçekten alınan puan arttıkça, kişinin bedenini beğenme düzeyi artmaktadır. Araştırmacı tarafından yapılan Cronbach alfa testi sonuçlarına göre ölçeğin Cronbach alfa katsayısı 0,94'tür.

3.3.5. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ)

Benlik saygısı ölçümü için kullanılan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği 1963 yılında Morris Rosenberg tarafından geliştirilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde güvenilirlik geçerlilik çalışması yapıldıktan sonra bir çok araştırmada ölçüm aracı olarak kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Çuhadaroğlu tarafından yapılmıştır. Bu ölçek Çoktan seçmeli 63 sorudan oluşan bir öz bildirim ölçeğidir. Ölçek, on iki alt kategoriden oluşmaktadır. Araştırmanın amacı

doğrultusunda benlik saygısını ölçmeye yönelik olarak ölçeğin ilk '10' maddesi kullanılmıştır. Katılımcıların alacakları yüksek puan benlik saygısının düşük olduğunu ifade etmektedir. Araştırmacı tarafından yapılan iç tutarlılık testi sonucunda Cronbach alfa değeri 0,75 bulunmuştur.

3.4. Verilerin toplanması

Araştırma verileri 17 Nisan 2017- 8 Mayıs 2017 tarihleri arasında yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Soru formu uygulanmadan önce öğrencilere bu uygulamanın bilimsel bir araştırmaya veri sağlamak amacıyla yapıldığı, verilen bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacağı ve gizli tutulacağı konusunda bilgi verilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin istatistiksel çözümlenmesi Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 22.0 programında yapılmıştır. Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin tanıtıcı özellikleri ve sosyal medya kullanma durumlarının dağılımının saptanmasında frekans analizi kullanılmış ve sonuçlar frekans dağılım tabloları ile verilmiştir.

Öğrencilerin narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ölçeği ve Rosenberg benlik saygısı ölçeğinden aldıkları toplam puanlara ait ortalama, standart sapma, en küçük ve en büyük değerler gibi tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Araştırmada kullanılacak olan hipotez testlerinin saptanması amacıyla öğrencilerinin tanıtıcı özelliklerine ve sosyal medya kullanım özelliklerine göre narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ölçeği ve Rosenberg benlik saygısı ölçeğinden aldıkları toplam puanların normal dağılıma uyumu Kolmogorov-Smirnov testi, QQ plot ve çarpıklık-basıklık değerlerine göre belirlenmiş ve veri setinin normal dağılıma uyduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine, anne-baba eğitim durumlarına ve sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumlarına göre narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ölçeği ve

Rosenberg benlik saygısı ölçeğinden aldıkları toplam puanlarının karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Öğrencilerin yaş grubu, öğrenim gördükleri sınıf, en uzun süre ikamet ettikleri yerleşim birimi, gelir, anne-baba eğitim durumu, sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya hesabına girme sıklığı, sosyal medyada vakit geçirme süresi ve paylaştıklarının kaç kişi tarafından beğenilmesi halinde memnun olma durumlarına göre narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ölçeği ve Rosenberg benlik saygısı ölçeğinden aldıkları toplam puanların karşılaştırılmasında varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Varyans analizi sonuçlarına göre bağımsız değişkenin kategorileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark çıkması halinde, farkın hangi kategorilerden kaynaklandığının saptanması amacıyla post-hoc testlerden Tukey testi kullanılmıştır.

Öğrencilerin bazı sosyal medya özellikleri ile narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği, beden algısı ölçeği ve Rosenberg benlik saygısı ölçeğinden aldıkları toplam puanlar arasındaki ve ölçeklerin kendi aralarındaki korelasyonların saptanması amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

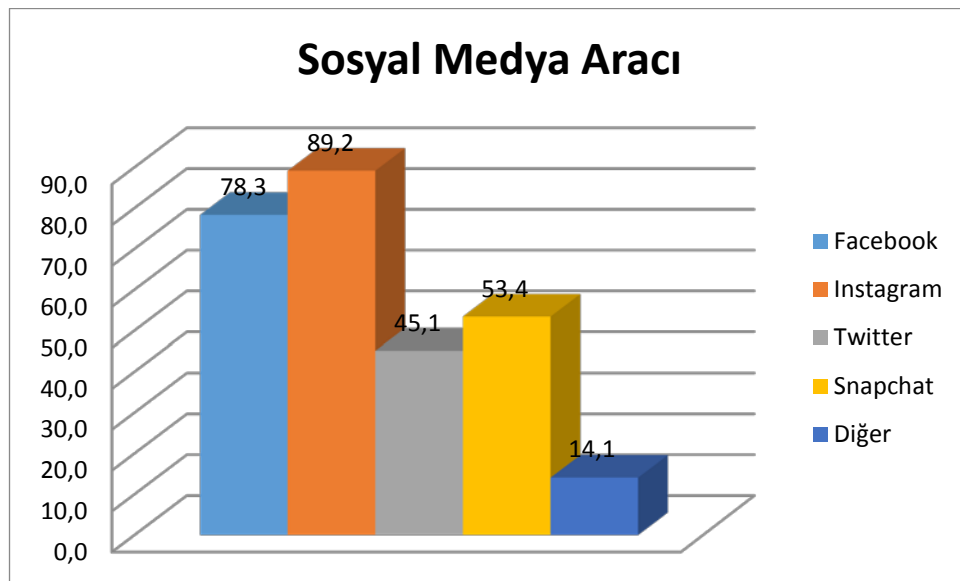
Tablo 1. Öğrencilerin tanıtıcı (sosyodemografik) özelliklerinin dağılımı

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	124	44,77
Kadın	153	55,23
Yaş Grubu		
18-20 yaş arası	102	36,82
21-22 yaş arası	89	32,13
23 yaş ve üzeri	86	31,05
Uyruk		
KKTC	19	6,86
TC	250	90,25
KKTC+TC	5	1,81
Diğer	3	1,08
Sınıf		
Birinci Sınıf	93	33,57
İkinci sınıf	89	32,13
Üçüncü sınıf	53	19,13
Dördüncü Sınıf	42	15,16
İkamet yeri		
Köy/Kasaba	28	10,11
İlçe	78	28,16
Şehir	97	35,02
Büyükşehir	74	26,71
Gelir		
Gelir giderden az	55	19,86
Gelir gidere eşit	150	54,15
Gelir giderden fazla	72	25,99
Anne eğitim durumu		
İlkokul ve altı	117	42,24
Ortaokul/Lise	120	43,32
Lisans/Lisansüstü	40	14,44
Baba eğitim durumu		
İlkokul ve altı	70	25,27
Ortaokul/Lise	128	46,21
Lisans/Lisansüstü	79	28,52
Anne çalışma durumu		
Çalışan	59	21,30
Çalışmayan	218	78,70
Baba çalışma durumu		
Çalışan	242	87,36
Çalışmayan	35	12,64

Tablo 1.'de araştırma kapsamına alınan öğrencilerin tanıtıcı özelliklerine göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 1. incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan öğrencilerin %44,77'sinin erkek, %55,23'ünün kadın olduğu, %36,82'sinini 18-20 yaş, %32,13'ünün 21-22 yaş ve %31,05'inn 23 yaş ve üzeri yaş grubunda olduğu, %6,86'sının KKTC, %90,25'inin ise TC uyruklu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin %33,57'sinin birinci sınıfta, %32,13'ünün ikinci, %19,13'ünün üçüncü ve %15,16'sının dördüncü sınıfta öğrenim gördüğü, %10,11'inin en uzun süre ile köy/kasabada, %28,16'sının ilçede, %35,02'sinini şehirde ve %26,71'inin en uzun süre ile büyükşehirde ikamet ettiği, %19,86'sının gelirinin giderinden az olduğu, %54,15'inin gelirinin gidere eşit olduğu ve %25,99'unun gelirinin giderden fazla olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin ebeveynlerinin eğitim durumları incelendiğinde, %42,24'ünün annesinin ilkokul ve altında, %43,32'sinin ortaokul/lise ve %14,44'ünün lisans/lisansüstü seviyesinde eğitim sahip olduğu, %25,27'sinin babasının ilkokul ve altında, %46,21'inin ortaokul/lise ve %28,52'sinin lisans/lisansüstü seviyesinde eğitim sahip olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin %21,30'unun annesinin çalıştığı, %78,70'inin çalışmadı tespit edilirken, %87,36'sının babasının çalıştığı saptanmıştır.

Şekil I. incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %78,3'ünün Facebook, %89,2'sinin Instagram, %45,1'inin Twitter, %53,4'ünün Snapchat kullandığı tespit edilmiştir.



Şekil 1. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya araçları

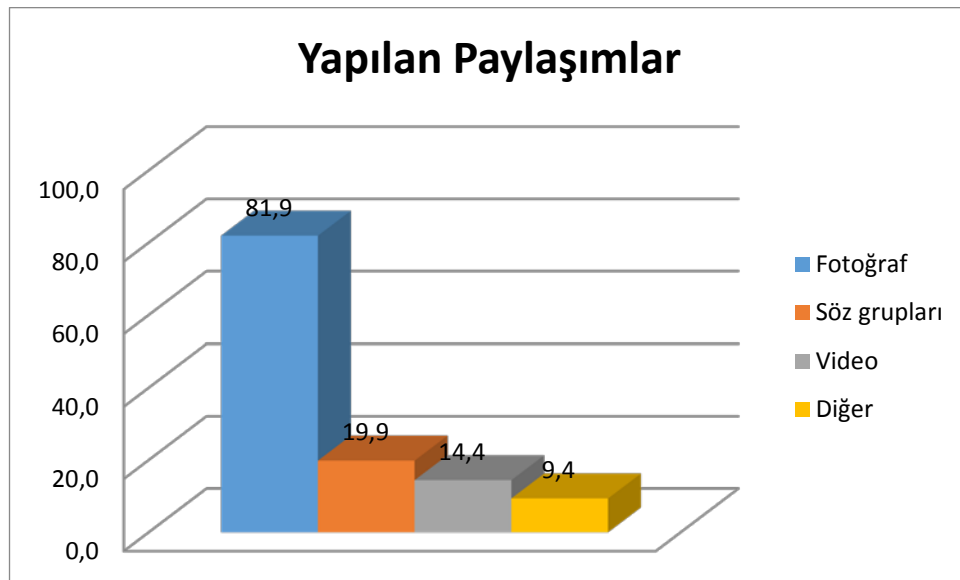
Tablo 2. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin bazı özelliklerinin dağılımı

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Sosyal medya kullanım süresi		
3 yıl ve altı	40	14,44
4-6 yıl arası	103	37,18
7-9 yıl arası	82	29,60
10 yıl ve üzeri	52	18,77
Günlük sosyal medya hesabına girme sayısı		
9 ve altı	99	35,74
10-19 arası	93	33,57
20 ve üzeri	85	30,69
Günlük sosyal medyada vakit geçirme süresi		
1 saatten az	71	25,63
1 saat	145	52,35
2 saat	28	10,11
3 saat	33	11,91
Sosyal medyadaki takipçi sayısı		
200 ve altı	78	28,16
201-500 arası	104	37,55
501 ve üzeri	95	34,30
Beğenme sayısı		
50 ve altı	60	21,66
50-100	65	23,47
101 ve üzeri	152	54,87
Fotoğraflarda oynama yapma		
Yapan	185	66,79
Yapmayan	92	33,21

Tablo 2.'de araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin bazı özelliklerinin dağılımı verilmiştir.

