



YAKIN DO U ÜN VERS TES
SOSYAL B L MLER L SANSÜSTÜ E T M ENST TÜSÜ
KL N K PS KOLOJ ANAB L M DALI

**YET K N B REYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BENL K
SAYGISI LE L K S : NARS S ZM N ARACI ROLÜ**

SUDE ZEYNEP DEM R

YÜKSEK L SANS TEZ

LEFKO A
2021

YAKIN DO U ÜN VERS TES
SOSYAL B L MLERL SANSÜSTÜ E T M ENST TÜSÜ
KL N K PS KOLOJ ANAB L M DALI

**YET K N B REYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ
BENL K SAYGISI LE L K S : NARS S ZM N ARACI ROLÜ**

SUDE ZEYNEP DEM R
20192167

YÜKSEK L SANS TEZ

TEZ DANI MANI
PROF.DR. MEHMET ÇAKICI

LEFKO A
2021

KABUL VE ONAY

SUDE ZEYNEP DEMİR tarafından hazırlanan “Yeti kin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı ile İlişkisi: Narsisizmin Aracı Rolü” başlıklı bu çalış ma, gün/ay/yıl tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜR ÜYELER

UNVAN S M (Danı man)
Yakın Do u Üniversitesi

Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü

UNVAN S M(Ba kan)
Yakın Do u Üniversitesi
Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü

Prof. Dr. K. Hüsnü Can Başer
Sosyal Bilimler Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

B L D R M

Hazırladığım tezin, tamamen kendi çalışmam oldu unu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim. Tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde a a da belirttiğim ko ullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir
- Tezim sadece Yakın Doğu Üniversitesinde erişime açılabilir.
- ✓ Tezimin iki (2) yıl süre ile erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde tezimin tamamı erişime açılabilir.

Tarih 2021

mza

Sude Zeynep DEMİR

TE EKKÜR

Bu çalı manın hazırlanmasında eme i geçen pek de erli tez danı manı hocam Prof. Dr. Mehmet ÇAKICI ba ta olmak üzere, yardımlarını esirgemeyen hocam Uzman Klinik Psikolog. Ay e BURAN' a ve arkada ım Psikolog Aydın ONUK'a te ekkürlerimi sunarım. Bu çalı manın ortaya çıkmasında manevi deste ini esirgemeyen pek kıymetli annem Handan DEM R ve ikizim Gaye Elif DEM R'e uzakta da olsa hep yanımda olan Mehmet DEM R' e te ekkürü bire borç bilirim.

Bu çalı ma, özgür ve ayakları yere sa lam basan bir birey olmam için e itim hayatım boyunca her zaman arkamda duran yakın zamanda kaybetti im ve e itim hayatım boyunca beni daima destekleyen, benim için dünyanın en mükemmel anneanesi unvanını kazanan Fahriye U URTA adına ithaf edilmi tir.

Sude Zeynep DEM R

ÖZ

YETİKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BENLİK SAYGISI İLE İLİŞKİSİ: NARSİZMİN ARACI ROLÜ

Günümüzde sosyal medya, toplumun varlığını sürdürdüğü, kendini geliştirdiğinin dışındaındaki bağlantıları ve ilişkileri gözlemlediği/takip ettiği, ona bağlı olan platformlardan biri olarak kendini kanıtlamıştır. Bu araştırmada, yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin yordayıcı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın verileri Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) ikamet eden bireylerden olmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 2020-2021 öğretim yılında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) üniversitesi'nde öğrenimine devam eden ve rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 300 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak; Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Narsistik Kişilik Envanteri (NKE) ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ) uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak, araştırmaya dahil edilen yeti kinlerin sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı ve narsisizm arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medya kullanımı arttıkça benlik saygısı ve narsisizm aracı rolünün artışı gösterdiği gözlenmiştir. Bu doğrultuda yeti kin bireylerin teknoloji kullanımı açısından izlendiği boylamsal çalışmalar gerçekleştirilebilir. Sosyal medya bağımlılığının önlenmesi açısından sosyal projeler geliştirilebilir ve yaygınlaştırılabilir.

Anahtar Kelimeler:Sosyal Medya, Benlik Saygısı, Narsisizm, Yeti kin Bireyler

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF SOCIAL MEDIA USE IN ADULT INDIVIDUALS WITH SELF-ESTEEM: THE INSTRUMENT ROLE OF NARCISM

Today, social media has proven itself as one of the platforms that society continues to exist, observes/follows connections and relationships outside of it that it develops itself, and depends on it. The aim of this study was to examine the predictor role of social media use in adult individuals with self-esteem and narcissism. The data of the study was composed of individuals residing in the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC). The sample of the study consists of 300 participants who continue their studies at the University of the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) in the 2020-2021 academic year and are selected by random sampling method. Demographic data form, social media usage scale (SMUS), Narcissistic Personality Inventory (NPI) and Rosenberg self-esteem scale (RSES) were applied as data collection tools in the study. Based on the results of the study, it appears that adults included in the study had a low level of positive and meaningful relationship between social media use and self-esteem and narcissism. As social media use has increased, the role of self-esteem and narcissism tool has been observed to increase. In this direction, longitudinal studies can be carried out in which adult individuals are monitored in terms of the use of technology. Social projects can be expanded and disseminated in terms of preventing social media addiction.

Keywords: Social Media, Self-Esteem, Narcissism, Adult Individuals

Ç NDEK LER

KABUL VE ONAY

B LD R M

TE EKKÜR	iii
ÖZ.....	iv
ABSTRACT	v
Ç NDEK LER	vi
TABLO D Z N	viii
KISALTMALAR	x

BÖLÜM 1	1
---------------	---

G R	1
-----------	---

1.1. Problem Durumu	1
---------------------------	---

1.2. Çalı manın Amacı.....	3
----------------------------	---

1.2.1.Alt Amaçlar.....	3
------------------------	---

1.3. Çalı manın Önemi	4
-----------------------------	---

1.4. Çalı manın Sınırlıkları.....	5
-----------------------------------	---

1.5. Tanımlar.....	5
--------------------	---

BÖLÜM: 2.....	6
---------------	---

KURAMSAL ÇERÇEVE VE LG L ARA TIRMALAR .Error! Bookmark not defined.

2.1. Sosyal Medya Kavramı	6
---------------------------------	---

2.2. Sosyal Medya ve Özellikleri	6
--	---

2.3. Sosyal A lar	7
-------------------------	---

2.3.1. Facebook	9
-----------------------	---

2.3.2. Twitter	10
----------------------	----

2.4. Benlik Kavramı	11
---------------------------	----

2.5. Benlik Saygısı Kavramı	11
-----------------------------------	----

2.6. Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı le li kisi.....	12
---	----

2.7. Narsisizm Kavramı	14
------------------------------	----

2.8. Narsisizm ve Sosyal Medya Ba ımlılı ı ...	Error! Bookmark not defined.
--	------------------------------

2.9. Sosyal Medya Ba ımlılı ı, Benlik Saygısı ve Narsisizm Arasındaki İli ki
..... **Error! Bookmark not defined.**

BÖLÜM:3	19
YÖNTEM	19
3.1. Ara tırmanın Modeli	19
3.2. Evren ve Örneklem	19
3.3. Veri Toplama Araçları	22
3.3.1 Ki isel Bilgi Formu	22
3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçe i (SMKÖ)	22
3.3.3. Narsistik Ki ilik Envanteri (NKE)	23
3.3.4. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçe i (RBSÖ)	23
3.3.5. Veri Toplama Süreci	24
3.4. Verilerin Analizi	24
BÖLÜM 4:	26
BULGULAR	26
BÖLÜM: 5	43
5.1. TARTI MA.....	43
BÖLÜM: 6	47
SONUÇ VE ÖNER LER	47
6.1. Sonuçlar.....	47
6.2. Öneriler	47
KAYNAKÇA	50
EKLER	62
ÖLÇEK Z NLER	69
ÖZGEÇM	72
NT HAL ORANI	73
ET K KURUL ONAY FORMU	74

TABLolar D Z N

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Da ılımı	21
Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanma Alı kanlıklarının ncelenmesi.....	22
Tablo 3. Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puanlarına Ait Çarpıklık ve Basıklık De erleri	26
Tablo 4. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puanlarına Ait Betimsel De erler	27
Tablo 5. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları ..	28
Tablo 6. Ya a Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları	29
Tablo 7. Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları.....	31
Tablo 8. E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları.....	32
Tablo 9. Annenin E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları	33
Tablo 10. Babanın E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları	35
Tablo 11. Facebook'u Kullanma Sıklı ına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları	36