Tablo 2. incelendiğinde, araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %14,44'ünün 3 yıl ve altı, %37,18'inin 4-6 yıl arası, %29,60'ının 7-9 yıl arası ve %18,77'sinin 10 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullandığı, %35,74'ünün günde 9 ve altı kez, %33,57'sinin 10-19 kez ve %30,69'unun 20 ve üzeri kez sosyal medya hesabına girdiği saptanmıştır. Öğrencilerin %25,63'ünü sosyal medyada günlük 1 saatten az, %52,35'i 1 saat, %10,11'i 2 saat ve %11,91'i 3 saat süre ile vakit geçirdiğini ifade etmiştir. Öğrencilerin %28,16'sının 200 ve altı sayıda, %37,55'inin 201-500 arası ve %34,30'unun 501 ve üzeri sayıda takipçisinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin %21,66'sı sosyal medyada yaptıkları paylaşımları 50 ve altında kişi beğenirse memnun olacağını, %23,47'si 50-100 kişi ve %54,87'i 100 kişi ve daha fazlası beğenirse memnun olacağını belirtmiştir. Öğrencilerin %66,79'u sosyal medya paylaştığı fotoğraflarda oynama yaptığını, %33,21'i ise yapmadığını ifade etmiştir.

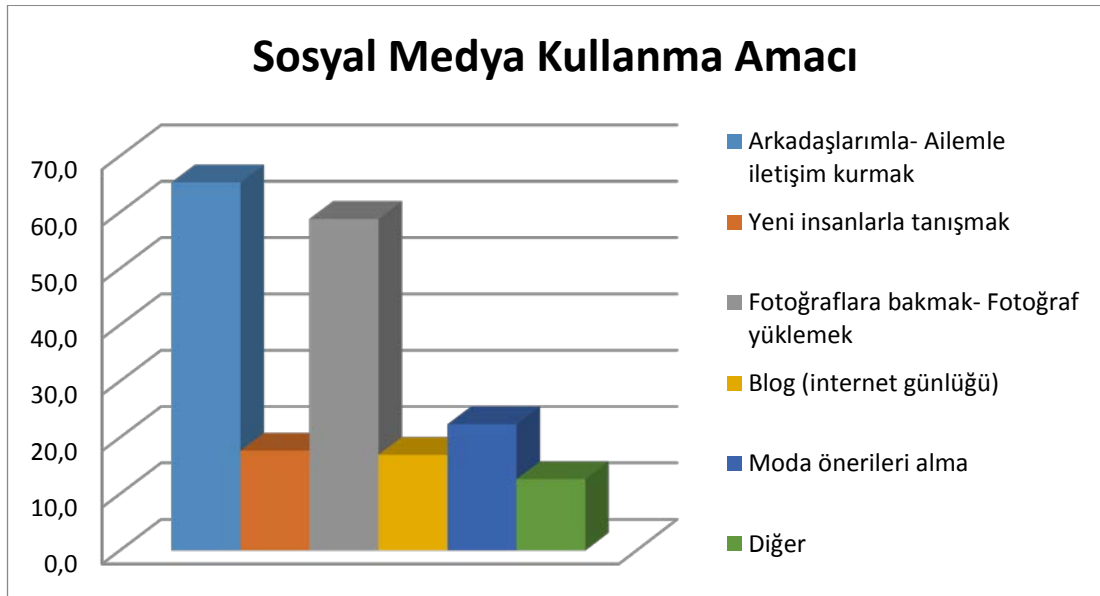
Şekil II.'de verilen öğrencilerin sosyal medyada sıklıkla yaptıkları paylaşımlar incelendiğinde, %81,9'unun fotoğraf, %19,9'unun söz grupları, %14,4'ünün video paylaştığı görülmüştür.



Şekil 2. Öğrencilerin sosyal medyada sıklıkla yaptıkları paylaşımlar

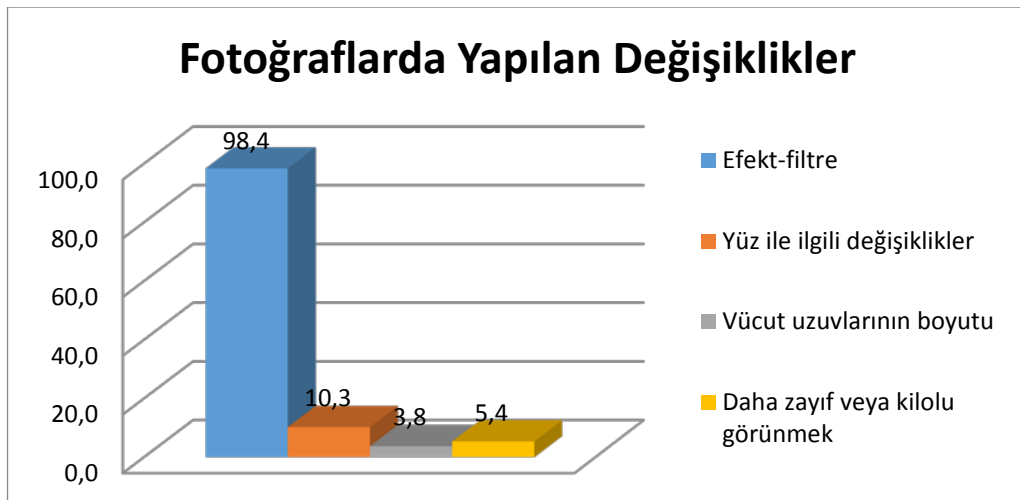
Şekil III.'te öğrencilerin sosyal medya kullanma amaçlarına göre dağılımı verilmiştir.

Şekil III'e göre öğrencilerin %65,3'ü sosyal medyayı ailesi ve arkadaşları ile iletişim kurmak amacıyla, %17,7'si yeni insanlarla tanışmak, %58,8'i fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek, %17,0'si internet günlüğü, %22,4'ü moda önerileri almak amacıyla kullanmaktadır.



Şekil 3. Öğrencilerin sosyal medya kullanma amaçları

Şekil IV.'e göre sosyal medyayı yükledikleri fotoğraflarda oynama yapan öğrencilerin %98,4'ü efekt-filtre, %10,3'ü yüz ile ilgili değişiklikler, %3,8'i vücut uzuvlarının boyutu, %5,4'ü ise daha zayıf yada kilolu görünmek için değişiklikler yapmaktadır.



Şekil 4. Öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda yaptıkları değişiklikler

Tablo 3. Öğrencilerin ölçeklerden aldıkları toplam puanlara ait tanımlayıcı istatistikler

Ölçekler	n	\bar{x}	s	Min	Max
NKE	277	6,83	3,22	0	15
SKÖ	277	69,31	17,13	20	96
BAÖ	277	155,55	23,33	40	145
RBSÖ	277	1,32	0,76	0	3,83

Tablo 3.'te araştırma kapsamına alınan öğrencilerin ölçeklerden aldıkları toplam puanlara ait tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 3. incelendiğinde araştırmaya dahil edilen öğrencilerin NKE' den ortalama $6,83 \pm 3,22$ puan aldığı tespit edilmiş olup, alınan en düşük puan 0 ve en yüksek puan 15 bulunmuştur.

Öğrencilerin SKÖ puan ortalaması $69,31 \pm 17,13$ 'tür. Öğrencilerin ölçekten en düşük 20 ve en yüksek 96 puan almıştır.

Öğrencilerin BAÖ'den aldıkları puanlar incelendiğinde, ortalama $155,55 \pm 23,33$ puan, en düşük 40 ve en yüksek 145 puan aldıkları tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamına alınana öğrencilerin RBSÖ puan ortalaması $1,32 \pm 0,76$ olup, ölçekten alınan en düşük puan 0 ve en yüksek puan 3,83'tür.

Tablo 4. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Cinsiyet	n	\bar{x}	s	t	p
NKÖ	Erkek	124	6,90	2,99	0,36	0,72
	Kadın	153	6,76	3,39		
SKÖ	Erkek	124	72,14	15,94	2,50	0,01*
	Kadın	153	67,01	17,75		
BAÖ	Erkek	124	161,89	20,99	-4,24	0,00*
	Kadın	153	150,41	23,88		
RBSÖ	Erkek	124	1,33	0,78	0,22	0,83
	Kadın	153	1,31	0,74		

* $p < 0,05$

Tablo 4.'te araştırmaya dahil edilen öğrencilerin cinsiyetlerine göre NKE, SKÖ, BAÖ VE RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4. incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre NKE ve RBSÖ'den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p > 0,05$).

Araştırmaya katılan erkek öğrenciler SKÖ'den ortalama $72,14 \pm 15,94$ puan kadın öğrenciler ise ortalama $67,01 \pm 17,75$ puan almıştır. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre SKÖ puanları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Erkek öğrencilerin ölçek puanları kadınlara göre daha yüksek bulunmuştur.

Erkek öğrencilerin BAÖ puan ortalaması $161,89 \pm 20,99$ iken, kadın öğrencilerin $150,41 \pm 23,88$ 'dir. Kadın ve erkek öğrencilerin BAÖ 'den almış oldukları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmış olup, erkek öğrencilerin puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 5. Öğrencilerin yaş gruplarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Yaş Grubu	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p
NKE	18-20 yaş arası	102	6,78	3,32	0,00	15,00	1,43	0,24
	21-22 yaş arası	89	6,45	3,13	0,00	15,00		
	23 yaş ve üzeri	86	7,27	3,15	1,00	14,00		
SKÖ	18-20 yaş arası	102	67,30	17,40	20,00	96,00	1,41	0,25
	21-22 yaş arası	89	71,46	16,23	20,00	96,00		
	23 yaş ve üzeri	86	69,45	17,60	30,00	96,00		
BAÖ	18-20 yaş arası	102	155,46	23,53	40,00	145,00	1,57	0,21
	21-22 yaş arası	89	152,52	22,79	40,00	145,00		
	23 yaş ve üzeri	86	158,76	23,45	40,00	144,00		
RBSÖ	18-20 yaş arası	102	1,44	0,76	0,00	3,83	3,01	0,05
	21-22 yaş arası	89	1,33	0,80	0,00	3,66		
	23 yaş ve üzeri	86	1,17	0,69	0,00	2,58		

Tablo 5.'te araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaş gruplarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Tablo 5.'te verilen varyans analizi (ANOVA) sonuçları incelendiğinde araştırma kapsamına alınan öğrencilerin yaş gruplarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Tüm yaş gruplarındaki öğrencilerin puanları benzer bulunmuştur.

Tablo 6. Öğrencilerin sınıflarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Sınıf	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p
NKE	Birinci Sınıf	93	6,97	3,31	0,00	14,00	1,44	0,23
	İkinci sınıf	89	6,90	2,95	1,00	15,00		
	Üçüncü sınıf	53	6,06	3,14	0,00	13,00		
	Dördüncü Sınıf	42	7,33	3,57	1,00	14,00		
SKÖ	Birinci Sınıf	93	69,60	17,43	20,00	96,00	0,15	0,93
	İkinci sınıf	89	69,10	17,37	20,00	96,00		
	Üçüncü sınıf	53	68,23	16,20	32,00	96,00		
	Dördüncü Sınıf	42	70,45	17,57	37,00	96,00		
BAÖ	Birinci Sınıf	93	153,58	23,36	40,00	145,00	0,69	0,56
	İkinci sınıf	89	154,60	23,15	40,00	144,00		
	Üçüncü sınıf	53	158,15	21,28	45,00	145,00		
	Dördüncü Sınıf	42	158,59	26,15	40,00	129,00		
RBSÖ	Birinci Sınıf	93	1,40	0,80	0,00	3,83	1,19	0,32
	İkinci sınıf	89	1,36	0,77	0,00	3,58		
	Üçüncü sınıf	53	1,25	0,78	0,00	2,58		
	Dördüncü Sınıf	42	1,16	0,58	0,00	2,34		

Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. incelendiğinde araştırma kapsamına alınan öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Tablo 7. Öğrencilerin ikamet yerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	İkamet yeri	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p
NKE	Köy/Kasaba	28	7,14	2,89	1,00	14,00	2,16	0,09
	İlçe	78	6,12	3,16	0,00	15,00		
	Şehir	97	6,88	3,33	1,00	15,00		
	Büyükşehir	74	7,39	3,15	0,00	14,00		
SKÖ	Köy/Kasaba	28	75,18	16,33	47,00	96,00	1,24	0,29
	İlçe	78	68,38	16,89	21,00	96,00		
	Şehir	97	68,96	16,37	20,00	96,00		
	Büyükşehir	74	68,51	18,49	20,00	96,00		
BAÖ	Köy/Kasaba	28	155,96	26,05	46,00	144,00	1,21	0,31
	İlçe	78	152,83	22,16	40,00	145,00		
	Şehir	97	154,43	22,69	40,00	134,00		
	Büyükşehir	74	159,70	24,14	40,00	145,00		
RBSÖ	Köy/Kasaba	28	1,41	0,94	0,00	3,42	0,43	0,73
	İlçe	78	1,26	0,73	0,00	3,34		
	Şehir	97	1,36	0,79	0,00	3,83		
	Büyükşehir	74	1,31	0,67	0,00	3,01		

Tablo 7.'de araştırmaya katılan öğrencilerin en uzun süre ile ikamet ettikleri yerleşim yerlerine göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Tablo 7. incelendiğinde araştırma kapsamına alınan öğrencilerin uzun süre ile ikamet ettikleri yerleşim yerlerine göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Tablo 8. Öğrencilerin gelir durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Gelir durumu	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	Gelir giderden az	55	6,33	3,09	0,00	12,00	2,03	0,13	
	Gelir gidere eşit	150	6,72	3,20	0,00	15,00			
	Gelir giderden fazla	72	7,43	3,29	1,00	14,00			
SKÖ	Gelir giderden az	55	68,07	16,54	33,00	96,00	1,30	0,27	
	Gelir gidere eşit	150	68,42	17,08	20,00	96,00			
	Gelir giderden fazla	72	72,10	17,57	24,00	96,00			
BAÖ	Gelir giderden az	55	150,00	26,95	40,00	145,00	8,01	0,00*	1-2
	Gelir gidere eşit	150	153,29	21,60	40,00	145,00			1-3
	Gelir giderden fazla	72	164,49	21,56	40,00	129,00			2-3
RBSÖ	Gelir giderden az	55	1,49	0,73	0,00	3,66	1,76	0,17	
	Gelir gidere eşit	150	1,26	0,77	0,00	3,58			
	Gelir giderden fazla	72	1,32	0,76	0,00	3,83			

* $p < 0,05$

Tablo 8.'de öğrencilerin gelir durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Tablo 8. incelendiğinde öğrencileri gelir durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

Geliri giderinden az olan öğrencilerin beden algısı puan ortalaması $150,0 \pm 26,95$, geliri gidere eşit olan öğrencilerin $153,29 \pm 21,60$ ve gelirleri giderden fazla olan öğrencilerin $164,49 \pm 21,56$ 'dır. Öğrencilerin gelir durumlarına göre BAÖ'den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ($p < 0,05$). Gelirleri giderinden fazla olan öğrencilerin beden algısı puanları diğer öğrencilerden yüksek bulunmuştur. Ayrıca geliri giderine eşit olan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar geliri giderinden az olan öğrencilere göre daha yüksektir.

Tablo 9. Öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Anne Eğt. Dur.	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p
NKE	İlkokul ve altı	117	6,54	3,21	1,00	15,00	0,82	0,44
	Ortaokul/Lise	120	7,02	3,28	0,00	15,00		
	Lisans/Lisansüstü	40	7,10	3,05	3,00	13,00		
SKÖ	İlkokul ve altı	117	68,78	16,95	30,00	96,00	0,24	0,79
	Ortaokul/Lise	120	70,11	16,61	20,00	96,00		
	Lisans/Lisansüstü	40	68,45	19,36	20,00	96,00		
BAÖ	İlkokul ve altı	117	153,94	24,50	40,00	140,00	0,55	0,58
	Ortaokul/Lise	120	156,16	22,44	40,00	145,00		
	Lisans/Lisansüstü	40	158,37	22,62	40,00	145,00		
RBSÖ	İlkokul ve altı	117	1,34	0,81	0,00	3,83	0,20	0,82
	Ortaokul/Lise	120	1,29	0,71	0,00	3,66		
	Lisans/Lisansüstü	40	1,36	0,76	0,00	3,17		

Tablo 9.'da araştırmaya dahil edilen öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den almış oldukları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Anne eğitim durumlarına göre öğrencilerin ölçeklerden aldıkları puanlar benzerdir.

Tablo 10. Öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Baba Eğt. Dur.	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	İlkokul ve altı	70	6,67	3,20	1,00	15,00	0,53	0,59	
	Ortaokul/Lise	128	6,72	3,25	0,00	15,00			
	Lisans/Lisansüstü	79	7,14	3,19	0,00	14,00			
SKÖ	İlkokul ve altı	70	71,03	15,45	32,00	96,00	3,17	0,04*	1-3
	Ortaokul/Lise	128	70,88	17,19	21,00	96,00			2-3
	Lisans/Lisansüstü	79	65,24	17,94	20,00	96,00			
BAÖ	İlkokul ve altı	70	153,91	23,69	40,00	140,00	1,85	0,16	
	Ortaokul/Lise	128	158,35	22,75	40,00	145,00			
	Lisans/Lisansüstü	79	152,44	23,66	40,00	145,00			
RBSÖ	İlkokul ve altı	70	1,32	0,80	0,00	3,58	0,01	0,99	
	Ortaokul/Lise	128	1,33	0,73	0,00	3,66			
	Lisans/Lisansüstü	79	1,31	0,77	0,00	3,83			

* $p < 0,05$

Tablo 10.'da araştırmaya alınan öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Tablo 10. incelendiğinde, araştırmaya dahil edilen öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre NKE, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

Babası ilkokul ve altı eğitim düzeyinden olan öğrenciler sosyal karşılaştırma ölçeğinden ortalama $71,03 \pm 15,45$ puan, ortaokul/lise mezunu olanlar ortalama $70,88 \pm 17,19$ puan ve lisans/lisansüstü mezunu olanlar ortalama $65,24 \pm 17,94$ puan almıştır. Öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre SKÖ' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve babası lisans/lisansüstü mezunu olan öğrencilerin ölçekten daha düşük puan aldığı saptanmıştır ($p < 0,05$).

Tablo 11. Öğrencilerin anne çalışma durumuna göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Anne çalışma durumu	n	x	s	t	p
NKE	Çalışan	59	7,24	3,58	1,11	0,27
	Çalışmayan	218	6,72	3,11		
SKÖ	Çalışan	59	68,51	15,49	-0,40	0,69
	Çalışmayan	218	69,52	17,57		
BAÖ	Çalışan	59	156,84	22,58	0,48	0,63
	Çalışmayan	218	155,19	23,56		
RBSÖ	Çalışan	59	1,40	0,69	0,84	0,40
	Çalışmayan	218	1,30	0,78		

Tablo 11.'de araştırmaya dahil edilen öğrencilerin anne çalışma durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 11.'de verilen sonuçlar incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan öğrencilerin anne çalışma durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Annesi çalışan ve çalışmayan öğrencilerin ölçeklerden aldıkları puanlar benzerdir.

Tablo 12. Öğrencilerin baba çalışma durumu göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Baba çalışma durumu	n	\bar{x}	s	t	p
NKE	Çalışan	242	6,93	3,11	1,35	0,18
	Çalışmayan	35	6,14	3,85		
SKÖ	Çalışan	242	69,38	17,01	0,18	0,86
	Çalışmayan	35	68,83	18,14		
BAÖ	Çalışan	242	155,07	23,37	-0,80	0,37
	Çalışmayan	35	158,83	22,99		
RBSÖ	Çalışan	242	1,33	0,75	0,37	0,71
	Çalışmayan	35	1,28	0,79		

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin baba çalışma durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 12.'de verilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan babası çalışan ve çalışmayan öğrencilerin çalışma NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Tablo 13. Öğrencilerin sosyal medya kullanma sürelerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Süre	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	3 yıl ve altı	40	5,85	3,15	1,00	14,00	3,64	0,01*	1-4
	4-6 yıl arası	103	6,72	3,25	1,00	15,00			2-4
	7-9 yıl arası	82	6,71	3,05	0,00	14,00			3-4
	10 yıl ve üzeri	52	7,98	3,21	0,00	14,00			
SKÖ	3 yıl ve altı	40	65,38	18,36	21,00	96,00	1,53	0,21	
	4-6 yıl arası	103	68,15	16,52	20,00	96,00			
	7-9 yıl arası	82	71,16	17,40	20,00	96,00			
	10 yıl ve üzeri	52	71,71	16,62	37,00	96,00			
BAÖ	3 yıl ve altı	40	153,42	23,76	40,00	140,00	2,01	0,11	
	4-6 yıl arası	103	154,13	23,47	40,00	144,00			
	7-9 yıl arası	82	153,81	22,01	40,00	145,00			
	10 yıl ve üzeri	52	162,69	24,01	40,00	145,00			
RBSÖ	3 yıl ve altı	40	1,16	0,82	0,00	3,66	1,40	0,24	
	4-6 yıl arası	103	1,28	0,75	0,00	3,83			
	7-9 yıl arası	82	1,44	0,76	0,00	3,34			
	10 yıl ve üzeri	52	1,33	0,72	0,00	3,00			

* $p < 0,05$

Tablo 13.'te araştırmaya dahil edilen öğrencilerin sosyal medya kullanma sürelerine göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Araştırmaya katılan 3 yıl ve altı süredir sosyal medya kullanan öğrenciler NKE de ortalama $5,85 \pm 3,15$ puan, 4-6 yıl arası sosyal medya kullananlar ortalama $6,72 \pm 3,25$ puan, 7-9 yıl arası sosyal medya kullananlar ortalama $6,71 \pm 3,05$ puan ve 10 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullananlar ortalama $7,98 \pm 3,21$ puan almıştır. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal medya kullanma sürelerine göre NKE' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu fark 10 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullanan öğrencilerden kaynaklanmakta olup, 10 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullanan öğrenciler diğer öğrencilere göre daha yüksek puan almıştır.