Tablo 12. Instagram'ı Kullanma Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Eilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları **38**

Tablo 13. Kendi Foto raflarını Paylaşma Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Eilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları..... **40**

Tablo 14. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Eilimi Puanları Arasındaki İlikilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları..... **42**

KISALTMALAR

KKTC Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

NKE Narsistik Kişilik Envanteri

RBSÖ Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

SMKÖ Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

TRNC Turkish Republic of Northern Cyprus

BÖLÜM 1

G R

1.1. Problem Durumu

Günümüzde sosyal medya, toplumun varlığını sürdürdüğü, kendini geliştirdiğinin dışındaındaki bağlantıları ve ilişkileri gözlemlediği/takip ettiği, ona bağlantılı olan platformlardan biri olarak kendini kanıtlamıştır. İnsanlar sosyal medyayı fikirlerini, bilgilerini, bakış açılarını, taleplerini, inançlarını, bilgilerini, ideolojilerini, çevre tasarımlarını, yaşam tarzlarını, davranış örüntülerini ve "kendilerini" paylaşabilecekleri oldukça geniş bir alan sunmaktadır. Aynı zamanda, sosyal medya insanların eğlenceden sosyalleşmeye, reklamdan tüketime ve çevresel izlemeden zekaya kadar birçok alanda zaman geçirme tercihlerini değiştirmiştir(Baz, 2018). Bu arada, "social networking" ve "social media" terimleri aynı şeyi ifade etmemesine rağmen, ilgili literatürde genellikle birbirinin yerine kullanıldığını belirtilmektedir(Kuss ve Griffiths, 2017).

Sosyal medya kavramını düdüğümüzde aklımıza ilk olarak facebook, twitter, instagram ve snapchat gelmektedir. Bireyler, gün boyunca etkili bir şekilde zaman geçirmek ve meşgul olmak için belirli sosyal alışışimlerini kullanabilmektedirler. Bununla birlikte, sosyal medyanın sık kullanımı; psikolojik dayanıklılık(Soysal, 2016; Cavga, 2019), depresyon(Balcı ve Balolu, 2018; Kuzu, 2019) ve yaşam kalitesi(Balcı ve Koçak, 2017; Türkel, 2018) kavramları ile olumsuz bir etkileşim içerisindedir.

Sosyal medya benlik saygısı kavramı ile de ilişkilidir. Benlik saygısı, kişinin kendini algılamasıyla bağlantılıdır(Yıldırım ve Atilla, 2020). Benlik saygısı çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Sosyal medya kullanımı ise bu faktörlerden biridir. Birçok çalışmada(Aslan, 2020; Soner ve Yılmaz, 2020) sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı arasında bir bağlantı bulunmuştur. Bireylerin sosyal medya yayınlarında aldıkları beğenilerin, takipçilerin ve yorumların sayısı ile benlik saygısı arasında bir bağlantı keşfedilmiştir. Bu raporlara göre; düşük sayıda beğeni, takipçi veya yoruma sahip olmak benlik saygısının azalmasına sebebiyet vermektedir. Gökkaya, Deniz ve Gedik (2020)

tarafından sosyal medya kullanımı ile beden imaj algısı arasında da bir bağlantı kefedilmiştir. Bu çalışmanın bulgularına göre ise, bireyler kendi beden imajları sosyal medyadaki diğer kullanıcılar ile kıyaslamaya eğilimi göstermektedirler. Yapılan bu kıyaslamaların sonunda ise, bireylerin depresif belirtiler, yalnızlık ve düşük benlik saygısı gibi belirtiler gösterebileceğine dair sonuçlar ortaya konmuştur(Kale, 2019).