Öğrencilerin sosyal medya kullanma sürelerine göre SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Tablo 14. Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıklarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Kontrol etme sayısı	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	
NKE	9 ve altı	99	5,92	3,10	0,00	15,00	7,44	0,00*	1-2
	10-19 arası	93	7,01	3,22	1,00	15,00			1-3
	20 ve üzeri	85	7,68	3,12	1,00	14,00			
SKÖ	9 ve altı	99	70,28	18,11	20,00	96,00	0,44	0,65	
	10-19 arası	93	68,01	14,85	36,00	96,00			
	20 ve üzeri	85	69,59	18,34	20,00	96,00			
BAÖ	9 ve altı	99	156,25	24,16	40,00	145,00	3,10	0,05	
	10-19 arası	93	151,04	20,85	40,00	141,00			
	20 ve üzeri	85	159,64	24,28	40,00	144,00			
RBSÖ	9 ve altı	99	1,23	0,78	0,00	3,58	1,23	0,29	
	10-19 arası	93	1,39	0,81	0,00	3,83			
	20 ve üzeri	85	1,35	0,67	0,00	3,34			

* $p < 0,05$

Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıklarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 14.'te verilmiştir.

Sosyal medya hesabının günde 9 ve altı kez kontrol eden öğrenciler NKE' den ortalama $5,92 \pm 3,10$ puan, 10-19 kez kontrol eden öğrenciler ortalama $7,01 \pm 3,22$ puan ve 20 ve üzeri kez kontrol eden öğrenciler ortalama $7,68 \pm 3,12$ puan almıştır. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin günlük sosyal medya hesaplarını kontrol etmem sıklıklarına göre NKE' den almış oldukları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu fark sosyal medya hesaplarını günde 9 kez ve altında kontrol eden öğrencilerden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya hesaplarını günde 9 kez ve altında kontrol eden öğrenciler ölçekten diğer öğrencilere göre daha düşük puan almıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıklarına göre SKÖ, BAÖ ve RBSÖ aldıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ($p > 0,05$)

Tablo 15. Öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Günlük kul. süresi	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	1 saatten az	71	6,00	2,69	0,00	12,00	4,81	0,00*	1-3
	1 saat	145	6,77	3,24	1,00	15,00			1-4
	2 saat	28	7,32	3,51	3,00	14,00			2-4
	3 saat	33	8,45	3,35	1,00	14,00			
SKÖ	1 saatten az	71	70,80	15,32	35,00	96,00	0,26	0,86	
	1 saat	145	68,92	17,82	20,00	96,00			
	2 saat	28	68,18	15,45	36,00	96,00			
	3 saat	33	68,76	19,47	24,00	96,00			
BAÖ	1 saatten az	71	153,80	22,09	40,00	145,00	1,04	0,38	
	1 saat	145	156,87	22,08	40,00	136,00			
	2 saat	28	149,75	27,26	40,00	144,00			
	3 saat	33	158,36	27,36	40,00	134,00			
RBSÖ	1 saatten az	71	1,28	0,77	0,00	3,66	0,79	0,50	
	1 saat	145	1,29	0,76	0,00	3,58			
	2 saat	28	1,51	0,64	0,25	3,01			
	3 saat	33	1,39	0,82	0,00	3,83			

* $p < 0,05$

Tablo 15.'te araştırma kapsamına alınan öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Günde 1 saatten az sosyal medya kullanan öğrenciler NKE' den ortalama $6,0 \pm 2,69$ puan, sosyal medyayı 1 saat kullanan öğrenciler ortalama $6,77 \pm 3,24$ puan, 2 saat kullananlar ortalama $7,32 \pm 3,51$ puan ve 3 saat kullananlar ortalama $8,45 \pm 3,35$ puan almıştır. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre NKE' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Günlük 3 saat sosyal medya kullanan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar 1 saat ve 1 saatten az sosyal medya kullanan

öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir. Ayrıca günlük 2 saat sosyal medya kullanan öğrencilerin puanları 1 saatten az kullananlara göre yüksektir.

Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Tablo 16. Öğrencilerin sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Takipçi sayısı	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	200 ve altı	78	5,79	3,15	1,00	15,00	6,34	0,00*	1-2
	201-500 arası	104	7,01	3,18	0,00	14,00			1-3
	501 ve üzeri	95	7,47	3,13	1,00	15,00			
SKÖ	200 ve altı	78	69,74	18,74	21,00	96,00	3,86	0,02*	1-3
	201-500 arası	104	65,96	16,28	20,00	96,00			2-3
	501 ve üzeri	95	72,61	16,11	20,00	96,00			
BAÖ	200 ve altı	78	156,55	24,28	40,00	145,00	2,25	0,11	
	201-500 arası	104	151,88	23,47	40,00	145,00			
	501 ve üzeri	95	158,72	22,01	40,00	141,00			
RBSÖ	200 ve altı	78	1,26	0,78	0,00	3,58	0,89	0,41	
	201-500 arası	104	1,40	0,79	0,00	3,66			
	501 ve üzeri	95	1,29	0,71	0,00	3,83			

* $p < 0,05$

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma sürelerine göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 16.'da verilmiştir.

Tablo 16. incelendiğinde, araştırmaya katılan ve sosyal medyada 200'ün altında takipçisi olan öğrencilerin NKE' den ortalama $5,79 \pm 3,15$ puan, 201-500 arası takipçisi olanların ortalama $7,01 \pm 3,18$ puan ve 501 ve üzeri sayıda takipçisi olanların ortalama $7,47 \pm 3,13$ puan aldıkları görülmüştür. Öğrencilerin sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre NKE' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu fark sosyal medyada 200 ve altı sayıda takipçisi olan öğrencilerden kaynaklanmaktadır ve 200 ve altı sayıda takipçisi olan öğrencilerin ölçek puanları diğer öğrencilere göre daha düşüktür.

Sosyal medyada 200'ün altında takipçisi olan öğrenciler SKÖ' den ortalama $69,74 \pm 18,74$ puan, 201-500 arası takipçisi olanlar ortalama $65,96 \pm 16,28$ puan ve 501 ve üzeri sayıda takipçisi olanlar ortalama $72,61 \pm 16,11$ puan almıştır. Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre SKÖ' den aldıkları puanlar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır

($p < 0,05$). Bu fark sosyal medyada 500 ve üzeri sayıda takipçisi olan öğrencilerden kaynaklanmaktadır ve 500 ve üzeri sayıda takipçisi olan öğrencilerin SKÖ puanları diğer öğrencilere göre daha yüksektir.

Öğrencilerin sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p > 0,05$).

Tablo 17. Öğrencilerin memnun olacakları beğeni sayılarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Beğeni sayısı	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p	Fark
NKE	50 ve altı	60	5,00	2,60	0,00	12,00	17,36	0,00*	1-2
	51-100	65	6,49	2,91	1,00	14,00			1-3
	101 ve üzeri	152	7,69	3,25	1,00	15,00			2-3
SKÖ	50 ve altı	60	64,62	17,15	20,00	96,00	2,93	0,06	
	51-100	65	70,89	16,39	30,00	96,00			
	101 ve üzeri	152	70,48	17,21	20,00	96,00			
BAÖ	50 ve altı	60	150,51	22,89	42,00	145,00	1,82	0,16	
	51-100	65	156,00	23,04	40,00	145,00			
	101 ve üzeri	152	157,33	23,48	40,00	141,00			
RBSÖ	50 ve altı	60	1,34	0,91	0,00	3,58	0,35	0,71	
	51-100	65	1,25	0,76	0,00	3,17			
	101 ve üzeri	152	1,35	0,70	0,00	3,83			

* $p < 0,05$

Tablo 17.'de araştırma kapsamına alınan öğrencilerin memnun olacakları beğeni sayılarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Sosyal medyada yaptıkları paylaşımların 50 ve altı sayıda beğeni alması halinde memnun olan öğrenciler narsistik kişilik envanterinden ortalama $5,0 \pm 2,60$ puan, 50-100 arası beğeni alması halinde memnun olanlar ortalama $6,49 \pm 2,91$ puan ve 101 ve üzeri sayıda beğeni alması halinden memnun olan öğrenciler ortalama $7,69 \pm 3,25$ puan almıştır. Öğrencilerin memnun olacakları beğeni sayılarına göre NKE puanları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Sosyal medyada yaptıkları paylaşımların 101 ve üzeri sayıda beğeni alması halinden memnun olan öğrencilerin ölçek puanları diğer öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir. Ayrıca sosyal medyada yaptıkları paylaşımların 51-100 beğeni alması halinden memnun olan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar 50 ve altı beğeni alması halinde memnun olan öğrencilerden daha yüksektir. Sosyal medyada paylaştıkları şeyleri beğenen sayısı 101' ve üzeri olanlar diğerlerine göre daha fazla narsistik kişilik özellikleri göstermektedir.

Öğrencilerin memnun olacakları beğeni sayılarına göre SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Tablo 18. Öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumlarına göre ölçeklerden aldıkları toplam puanların karşılaştırılması

Ölçekler	Foto. oynama yapma	n	\bar{x}	s	t	p
NKE	Yapan	185	6,96	3,13	0,95	0,34
	Yapmayan	92	6,57	3,39		
SKÖ	Yapan	185	69,70	16,56	0,54	0,59
	Yapmayan	92	68,51	18,27		
BAÖ	Yapan	185	154,27	24,23	1,32	0,19
	Yapmayan	92	158,11	21,26		
RBSÖ	Yapan	185	1,30	0,76	-0,71	0,48
	Yapmayan	92	1,37	0,75		

Tablo 18.'de araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanların karşılaştırılması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 18. incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan öğrencilerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflarda oynama yapma durumlarına göre NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den almış oldukları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 19. Öğrencilerin bazı sosyal medya özelliklerine ile ölçeklerden aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonlar

		NKE	SKÖ	BAÖ	RBSÖ
Sosyal medya kullanım süresi	r	0,17	0,16	0,14	0,08
	p	0,01*	0,01*	0,02*	0,17
Günlük sosyal medya hesabına girme sayısı	r	0,15	-0,04	-0,02	0,01
	p	0,02*	0,46	0,80	0,87
Günlük sosyal medyada vakit geçirme süresi	r	0,17	0,05	0,04	-0,03
	p	0,00*	0,44	0,53	0,67

* $p < 0,05$

Tablo 19.'da araştırmaya katılan öğrencilerin bazı sosyal medya özelliklerine ile NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ' den aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonların saptanması amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri ile NKE, SKÖ ve BAÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Buna göre öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça NKE, SKÖ ve BAÖ puanları da artmaktadır.