Narsisizm kişilik özelliği, sosyal medya kullanımıyla bağlantılı bir faktördür. Bireyler, çekiciliklerini ve beğenilme oranlarını değerlendirme için sürekli olarak sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu durum, bireylerin sosyal medya aracılığıyla kendi kimliklerini oluşturmalarına, sosyal medyadaki unsurlara dayalı olarak kişilik özelliklerini şekillendirmelerine ve internete bağımlılık geliştirmelerine yol açabilir(Balcı ve Gargalık, 2020). Öte yandan, sosyal medya insanlar üzerinde psikolojik bir etkiye de sahiptir. Demirtaş'a (2016) göre, sosyal medya kullanıcıları daha iyi görünmek, "cool" olmak, daha çok sevilme ve daha çok beğeni toplamak gibi faktörlere odaklanarak egolarını tatmin etmeye çalışmaktadırlar. Tüm bu özellikler ise narsistik kişilik özelliğine işaret etmektedir. Araştırmaya göre, narsistik kişilik özelliği olan kişilerin sosyal medyayı kullanma ve beğenilerini etkilemeye çalışmaları olasılıkları daha yüksektir(Buffardi ve Campbell, 2008; Ong vd., 2011).

Aynı zamanda, narsisizm ve benlik saygısı üzerine yapılan birçok araştırmadan elde edilen bulgular tartışılmaya devam edilmektedir(DiPierro, Mattavelli ve Gallucci, 2016). Rosenthal ve Holey (2010), narsisizm ile psikolojik sağlık arasında bir bağlantı olduğunu gösteren araştırmaları sorgulamı ve bulguların benlik saygısı ve narsisizm kavramlarıyla bağlantılı olabileceğini öne sürmüştür. Araştırmacılara göre, narsistik kişilik ölçümü, narsistik özelliklerden ziyade benlik saygısını değerlendirmek için kullanılabilir. Benlik saygısı, narsistik kişilik yapısının izleri olan karmaşık bir olgudur(Baumeister vd., 2003). Yüksek benlik saygısı, kişinin tüm benliğini iyimser bir değerlendirmeyle gördüğünü, düşük benlik saygısı kötümser bir değerlendirmeyle gördüğünü göstermektedir(Baumeister vd., 2003). 'Benlik saygısı yüksek olan insanlar beğenilerini doğru bir şekilde değerlendirebilirler yoksa durumu abartıyor

mu?’ gibi endi eler nedeniyle, yüksek benlik saygısı ve narsisizm kavramları birbirleri ile ba lantı içerisindedir(Baumeister vd., 2003).

Yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsistik özellikleri arasındaki ili kinin incelenmesi literatüre önemli bir katkı sa layabilir. Bu çalı manın, bu konuda alana katkıda bulunmasının yanı sıra gelecekteki ara tırmalar için zemin hazırlaması beklenmektedir.

1.2. Çalı manın Amacı

Bu ara tırmada, yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin yordayıcı rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca a a ıdaki sorularda incelenecektir.

1.2.1. Alt Amaçlar

- 1- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 2- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi ya a göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 3- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 4- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi e itim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 5- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi annenine itim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 6- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi babanın e itim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 7- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi Facebook’u kullanma sıklı ına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

- 8- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi Instagram'ı kullanma sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 9- Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi kendi foto raflarını payla ma sıklığına göre sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 10-Sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ili ki var mıdır?
- 11-Sosyal medya kullanımı ile narsistik ki ilik e ilimi arasında anlamlı bir ili ki var mıdır?
- 12-Sosyal medya kullanımı ile benlik saygısını yordamakta mıdır?
- 13-Sosyal medya kullanımı ile narsistik ki ilik e ilimini yordamakta mıdır?

1.3. Çalı manın Önemi

Günümüzün teknolojik geli meleriyle birlikte, psikoloji çalı malarının çabalarını internet ve sosyal medyaya yo unla tırdıkları görülmektedir. İnsan ileti mi, arkadaşlıklar, çevrimiçi arkadaşlık, çevrimiçi oyun kültürü ve insan psikolojisini etkileyebilecek veya ba ımlılı a yol açabilecek çok sayıda alan olu turmu tur.

Son yıllarda sosyal medya giderek popüler bir bo zaman etkinli i haline gelmi tir. Ço u insan, sosyal medya kullanımının sorunsuz oldu unu söylesede bazı kullanıcılar için sosyal medyanın a ırı veya problemlili bir etki olu turdu u görülmektedir. Sosyal medya ba ımlılı ı ortaya çıkardı ı sorunlar göz önünde alındı ında bu iki durumun birbirinden ayırt edilmesi önem arz etmektedir.

Sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsizmin yordayıcı rolü arasında literatürde sınırlı sayıda bulunmaktadır. Narsizmin yordayıcı rolü, benlik saygısı ile sosyal medya kullanım özellikleri arasındaki ili kinin Türk örneğinde ortaya konması önem arz etmektedir.

Bu kapsamda yapılacak olan çalı mada, sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin yordayıcı rolünün ara tırılması gelecekte yapılacak

olan çalı malara da yn verebilecek olması açısından literatüre katkı sa layacaktır.

1.4. Çalı manın Sınırlıkları

1. Çalı manın sınırlıkları, Sosyal Medya Kullanım le i (SMK), Narsistik Ki ilik Envanteri (NKE) ve Rosenberg Benlik Saygısı le i (RBSÖ) ile sınırlandırılmı tır.
2. Ara tırma bulguları, KKTC de okuyan 300  renci ile sınırlıdır.
3. Çalı ma pandemi etkisinden dolayı online ara tırma ile sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Sosyal Medya:Kullanıcıların birbirleriyle gr , hobi ve bilgi iletmelerine izin veren evrimii araçları ve hizmetleri tanımlamak için kullanılan bir ifadedir (Sayimer, 2008).

Benlik Saygısı:Sonunda ula tı ı benlik kavramının onaylanması, kendisini yararlı görüp görmedi ini ve ne derece yararlı oldu unu d nd n yansıtan bir kavramdır(Baumeister vd., 2003; Cücelo lu, 2005; stnda vd., 2007; Karada vd., 2008).

Narsisizm: Bireyin kendi ruhsal ve bedensel benli ine kar ı hayranlık ve ba lılık duyması olarak tanımlanan bu kavramMitoloji sözlü ne göre, Suda kendi yansımasını gören ve ona a ık olan Narkissos'tan (Narkissos Efsanesi) tremi tir(Akt.Alemdar vd., 2017).

BÖLÜM: 2

KURAMSAL ÇERÇEVE VE LG L ARA TIRMALAR

2.1. Sosyal Medya Kavramı

İlk olarak sosyal bilimci Stanley Milgram (1967) tarafından önerilen sosyal medya kavramı, bireylerin internette bağlantılar kurarak iletişim kurmaya başlamasıyla güçlenmiştir (Önalt ve Kılıç, 2008).

Sosyal medya, içerik paylaşımı ve bireysel yorumlar gibi aktiviteler açısından, web kullanıcılarının web üzerinde birbirleriyle konularına izin veren etkileşimli siteleri olarak nitelendirilebilir (Kırtı ve Karahan, 2011).

Başka bir tanıma göre, sosyal medya genellikle mü terilerin verileri, düşünceleri, ilgi alanlarını ve bilgileri paylaşmalarına izin vererek ortaklığı yapan çevrimiçi araçlar ve siteler için kullanılan bir terimdir (Sayımer, 2009).

Sosyal medyayı karakterize ederken Yıler (2009), birincil amacının bireyler, özetler ve bilgi arasındaki ilişkiyi tevik etmek olduğunu ve bu bağlantının yeni yapılarını, sosyal yapıları ve mekanik girişleri güçlendirmeyi amaçladığını belirtmektedir.

2.2. Sosyal Medya ve Özellikleri

Sosyal medya, mü terilerin verileri, düşünceleri, ilgi alanlarını ve bilgileri paylaşmalarına izin vererek ortak bağlantı kuran çevrimiçi araçlar ve siteler için genel olarak kullanılan bir terimdir (Sayımer, 2008). Sosyal medya, açık siteler tarafından verilerin, çeşitli bakı açılarının / duyguların ve karışmaların paylaşımını güçlendiren ve web dünyasını hayatımıza hızla yerleştiren bir uygulama alanıdır (Weinberg, 2009). Kendi adına bir medya olmasına rağmen, çevrimiçi medyanın geleneksel medyaya kıyasla beklenmedik vurguları vardır. Yaratıcılığını yapan temel karışıklık, herkesin

çevrimiçi medyanın özünü anlayabilmesi, yorum yapabilmesi ve katkıda bulunabilmesidir (Scott, 2010).