Öğrencilerin günlük sosyal medya hesabına girme sayısı ve sosyal medyada vakit geçirme süreleri ile NKE' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu saptanmıştır ($p < 0,05$). Öğrencilerin medya hesabına girme sayısı ve sosyal medyada vakit geçirme süreleri arttıkça NKE' den aldıkları puanlar da artmaktadır.

Tablo 20. Öğrencilerin ölçeklerden aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonlar

		NKE	SKÖ	BAÖ	RBSÖ
NKE	r	1,00			
	p				
SKÖ	r	0,25	1,00		
	p	0,00			
BAÖ	r	0,17	0,33	1,00	0,04
	p	0,00*	0,00*		0,49
RBSÖ	r	0,09	-0,04	-0,04	1,00
	p	0,13	0,52	0,49	

* $p < 0,05$

Tablo 20.'de öğrencilerin NKE, SKÖ, BAÖ ve RBSÖ'den aldıkları toplam puanlar arasındaki korelasyonların saptanması amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 20 incelendiğinde öğrencilerin beden algısı ölçeğinden almış oldukları puanlar ile NKE ve SKÖ' den aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü korelasyonlar olduğu saptanmıştır ($p < 0,05$). Buna göre öğrencilerin BAÖ' den almış oldukları puanlar arttıkça NKE ve SKÖ' den aldıkları puanlarda artmaktadır.

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA

Bu çalışmanın amacı, Yakın Doğu Üniversite Psikoloji Türkçe lisans programına devam eden öğrencilerinin, benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm, sosyal karşılaştırmanın sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin belirlenmesidir.

Bu çalışma da, erkek öğrencilerin sosyal karşılaştırma ölçeği puanları ve beden algısı ölçeği puanları kadınlara göre daha yüksek bulunmuştur. Vücut algısı ve sosyal karşılaştırma arasındaki ilişkiye bakıldığında, kadınların daha çok kilolu olup olmamaya ilgilendikleri, erkeklerin ise, daha çok kaslı olup olmamaya ilgilendikleri ortaya konulmuştur (Fisher ve ark., 2002). Bu çalışmada , günümüzde yer alan erkek imajıyla ilişkili olup, erkeklerin daha çok vücut geliştirmesi ve buna bağlı olarak olumlu benlik şemasına sahip olmasıyla ilişkili olduğu vurgulanmıştır. Yapılan çeşitli araştırmalarda sosyal karşılaştırma ve beden algısı açısından kadın ve erkekler arasında farklılıklar olduğu görülmüştür. Sosyal karşılaştırmaya ilişkin cinsiyetler açısından değerlendirme de erkek öğrenciler ve kadın öğrenciler arasında bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir (Erözkan, 2004). Bilbek , Yılmaz (2014) ‘a göre ise, kadın öğrencilerin sosyal karşılaştırma puanlarının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu, kadın öğrencilerin kendilerini daha olumlu algılama eğiliminde olduklarını göstermektedir. Üniversite öğrencileri ile yapılan bir araştırma da kadın öğrencilerin sosyal karşılaştırma puanı daha yüksek bulunmuştur (Sezer, Oğuz, 2010). Üniversite eğitimi nedeniyle göç yaşayan öğrencilerle yapılan bir başka araştırmada da kadın öğrencilerin kendilerini daha olumlu algıladıkları yani sosyal karşılaştırma düzeyleri erkeklere göre daha yüksek olduğu ortaya konmuştur (Arslantaş ve Adana, 2010).

Literatür de yer alan beden algısıyla ilgili çalışmalar bu çalışmayla paralellik göstermektedir. Uskun ve Şabaplı (2013) ‘nın çalışmasında, kız lise öğrencilerinin beden algısı puanı erkek öğrencilere göre düşüktür. Beden algısı ve cinsiyet farklılıklarını inceleyen araştırmalarda, erkek öğrencilerin bedenini beğenme düzeyi kız öğrencilere göre daha yüksektir (Alagül, 2004; Örsel ve ark. 2004; Wardle ve ark 2005; Göksan, 2007) Çünkü kadınlar erkeklere göre bedenleriyle daha çok

ilgilenmektedirler ve vücut algısına olan merak kadınlarda çocuklukta başlamakta ve yaşamının sonuna kadar devam etmektedir (Acar, 2010).

Gelirleri giderinden fazla olan öğrencilerin beden algısı puanları diğer öğrencilerden yüksek bulunmuştur. Ayrıca, geliri giderine eşit olan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar geliri giderinden az olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma da öğrencilerin gelir durumlarının sosyal karşılaştırma ölçeğinden aldıkları toplam puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilirken, diğer bir çalışma da sosyal karşılaştırmaya ilişkin farklılık şöyledir: yüksek sosyo-ekonomik düzeyli bireylerin puanları düşük ve orta sosyo-ekonomik düzeyli bireylere göre daha yüksektir (Erözkan,2004). Bunun nedenleri arasında, sosyo-ekonomik seviyesi yüksek olanlar birçok olanağa sahiptirler ve kendilerine daha çok güvenirlere ve ekonomik anlamda istedikleri her şeyi elde edebildikleri için daha güçlü, cesur ve kabul görebilen bireyler olarak algılandıkları gösterilebilir. Sezer (2010)'in çalışmasında, gelir düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal karşılaştırma puanları gelir düzeyleri düşük olan bireylerden daha yüksek bulunmuştur.

Ayrıca, bu çalışma da öğrencilerin ikamet yerlerinin sosyal karşılaştırmaya ilişkin bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir. Köy/ kasaba, ilçe şehir ve büyükşehir de yaşıyor olmanın üniversite öğrencilerinde olumlu ya da olumsuz benlik şemasına etki edebilecek bir etken olmadığı düşünülebilir. (Erözkan,2004), elde edilen bilgiler bu araştırmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir. Bir diğer çalışmada ise; ikamet yeri şehir olan öğrencilerin diğer ikamet yerlerinde yaşayan öğrencilere göre daha olumlu benlik şemasına sahip olduğu bulunmuştur (Sezer ve Oğuz, 2010).

Babası lisans/ lisansüstü mezunu olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ölçeğinden aldıkları puanların diğer öğrencilere göre daha düşük olduğu saptanmıştır. Bir diğer çalışmada ise; baba öğrenim düzeyine göre öğrencilerin sosyal karşılaştırma ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır (Sezer ve Oğuz, 2010).

Çalışmada 10 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullanan öğrencilerin diğer öğrencilere göre narsistik kişilik envanterinden aldıkları puan daha yüksektir. Sosyal medya hesaplarını günde 9 kez ve altında kontrol eden öğrencilerin narsistik kişilik

envanterinden aldıkları puanların daha düşük olduğu bulunmuştur. Günlük 3 saat sosyal medya kullanan öğrencilerin narsistik kişilik envanterinden aldıkları puanlar 1 saat ve 1 saatten az sosyal medya kullanan öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir. Ayrıca, günlük 2 saat sosyal medya kullanan öğrencilerin puanları 1 saatten az kullananlara göre yüksektir. Öğrencilerin sosyal medya hesabına girme sayısı ve sosyal medya da vakit geçirme süreleri arttıkça narsistik kişilik özellikleri de artmaktadır. Oğuz, 2016 da yapmış olduğu çalışma da, sosyal medya aracı olan Facebook'ta zaman geçirme süresi arttıkça narsistik kişilik özellikleri de artmaktadır. Bunun sebebi narsistik kişilerin sosyal medya platformunda daha çok zaman geçirerek daha çok görünür olma isteğinden kaynaklanmaktadır. Narsistik kişiler dikkat çekmeyi çok sever ve sosyal medya da bütün kontrol bu kişilerdedir ve sosyal ortamı kendi istedikleri gibi yönlendirebilmektedirler.

Sosyal medya da 200 ve altı sayıda takipçisi olan öğrencilerin narsistik kişilik envanterinden aldıkları puan diğerlerine göre düşük bulunmuştur. Gnams ve Appel'in 2017 de yaptığı çalışma da; sosyal medya araçlarındaki arkadaş sayısı arttıkça ve narsistik kişilik özellikleri gösterme düzeyinin arttığı bulunmuştur. Ayrıca, sosyal medya da 500 ve üzeri takipçisi olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ölçeğinden aldıkları puan diğerlerine göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Wallis'in 2015 te yaptığı çalışmada da takipçi sayısının fazla olduğu bireyler olumlu benlik şemasına sahiptirler.

Sosyal medya da paylaştıkları şeyleri beğenen sayısı 101 ve üzeri olanlar diğerlerine göre daha fazla narsistik kişilik özellikleri göstermektedir. Marshall ve ark. 2015' da yaptığı çalışmanın sonuçları da bu çalışmayla paralellik göstermektedir

Öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği ve beden algısı ölçeği puanları da artmaktadır. McCain ve Campbell 2016' daki çalışmasındaki bulgularda bu çalışmayla paralellik göstermektedir ve araştırma da sosyal medya kullanım süresi arttıkça narsistik kişilik özellikleri de artmaktadır. Başka bir çalışmada da, sosyal medya da çok zaman geçiren bireylerin olumlu benlik şemasına sahip olduğu bulunmuştur (Lee, 2014). Bunun sebebi olarak da sosyal medya araçları zengin içeriğiyle insanlara sosyal karşılaştırma imkanı sunmasıdır. Sosyal medya da insanlar hayatlarıyla ilgili ayrıntılı paylaşımlar yapmaktadır.

Bu çalışma da, öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça beden doyumları artmaktayken literatür de yer alan çalışmalarda bu durum çelişmektedir. Sosyal medyayı çok kullananlar kendi vücudundan memnun olmama, daha zayıf olmayı ve diyet yapmayı istemektedir. Başka bir deyişle beden doyumları düşmektedir (Cohen, Blaszczyński, 2015).

Son olarak çalışma da, öğrencilerin beden doyumları arttıkça, narsistik kişilik özellikleri ve olumlu benlik şemasına sahip olmaları artmaktadır. Bu durum narsistik kişilerin kendilerini beğenmesiyle alakalı olup, bedenine olan düşkünlük ve kendilerini daha olumlu algılama eğiliminin bir göstergesidir.

BÖLÜM VI

6. SONUÇ

Günümüzde öğrenciler sosyal medya araçlarını bilgi edinmek, iletişim kurmak, vakit geçirmek, eğlenmek ve önemli oranda sosyalleşmek için kullanmaktadırlar. Her geçen gün gelişen teknoloji sayesinde sosyal medya da sürekli yenilenmekte ve toplumdaki çoğu insanın sosyal medyayı düzenli olarak kullandığı görülmektedir. Sosyal ihtiyaçlarımızı ve günlük iletişimimizi sosyal medya araçları üzerinden sağlamaktayız.

Çalışmada, on yıl ve üzeri sosyal medya kullanan ve beğeni sayısı 101'in üzerinde olan öğrencilerde narsistik kişilik özelliklerinin daha fazla olduğu bulunmuştur. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça, narsistik kişilik özelliklerinin, olumlu benlik şemasına sahip olmalarının ve beden doyumunun arttığı bulunmuştur. Sosyal medyada vakit geçirme süreleri artan öğrencilerin narsistik kişilik özellikleri de artmaktadır. Ayrıca, beden doyumu yüksek olan öğrencilerin narsistik kişilik özellikleri ve olumlu benlik şemasına sahip olma durumu da artmaktadır. Narsistik kişilik özelliklerinin artması öğrencilerin psikolojik sağlıkları açısından iyi olmadığı gibi sosyal medya kullanımının da daha kısıtlı hale getirilmesi gerekmektedir. Bu duruma yönelik üniversitelerde öğrencilerin daha çok sosyal, bilimsel, kültürel ve sportif aktivitelere dahil olmaları gerekmektedir. Bu tarz imkanların sağlandığı ortamlarda bireyler daha özgün ve kişilerarası iletişimini sanal dünyanın dışında yaşama fırsatı bulacaklardır. Riskli davranışlar genç yaşlarda başlamaktadır. Genç nüfusu bizim gibi fazla olan bir ülkenin de gençler için gerekli önlemleri alması şarttır. Sadece risk gruplarının değil, toplumdaki herkese sosyal medya kullanımı ve internet hakkında bilgi verilmesi sosyal medya kullanımı ile ilgili sorunların çözüme ulaşması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Günümüzde sosyal medyanın doğru, olumlu yönde, amacına uygun, bilinçli bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Sosyal medyanın işlevine vakıf olunmalı ve daha doğru kullanım için özendirilmelidir. Ayrıca, gençlerin sosyal medyayı yaratıcı ve araştırmaya dönük kullanması özendirilmelidir

Araştırmacı bu çalışma da, birbirine yakın yaş gruplarını incelemiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda yaş aralığı genişletilmelidir. Ayrıca farklı kültürlere ve

farklı üniversite bölümlerine ait bireylerin katıldığı ve bu durumun nasıl farklılık gösterdiği incelenebilir. Diğer çalışmalarda narsisizm çeşitleri (gizli, teşhirci ve değersizleştirici narsist) de ele alınabilir.

KAYNAKLAR

- Acar, TÖ. (2010). *Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi Yüksekokulu ve Mimarlık-Mühendislik Fakültesi öğrencilerinde beden algısı ve iyilik halinin beden kitle indeksi ve vücut yağı dağılımı ile ilgisi* (Uzmanlık Tezi). Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Alagül, Ö. (2004). *Farklı spor branşlarındaki sporcuların atılganlık ile beden algısı ilişkisi* (Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Alarcon, R. D., ve Sarabia, S. (2012, Ocak). Debates on the narcissism conundrum. Trait, domain, dimension, type or disorder. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 200 (1) , 16-25.
- American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery. (2014). *Selfie Trend increases demand for facial plastic surgery*. http://www.aafprs.org/media/press_release/20140311.html. adresinden elde edildi.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26 (6), 1289-1295.
- Anderson, B., Fagan, P., Woodnutt, T., ve Chamorro-Premuzic, T. (2012). Facebook psychology: popular questions answered by research. *Psychology of Popular Media Culture*, 1(1), 23-37.

- Arslantaş, H, ve Adana, F. (2010). Üniversite Eğitimi Nedeni İle Geçici Göç Yaşayan Öğrencilerin Kendilik Algıları. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13 (3), 17-22.
- Aslan, D. (2004). Beden algısı ile ilgili sorunların yaratabileceği beslenme sorunları. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 13(9), 326-329.
- Aslan, H. (2006). *Çalışanların İş Doyumu Düzeylerine Göre Depresyon, Benlik Saygısı Ve Denetim Odağı Algısı Değişkenlerinin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Atay, S. (2009). Narsist Kişilik Envanterinin Türkçeye Standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11, 181-196.
- Bakshy, E., Hofman, J. M., Mason, W. A., ve Watts, D. J. (2011). *Everyone's an Influencer: Quantifying Influence on Twitter*, WSDM'11, China, <http://misc.si.umich.edu/media/papers/wsdm333wbakshy.pdf> Erişim Tarihi: 25.05.2017.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu B., İslamoğlu, G., ve Aydemir A.T. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (3), 15-16.
- Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S., ve Bergman, J. Z. (2011, Ocak). Millenials, Narcissim And Social Networking: What Narcissist Do on Social Networking Sites And Why? *Personality and Individual Differences*, (50), 706- 711.

- Bilbek, M., ve Yılmaz, C. Y. (2014, Eylül). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin sosyal karşılaştırma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Ankara üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spormetre Dergisi*, 12 (2), 105-112.
- Buffardi, L. E., ve Campbell, K. E. (2008, Ekim). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10) , 1303-1314.
- Burrow, L. A., ve Scott, H. (2017, Mart). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236.
- Buunk, A. P., ve Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.09.007>.
- Buunk, B.P. ve Mussweiler, T. (2001). New directions in social comparison research. *European Journal of Social Psychology*, 31(5), 467-475.
- Cevher, F. N. ve Buluş, M. (2007). Benlik Kavramı Ve Benlik Saygısı Önemi Ve Geliştirilmesi, *Akademik Dizayn Dergisi*, 1(2), 52–64.
- Chen, W. ve Lee, K. (2013, Ekim). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 728-734.

- Cohen, R., ve Blaszczynski, A. (2015, Haziran). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of Eating Disorders*, 3(23), 1-11.
- Colao, J. (2012). Snapchat: The biggest no- revenue mobile app since Instagram. Forbes (2012). <http://www.forbes.com/sites/jjcolao/2012/11/27/snapchat-the-biggest-no-revenue-mobile-app-since-instagram/> adresinden elde edildi.
- Cramer, E., Song, H., ve Drent, A. (2016, Ağustos). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self- esteem and Facebook fatigue. *Computer in Human Behavior*, 64, 739-746.
- Çuhadaroğlu, F. (1986). *Adölesanlarda Benlik Saygısı (Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi)*. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fak, Psikiyatri ABD, Ankara.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu* (A. Ekmekçi, ve O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (1974).
- Demirtaş, Z. (2010). Liselerde okul kültürü ile öğrenci başarısı arasındaki ilişki. Mustafa Kemal Üniv., *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 208-223.
- Derenne, J.L., ve Beresin, E.V. (2006, Mayıs). Body image, media, and eating disorders. *Academic Psychiatry*, 30(3), 257-261.
- Ellison, N., Steinfeld, C., ve Lampe, C. (2006, Haziran). *Spatially bounded online social networks and social capital: The role of Facebook*. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Dresden, Germany.
- Erözkan, A. (2004). Lise öğrencilerinin sosyal karşılaştırma ve depresyon düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 1-18.

- Erşan, E., Doğan, O., ve Doğan, S., (2009). Beden Eğitimi ve Antrenörlük Bölümü Öğrencilerinde Benlik Saygısı Düzeyi ve Bazı Sosyodemografik Özelliklerle İlişkisi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 12, 35-42.
- Evelyn, P., Meier, M.A. ve James Gray. (2014, Nisan). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 17 (4), 199-206.
- Festinger, L. (1954, Mayıs). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Fisher E, Dunn M, Thompsom JK. (2002). Social Comparison and Body Image: An Investigation of Body Comparison Processes using Multidimensional Scaling. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21 (5), 566-579.
- Fouts, G. ve Burggraf, K. (2000, Mayıs). Television situation comedies: Female weight, male negative comments and audience reactions. *Sex Roles*. 42 (9-10) , 925-932.
- Forest, A. L., & 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, 295–302.
- Freud, S. (2006). *Narsisizm Üzerine ve Scherber Vakası* (M. Atakay, Çev.). 2. Baskı, Metis Yayınları. (1914).
- Gilbert, D.T., Giesler, R.B. ve Morris, K.A. (1995). When comparison arise. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(2), 227-236.
- Gnambs, T. ve Appel. M. (2017). Narcissism and Social Networking Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Personality*: DOI: 10.1111/jopy.12305.

- Golder, S.A., Wilkinson, D.M., ve Huberman, B.A. (2007, Haziran). *Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network*. Third Communities and Technologies Conference. Michigan State University, USA.
- Gonzales, A. & Hancock, J. (2011, Ocak). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Göksan, B. (2007). *Ergenlerde beden imajı ve beden dismorfik bozukluğu*. (Uzmanlık Tezi). Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi, İstanbul.
- Halpern, D., Valenzuela, S., ve Katz, J. E. (2016, Haziran). “Selfie-ists” or “Narcisselfiers”? A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences*, 97, 98-101.
- Harrison, K. (2009). Media and the body. R.L. Nabi, M.B. Oliver (Eds.), *The Sage handbook of media processes and effects*, Sage, Thousand Oaks, CA. 393-407.
- Hong, F., Huang, D., Lin, H., ve Chiu, S. (2014, Kasım). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31, 597–606.
- Hovardaoğlu, S. (1993). Vücut Algısı Ölçeği. *Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji (3P) Dergisi*. Testler Özel Eki, 1(1): 26-27.
- Hyman, S. (1989). *Acil Psikiyatri* (İ. Doğaner, A. Ayan, Çev.). İzmir. Ege Üniversitesi Basımevi.

- İlkay, E. (2002). Cerrahpaşa Psikiyatri, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Yayınlarından, Rektörlük No: 4326, Fakülte No:240, İstanbul Üniversitesi Basım ve Yayınevi Müdürlüğü, İstanbul, 787-97.
- İskender, M. ve Tanrıkulu, T. (2010, Temmuz). Social support, social comparison and anger. *International Journal of Human Sciences*, 7(1), 899-911.
- Jang, K., Park, N., Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karasar, N. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kim, E., Lee, J. A., Sung, Y., ve Choi, S. M. (2016, Eylül). Predicting selfie-posting behavior on social networking sites: An extension of theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior*, 62, 116-123.
- Kulik, C. T. ve Ambrose, M. L. (1992). Personal and Situational Determinants of Referent Choice. *Academy of Management Review*, 17(2), 212-237.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011,Eylül). Online social networking and addiction: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8(9), 3528–3552.
- Kwak, H., Lee, C., Hosung, P., ve Moon, S., (2010). *What is Twitter, a Social Network or a News Media?*. International World Wide Web Conference Committee, North Carolina, USA.