Sosyal medya, en kapsamlı seviyeyi paylaşan ve başka bir çevrimiçi medya türü olarak sunan ve eylem eden önemli noktaları içeren en güncel dü üncelerden biridir ve a a ıdaki özellikleri içerir (Mayfield, 2010; Akt. Vural ve Bat, 2010).

Üyeler: Sosyal medya üyeleri güçlendirir ve meraklı olan her üyeden geri bildirim alır.

Açıklık: Ço u sosyal medya yönetimi, ele tirlere ve üyelere açıktır. Bu servisler, oylama, açıklamalar ve veri paylaşımı gibi konularda zihinsel dayanıklılığı güçlendirir. Bunlar nadiren ulaşımı engellemeyoluna giderler.

Konuma: Geleneksel medya sadece yayınlama (izleyiciye içerik iletimi veya veri iletimi) ba lantılıyken, sosyal medya iki yönlü konuma izin vermesi açısından daha iyidir.

Toplum: Sosyal medya, a ların hızlı ve ba arılı bir şekilde çerçevesine izin verir. Bu nedenle a lar, özde le tiklerini, örne in en sevdikleri foto rafları, politik nitelikleri, en sevdikleri TV ovlarını paylaşırlar.

Ba lantılık: Ço u sosyal medya türü ba lantılı i ler gerçekleştirir; farklı sitelere, ara tırmaya ve bireylerin meraklı oldu u herhangi bir temaya ba lanmasına izin verir.

2.3. Sosyal A lar

Boyd'a göre, "sosyal yazılım" bir gelişmeyle ilgilidir, sadece temel bir perspektifteki teknolojilerle ilgili değildir. Bahsedilen bu durum web tabanlı hayatı planlarının bitti ini , bireylerin ba kalılarıyla ve bilgilerle kolayca i birli i yapmasına izin veren bir dönemin ba ladı ını kabullenmekle ilgilidir. A ın geni bantlı bir iletim kanalının daha ötesinde bir ey oldu unun ve kullanıcılar tarafından üretilen tüm içeriklerin önemli olabilece inin kabul edilmesiyle ba lantılıdır. Aslında, ortada teknoloji ile ilgili de il, tutumla ilgilidir

yenilik vardır. Bu durumda, Boyd'un da belirttiği gibi, sosyal yazılım üç samsasyonel de i iklik getirmi tir. Bunlarteknolojiyi planlamaya, ilgiyi yaymaya ve bireylerin davranı larını de i tirmeye yöneliktir (Boyd, 2007a).

Sosyal a ların bir uzantısı olan sosyal medya; zaman ve mekân, varlık ve yokluk, sanal ve gerçek, kontrol ve özgürlük, özel ve kamusal, bireysel ileti im ve kitle ileti im arasındaki sınırların keskinli ini azaltmaktadır. Sosyal medya, günlük hayatın sayılamayan birçok bölümünü yansıtır, yüceltir ve karma ıkla tırır. Bireylerin medyaya müdahale eden faaliyetlerininin la mı olan toplumlarda, sosyal medya hem fark edilir hem de anla ılmaz oldu undan bir "görünürlük muamması" ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya, "kim, nerede ve ne zaman" sorularını cevaplamayı zorla tırmakta;gerçek ve hayali seyirciyibirbiriyle karı tırmaktadır (Baym ve Boyd, 2012).

Bir sosyal a sitesi; üyelerin kendisi, farklı üyeler ve sistem tarafından verilen bilgilerden olu an özelle tirilmi profillere sahip olabilece i, arkadaş ılıklarını açık bir ekilde payla abildi i vesitedeki kaynakları tarafından verilip kendisinin düzenlenlemi oldu u içerik akı ıyla etkile ime girebilece i "a la tırılmı ileti im platformu"dur (Ellison ve Boyd, 2013). Boyd'a göre, "sosyal a siteleri" terimi; "sosyal a la ma", sosyal a la ma siteleri" "sosyal a lar" ve "çevrimiçi sosyal a lar" terimlerinden daha do ru bir terim olacaktır. Çünkü bu terim, bu sitelerin insanların halka açık arkadaş ılık balantılarını gösteren bir yer oldu unu en do ru ekilde ifade etmektedir. Bu özellik, sosyal a sitelerini geçmi teki çevrimiçi etkile im ortamlarından ayırırken; "sosyal a sitesi" terimi, fiil olarak "a la ma" eyleminin tersine, isim olarak "a "ın rolüne vurgu yapmaktadır. Bu yeni tanım, sosyal a sitelerinibir ileti im platformu olarak konumlandırır ve üretilen içeri in bir akı ta payla ılmasının öneminin altını çizer (Ellison ve Boyd, 2013). Geçmi teki örneklerinin aksine, sosyal a siteleri profiller yerine daha çok medya hedeflisiteler haline gelmi tir. Naaman, Boase ve Lai (2010) bu akı ları "sosyal farkındalık akı ları" olarak adlandırmı tır (Ellison ve Boyd, 2013).

Sosyal a siteleri, bireylerin üyeler tarafından düzenlenen içerikleriinteraktif olarak birbirlerine aktarabildikleri yerler olarak karakterize edilebilir. Bu içerikler, arkadaş lar arasında olu turulan a içerisinde; ki sel veriler (profil),

web siteleri ve konuma listeleri aracılığıyla gönderilmektedir (Yaşar, 2011). Facebook ve Twitter, diğer sosyal medya kuruluşlarına göre en fazla üye sayısına sahip sosyal medyalardır.

2.3.1. Facebook

Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulan Facebook sosyal medya ağı, ilk başta Harvard'daki öğrenciler ile sınırlıydı; ancak bir süre sonra farklı okullara, kolejlere, üniversite ve liselere daha sonra da dünyanın her yerindeki insanlara açılmıştır (Carlson, 2011). Facebook'u akademik dünyanın dışındaki kullanıcılara açmak, üye profilini de i tirmiş buna ek olarak da, insanların sosyal ağ kullanma konusundaki motivasyonlarını de i tirmiştir (Joinson, 2008). En son rakamlar, Facebook'un 800 milyondan fazla üyesi olduğunu göstermiştir (Facebook.com, 2011).

Medya tarihindeki farklı araçlarla karşılaştırıldığında, Dünyanın en büyük sosyal ağının yayılma oranı çok olmaktadır. Örneğin; 50 milyon kullanıcıya radyo 38 yılda, TV 13 yılda, web 4 yılda ve iPod 3 yılda ulaşmıştır. Facebook ise sadece 9 ayda 100 milyon kullanıcıya ulaşmıştır (Qualman, 2009). Alexa .com'un Nisan 2011 verilerinde belirtildiği gibi; Facebook, Google arama motorundan sonra en çok ziyaret edilen site konumundadır. Facebook'a yapılan ziyaretlerin büyük çoğunluğu (% 25) Amerika Birleşik Devletleri'nden gerçekleşmektedir. Hindistan% 6,8 ile ABD'nin ardından en dikkat çekici ziyaret sayısına sahip ülke konumundadır. Türkiye% 2'lik ziyaretçi sayısı oranı ile sayısız ülkenin önünde yer almaktadır (Alexa.com, 2011).

Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencileri için 2004 yılında kurulmuşken daha sonra Boston çevresindeki okulları da kapsama alanına almıştır. İki ay içinde tüm Ivy Lig okullarını ve ilk yıl içinde de Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okulları kapsamıştır (Yaşar, 2011). Bugün Facebook'un 500 milyondan fazla üyesi vardır. Bu üyelerin yarısı ise her gün Facebook'ta aktif olmaktadır. Her üyenin yaklaşık 130 arkadaşısı vardır. Üyeler

Facebook'ta her ay 700 milyar dakika geçirirken, 200 milyon üye Facebook'u cep telefonlarından takip etmektedir (Aksu vd., 2011). 2011 yılının istatistiklerine göre, Facebook'ta 900 milyondan fazla grup, sayfa, etkinlik ve topluluk sayfası vardır. Standart bir Facebook kullanıcısı, her ay 90'dan fazla içerik paylaşımı yapmaktadır. Tüm kullanıcılar tarafından sistemde her ay 30 milyara yakın içerik (web bağlantıları, haberler, blog girişleri, notlar ve fotoğraflar koleksiyonları) paylaşılmaktadır (Facebook.com, 2011). Site, üyelerine yeni arkadaşlar edinme, fotoğraflarını ve düşüncelerini paylaşma ve kendi bilgilerini sunma imkanı vermektedir. Ücretsiz olan site, gelirini sponsorlardan ve reklamlardan karlılamaktadır.