- La Barbera, D., La Paglia, F., ve Valsavoia, R. (2009). Social network and addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 628-629.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260.
- Leppert, R. (2009). Sanatta Anlamın Görüntüsü (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (2002).
- Levine, M. ve Murnen, S. (2009). “Everybody knows that mass media are/are not [pick one] A cause of eating disorders”: a critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating among females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 9-42.
- Levine, M.P. ve Harrison, K. (2009). Effects of media on eating disorders and body image. J. Byrant, M.B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* 3. Baskı, Routledge, New York. 490-516.
- Mahler, M. S. (1968). *On Human Sybiosis and The Vicissitudes of Individuation*. New York: International University Press.
- Malik, S. ve Khan, M. (2015, Mart). Impact of Facebook addiction on narcissitic and self esteem among students. *Journal of Pakistan Medical Association*. 65, 260-263.
- Marshall, C. T., Lefringhausen, K., ve Ferenczi, N. (2015, Ekim). The Big Five, Self-esteem and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*. 85, 35-40.

- Mehdizadeh, S. (2010, Ağustos). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13(4), 357-365.
- McCain, J.,L., ve Campbell, W., K. (2016, Kasım). Narcissism and Social Media Use: A Meta-Analytic Review. *Psychology of Popular Media Culture*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000137>.
- Morrison, TG., Kalin, R., Morrison, MA. (2004). Body image evaluation and body image investment among adolescents: a test of sociocultural and social comparison theories. *Adolescence*, 39(155): 571-587.
- Nielsen. (2012). State of the media: The social media report 2012 Nielsen; NM Incite.
- Oğuz, T. (2016). Çağdaş Narkisisos'lar: Facebook kullanım alışkanlıkları ve narsisizm. *Selçuk İletişim*, 9 (2): 51- 68.
- Ozan, E., Kırkpınar, İ., Aydın, N., Fidan, T. ve Oral, M. (2008, Kasım). Narsistik Kişilik Bozukluğu Gelişim Süreçleri ve Yaşamı. *Reviews, Cases and Hyptheses in Psychiatry*, 2: 1-2
- Örsel, S., Canpolat, B., Akdemir, A., ve Ozbay, H. (2004). Diyet yapan ve yapmayan ergenlerin kendilik algısı, beden imajı ve beden kitle indeksi açısından karşılaştırılması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 15(1): 5-15.
- Özutku, F., Küçükylmaz, M.M., Çopur, H., Sığın, İ., İltter, K. ve Arı, Y. (2014). *Sosyal Medyanın ABC'si*, İstanbul: Alfa.

Pantic, I. (2014, Ekim). Online social networking and mental health.

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17(10), 652-657.

Rapier, M. L. (2005). An interview Study of Narcissistic Executives: Piercing The Corporate Veil of Narcissism In The Workplace (Yayınlanmış Doktora Tezi).

Saybrook Graduate School and Research Center.

Rozenblatt, S. (2002). *In Defence of Self: The relationship of Self- Esteem and*

Narcissim to Aggressive Behavior (Yayınlanmış Doktora Tezi) .Long Island University, Psychology, USA.

Ryan, T., ve Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between Big Five, shyness, narcissism, loneliness and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658-1664.

Salomon, D. (2013, Eylül). *Moving on from Facebook Using Instagram to Connect with Undergraduates and Engage in Teaching and Learning*. ACRL TechConnect.

Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, Beta Yayınları, İstanbul.

Scott, D.M. (2010). *The New Rules of Marketing and PR*, John Wiley and Sons, New Jersey.

Sennett, R. (2013). *Gözün Vicdanı*. (S. Sertabiboğlu ve C. Kurultay, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (1992)

- Sezer Ö, ve Oğuz V. (2010). Üniversite Öğrencilerinde Kendilerini Değerlendirmelerinin Ana Baba Tutumları ve Bazı Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(3), 743-758.
- Steers, M., Wickham, R., ve Acitelli, L. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: how Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.
- Şahin, NH., ve Şahin, N., (1992, Haziran). *Adolescent guilt, shame, and depression in relation to sociotropy and autonomy*. The World Congress of Cognitive Therapy, Toronto.
- Tazghini, S. ve Siedlecki, K. (2013). A mixed approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29, 827-832.
- Teköznel, İ. M. (2007). *Gerçekliği inşa etkinliği olarak sosyal karşılaştırma "Sosyal karşılaştırma süreçlerinde gerçekçi ve kurgusal karşılaştırma enformasyonu kullanma eğilimlerinin incelenmesi"* (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tiggemann, M., ve Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630- 633.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"*. Kalkedon Yayıncılık: 96, Eğitim ve Kültür Dizisi:18 (Birinci Baskı), İstanbul.

- Twenge, J.M., ve Campbell, W.K. (2010). *Asrın Vebası: Narsisizm İlleti*. (Ö. Korkmaz, Çev.). Kaknüs Yayıncılık, İstanbul. (2009).
- Uğurlu N., ve Akın H. (2008). Muğla Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin beden benlik algısı ve psikolojik sıkıntı belirtileri ile ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*; 11(4): 38-47.
- Uskun, E. Ve Şabaplı, A. (2013). Lise öğrencilerinin beden algıları ile yeme tutumları arasındaki ilişki. *TAF Prev Med Bull*; 12 (5), 519-528.
- Uyanık, F. (2013, Mayıs). *Sosyal Medya: Kurgusallık ve Mahremiyet*. Yeni Medya Kongresi'nde sunulan bildiri. Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Vural, A., Beril, Z., ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20 (5): 3348–3382.
- Wallis, J. (2015). *The effects of social media on the body satisfaction of adolescent and young adult females*. (Yüksek Lisans Tezi). Kansas State University, Kansas.
- Walther, J., B., Heide, B., V., ve Kim, S., Y. (2008) The Role of Friends' Appearances And Behaviour On Facebook An Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by The Company We Keep? *Human Communication Research*, 34, 28-49.
- Wang, C.W., Ho, R., Chan, C., ve Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet- related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive Behaviors*. 42, 32-35.

- Wang, J.-L., Jackson, L. A., Zhang, D.-J., ve Su, Z.-Q. (2012). The relationships among Big Five personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28, 2313–2319.
- Wardle, J., ve Cooke, L. (2005). The impact of obesity on psychological well-being. *Best Practice Research Clinical Endocrinology Metabolism.*, 19(3), 421–440.
- Wasytkiw, L., Emms, A.A., Meuse, R., ve Poirer, K.F. (2009). Are all models created equal? A content analysis of women in advertisements of fitness versus fashion magazines. *Body Image*. 6 (2), 137-140.
- Weinberg, T. (2009) *The New Community Rules*. Marketing On The Social Rules, O'Reilly Media, USA.
- Wilson, K., Fornasier, S., ve White, K. M. (2010, Nisan). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 173–177.
- Woods, H.C. ve Scott, H. (2016). Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self- esteem. *Journal of Adolescence*, 51,41-49.
- Yavuzer, H. (2003). *Eğitim ve gelişim özellikleriyle okul çağı çocuğu*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yörükoğlu, A. (2000). *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı ve Ruhsal Sorunları*. İstanbul: Özgür Yayınları.

Ziyalar, A. (1983). Beden İmajı Kavramı. Yeni Sempozyum, *Cerahpaşa Tıp Fakültesi Dergisi*, 1(2), 31-37.

AYDINLATILMIŞ ONAM

Bu alıŐma, Yakın Doğu Üniversitesi Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulamalı (Klinik) Psikoloji Bۆlümü tarafından gerçekleŐtirilen bir çalıŐmadır.

Bu çalışmanın amacı benlik saygısı, vücut algısı, narsisizm, sosyal karşılaştırmanın sosyal medya kullanımı arasındaki iliŐkiyi incelemektir.

Anket tamamen bilimsel amaçlarla düzenlenmiŐtir. Anket formunda kimlik bilgileriniz yer almayacaktır. Size ait bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. ÇalıŐmadan elde edilen veriler yalnızca istatistik veri olarak kullanılacaktır. Yanıtlarınızı içten ve doğru olarak vermeniz bu anket sonuçlarının toplum için yararlı bir bilgi olarak kullanılmasını sağlayacaktır.

Yardımanız için çok teşekkür ederim.

Psikolog
Türküler Artan

EKLER

Ek 1.

ANKET FORMU

Değerli katılımcı; elinizde bulunan anket formu Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulamalı (Klinik) Psikoloji Bölümü bünyesinde yapılan bilimsel bir araştırmaya veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Verdiğiniz bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacak olup, gizli tutulacaktır. Vermiş olduğunuz cevaplar doğru veya yanlış olarak değerlendirilmeyecektir. Kimliğinizle ilgili bilgi vermeniz istenmemektedir. Sorulara dürüstçe cevap vermeniz çalışmanın bilimsel olması açısından çok önemlidir. Çalışmaya katılmada gönüllülük esastır, istediğiniz zaman anketleri cevaplamaktan çekilebilirsiniz.

Psk. Türküler Artan

Yakın Doğu Üniversitesi

Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı

BÖLÜM I. SOSYODEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz: 1.() Erkek 2.() Kadın

2. Yaşınız:.....

3. Uyruğunuz: 1.() KKTC 2.() TC 3.() KKTC+TC 4.() Diğer:.....

4. Bölümünüz:.....

5.Sınıfınız:.....

6. En uzun süre ile ikamet ettiğiniz yerleşim birim

1.() Köy/kasaba 2.() İlçe 3.() Şehir 4.() Büyükşehir

7. Gelir durumunuz

1.()Gelir giderden az 2.()Gelir gider eşit 3.()Gelir giderden fazla

8. Annenizin eğitim durumu

1.() Okur-yazar değil 2.() Okur-yazar 3.() İlkokul
4.() Ortaokul 5.() Lise 6.() Lisans 7.() Lisansüstü

9. Babanızın eğitim durumu

1. () Okur-yazar değil 2. () Okur-yazar 3. () İlkokul
4. () Ortaokul 5. () Lise 6. () Lisans 7. () Lisansüstü

10. Annenizin çalışma durumu: 1. () Çalışan 2. () Çalışmayan**11. Babanızın çalışma durumu:** 1. () Çalışan 2. () Çalışmayan**12. Aileniz ile olan ilişkinizi nasıl tanımlarsınız**

1. () Çok iyi 2. () İyi 3. () Orta 4. () Kötü
5. () Çok kötü

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Ek 2.

BÖLÜM II. SOSYAL MEDYA KULLANIMI

13. Herhangi bir sosyal medya uygulamasının kullanıyor musunuz?

1.() Evet 2.() Hayır

14.Aşağıdaki sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanmaktasınız?(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

1.() Facebook 2.() Instagram 3.() Twitter 4.()Snapchat
5.()Diğer:.....

15. Ne kadar süredir herhangi bir sosyal medya aracını kullanmaktasınız?:..... Yıl

16. Günde kaç kere sosyal medya hesabınıza girersiniz?: kez

17. Sosyal medya hesabınıza girdiğinizde ne kadar süre kalırsınız?: saat

18. En çok ne tarz paylaşımlar yaparsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)

1.() Fotoğraf 2.() Söz grupları 3.() Video
4.() Diğer:.....

19. En sık kullandığınız sosyal medya uygulamasında kaç arkadaşınız/ takipçiniz var? :kişi

20. Sosyal medyada yüklemiş olduğunuz paylaşımları en çok kaç kişi beğenirse memnun olursunuz?

1.() 20-30 2.() 30-40 3.() 40-50 5.() 50-100 6.()
100 ve üzeri

21. Sosyal medyayı ne amaçla kullanırsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

1. () Arkadaşlarımla- Ailemle iletişim kurmak için.
2. () Yeni insanlarla tanışmak için.
3. () Fotoğraflara bakmak- Fotoğraf yüklemek için.
4. () Blog (internet günlüğü)
5. () Moda önerileri almak için.
6. () Diğer

22. Sosyal medyaya fotoğraf yüklerken oynama/değişikler yapar mısınız?:

1. () Evet 2. () Hayır

**23. Eğer cevabınız EVET ise fotoğrafta ne tarz değişiklikler yaparsınız?
(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)**

1. () Efekt- Filtre
2. () Yüz ile ilgili değişiklikler (Göz, Burun, Ağız, Saç, Cilt, Makyaj vb.)
3. () Vücut uzuvlarının boyutu (Boyun, Gövde ve Bacak boyunu değiştirme)
4. () Daha zayıf veya kilolu görünmek

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Ek 3.

BÖLÜM III. Aşağıdaki her bir tutum çifti içinden size en uygun olanı seçip (X) işareti koyunuz.

Örneğin:

1	<input checked="" type="checkbox"/>	İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
	<input type="checkbox"/>	İyi biri olduğumu biliyorum,çünkü herkes böyle söyler.

1	<input type="checkbox"/>	İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
	<input type="checkbox"/>	İyi biri olduğumu biliyorum,çünkü herkes böyle söyler.
2	<input type="checkbox"/>	Kalabalık içinde herkesten biri olmayı tercih ederim.
	<input type="checkbox"/>	İlgi merkezi olmayı severim.
3	<input type="checkbox"/>	Pek çok insandan ne daha iyi ne daha kötüyüm.
	<input type="checkbox"/>	Özel biri olduğumu düşünüyorum.
4	<input type="checkbox"/>	İnsanlar üzerinde otorite kurmaktan hoşlanırım.
	<input type="checkbox"/>	Emirlere uymaktan rahatsız olmam.
5	<input type="checkbox"/>	İnsanları kolayca manipüle ederim.
	<input type="checkbox"/>	İnsanları manipüle ettiğimi fark ettiğimde rahatsız olurum.
6	<input type="checkbox"/>	Layık olduğum saygıyı elde etme konusunda ısrarcıyım.
	<input type="checkbox"/>	Hak ettiğim saygıyı genellikle görürüm.
7	<input type="checkbox"/>	Gösterişten kaçınırım.
	<input type="checkbox"/>	Genellikle fırsatını bulduğumda şov yaparım.
8	<input type="checkbox"/>	Her zaman ne yaptığımı bilirim.
	<input type="checkbox"/>	Bazen yaptığım şeyden emin değilimdir.
9	<input type="checkbox"/>	Bazen iyi hikaye anlatırım.
	<input type="checkbox"/>	Herkes hikayelerimi dinlemekten hoşlanır.
10	<input type="checkbox"/>	İlgi merkezi olmaktan hoşlanırım.
	<input type="checkbox"/>	İlgi merkezi olmak beni rahatsız eder.
11	<input type="checkbox"/>	İnsanlardan çok şey beklerim.
	<input type="checkbox"/>	Başkaları için bir şeyler yapmaktan hoşlanırım.
12	<input type="checkbox"/>	Otorite olmanın benim için pek bir anlamı yoktur.
	<input type="checkbox"/>	İnsanlar daima otoritemi kabul ediyor görünürler.
13	<input type="checkbox"/>	Önemli bir insan olacağım.
	<input type="checkbox"/>	Başarılı olmayı umuyorum.
14	<input type="checkbox"/>	İnsanlar söylediklerimin bazılarına inanır.
	<input type="checkbox"/>	İnsanları istediğim her şeye inandırabilirim.
15	<input type="checkbox"/>	Kendi kendime yeterim.
	<input type="checkbox"/>	Başkalarından öğrenebileceğim çok şey var.
16	<input type="checkbox"/>	Herkes gibi biriyim.
	<input type="checkbox"/>	Sıra dışı biriyim.

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Ek 4.
BÖLÜM IV.

Aşağıda çeşitli vücut özellikleri ve beğenip beğenmeme ifadeleri bulunmaktadır. Yapmanız gereken, bir vücut özelliğiniz hakkındaki duygularınızı bu ifadelere göre değerlendirmektir. Örneğin bir vücut özelliğinizi çok beğeniyorsanız, bu özellik için “çok beğeniyorum” ifadesinin bulunduğu kutuya “X” işareti koyunuz. Herhangi bir vücut özelliğinizi genel olarak beğenip beğenmediğinize göre duygularınızı değerlendiriniz.

	Çok Beğeniyorum	Oldukça Beğeniyorum	Kararsızım	Pek Beğenmiyorum	Hiç Beğenmiyorum
1. Saçlarım	()	()	()	()	()
2. Yüzümün rengi	()	()	()	()	()
3. İştahım	()	()	()	()	()
4. Ellerim	()	()	()	()	()
5. Vücutumdaki kıl	()	()	()	()	()
6. Burnum	()	()	()	()	()
7. Fiziksel gücüm	()	()	()	()	()
8. İdrar- dışkı düzenim	()	()	()	()	()
9. Kas kuvvetim	()	()	()	()	()
10. Belim	()	()	()	()	()
11. Enerji düzeyim	()	()	()	()	()
12. Sırtım	()	()	()	()	()
13. Kulaklarım	()	()	()	()	()
14. Yaşım	()	()	()	()	()
15. Çenem	()	()	()	()	()
16. Vücut yapım	()	()	()	()	()
17. Profilim	()	()	()	()	()
18. Boyum	()	()	()	()	()
19. Duyularımın	()	()	()	()	()
20. Ağrıya	()	()	()	()	()
21. Omuzlarımın	()	()	()	()	()
22. Kollarım	()	()	()	()	()
23. Göğüslerim	()	()	()	()	()
24. Gözlerimin şekli	()	()	()	()	()
25. Sindirim sistemim	()	()	()	()	()
26. Kalçalarım	()	()	()	()	()
27. Hastalığa direncim	()	()	()	()	()
28. Bacaklarım	()	()	()	()	()
29. Dişlerimin şekli	()	()	()	()	()
30. Cinsel gücüm	()	()	()	()	()
31. Ayaklarım	()	()	()	()	()
32. Uyku düzenim	()	()	()	()	()
33. Sesim	()	()	()	()	()
34. Sağlığım	()	()	()	()	()
35. Cinsel faaliyetlerim	()	()	()	()	()

36. Dizlerim	()	()	()	()	()
37. Vücutumun duruş	()	()	()	()	()
38. Yüzümün şekli	()	()	()	()	()
39. Kilom	()	()	()	()	()
40. Cinsel organlarım	()	()	()	()	()

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Ek 5.**BÖLÜM V.**

Sizin de bildiğiniz gibi, hepimiz zaman zaman kendimizi diğer insanlarla karşılaştırır ve bazı değerlendirmeler yaparız. Bu değerlendirmeler sonucunda kendimizle ilgili bazı fikirler ediniriz. Sizin de kendinizle ilişkili bazı kişisel görüşleriniz mutlaka vardır. Lütfen aşağıdaki sıfatların her birinde sizi en iyi yansıtan sayıyı bularak (X) işareti koyunuz.

Yetersiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Yeterli/Üstün
Beceriksiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Becerikli
Başarısız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Başarılı
Sevilmeyen biri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sevilen biri
İçe dönük	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Dışa dönük
Yalnız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Yalnız değil
Dışta bırakılmış	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kabul edilmiş
Sabırsız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sabırlı
Hoşgörüsüz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Hoşgörülü
Söyleneni yapan	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	İnsiyatif sahibi
Korkak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Cesur
Kendine güvensiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kendine güvenli
Çekingen	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Atılgan
Dağınık	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Düzenli
Pasif	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Aktif
Kararsız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kararlı
Antipatik	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sempatik
Boyun eğici	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Hakkını arayıcı

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Ek 6.

BÖLÜM VI. Lütfen her soruyu dikkatli bir şekilde okuyup, kendinize en uygun şıkkı (X) ile işaretleyiniz

	Doğru	Çok Doğru	Yanlış	Çok Yanlış
1. Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.	()	()	()	()
2. Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()
3. Genelde kendimi başarısız biri olarak görme eğilimindeyim.	()	()	()	()
4. Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.	()	()	()	()
5. Kendim de gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.	()	()	()	()
6. Kendime karşı olumlu bir tutum içerisindeyim.	()	()	()	()
7. Genel olarak kendimden memnunum.	()	()	()	()
8. Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.	()	()	()	()
9. Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum.	()	()	()	()
10. Bazen kendimin hiç de yeterli olmadığını düşünüyorum.	()	()	()	()

**Anket Bitmiştir.
Teşekkür ederiz.**

Ek 7.



30.03.2017

Sayın Yar. Doç. Dr. Deniz Ergün,

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2017/17 proje numaralı ve "**Benlik Saygısı, Vücut Algısı, Narsisizm ve Sosyal Karşılaştırmanın Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkileri**" başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.

Yardımcı Doçent Doktor Direnç Kanol

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü

Not: Eğer bir kuruma resmi bir kabul yazısı sunmak istiyorsanız, Yakın Doğu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na bu yazı ile başvurup, kurulun başkanının imzasını taşıyan resmi bir yazı temin edebilirsiniz.

ÖZGEÇMİŞ

Türküler ARTAN 1991 yılında doğmuştur. Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji lisans programını 2014 yılında tamamlamıştır. 2017 yılında ise Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji yüksek lisans programını bitirmiştir. Ocak- Şubat 2015 tarihlerinde Uludağ Üniversitesi Hastanesi'nde stajyer psikolog olarak çalışmıştır. Ayrıca Haziran- Temmuz 2015- Şubat- Mart 2016 tarihleri arasında Edremit Kazdağı Devlet Hastanesi'nde stajyer psikolog olarak çalışmıştır. Eylül- Kasım 2016 tarihinde ise Btso Baha Cemal Zağra Otistik Çocuklar Eğitim Merkezi Ve İş Eğitim Merkezin de çalışmıştır.