2.3.2. Twitter

Twitter, 2006 yılında piyasaya sürülen ve kullanıcıların "tweet" olarak bilinen 140 karakterlik mesajlar göndermelerini sağlayan bir yazılımdır (Bayraktutan vd., 2012). İnsanların twitter'ı kullanma sebepleri,

- Sohbet etme özelliği (telefonda kısa konuşma gibi, ancak tek bir kişiye veya web sayfası arayüzüne bağlıdır)
- Dayanılmaz ve derinleşme imkanı sağlama (belirli kullanıcılarla)
- Kendini ifade etme ve iletişim için fırsatlar sunması (blogging benzer)
- Durumu gözden geçirme ve düzenleme
- Haber ve bilgi paylaşımı
- Reklam ve pazarlama (yer, ilgi alanı ve bağlantılarla ilişkili olarak) eklende sıralanabilir (Akt. Bayraktutan vd., 2012).

2.4. Benlik Kavramı

Benlik kavramı, bir kişinin kendisi hakkındaki düşüncelerini, duygularını ve bakış açılarını ve kim olduğunu değerlendirilmesini ifade eder (Kariman, 2005; Karada vd., 2008). Böylece benlik kavramı, insanların kendilerini anlama ve anlama aracı olarak nasıl algıladıklarını ve yargıladıklarını açıklar. Bireyin gelişimi yaşı boyunca devam eder ve birey kendini algıladıkça daha da büyür. Deneyimler kendi içinde tasvir edildiğinde, kendini inandırma ve tanımlama eğilimi ortaya çıkar. Belirsizlik için, ideal benlik ile gerçek benlik arasında bir tutarlılık olmalıdır. İdeal benlik, bir insanın ne olması gerektiğidir, gerçek benlik ise bir insanın gerçekte nasıl görüldüğü ile tanımlanır. Bu iki benliğin örtüşmesi ne kadar fazla olursa, insanlar kendilerini o kadar kararlı ve kendinden emin olarak görürler (Altunay ve Öz, 2006).

Benlik kavramı, kendini keşfetmenin ilgisiz skolastik benlik ve bilimsel olmayan benlik olarak ayrılır. Matematik, astronomi ve belirsiz lehçeler bilimsel benlik düşüncesinin alanları arasındadır. Bilimsel olmayan benlik kavramı ise üç kategoriye ayrılır: sosyal, tutkulu ve gerçek. Gerçek benlik, gerçek kapasitede ve gerçek varlıkta izole edilir. Bunun yanında Çok boyutlu ve çok seviyelendirilmiş sistemlere işaret eden teoriler de vardır (Cevher ve Innovation, 2006).

2.5. Benlik Saygısı Kavramı

Benlik saygısı ve benlik, kapsam bakımından ayrı unsurlar olmasına rağmen yakından ilişkili kavramlardır. Benlik kavramından zevk alınır ise benlik saygısı kavramı da uyarılır. Benlik saygısı, bireyin önemli olup olmadığını veya ne kadar önemli olduğunu ileten bir öz değerlendirme durumudur (Baumeister vd., 2003; Cücelo lu, 2005; Üstünda vd., 2007; Karada vd., 2008). Benlik saygısı başka bir tanıma göre bir kişinin zihinsel benliği ile ideal benliği arasındaki farkın değerlendirilmesidir. Bireyin kendini nasıl gördüğü ile ne olması gerektiği arasındaki fark o kişinin benlik saygısı düzeyini belirler (Pikin, 2003).

Benlik saygısı, bir kişinin kendini değerli görüp görmediğini veya kendini ne kadar değerli bulduğunu gösteren bir kavramdır. Bu, bireyin kendini algıladığı ve kabul veya reddetme beklentilerinin bir sonucudur. Benlik saygısı hem özlenen bir kavram hem de yaşam boyu bir uygulamadır. Bireyin özerkliğe ulaşması, mutlu bir yaşam sürmesi, anlamlı faaliyetlerde bulunması, başarılarıyla etkili ve sık etkileşimde bulunması, yüksek düzeyde uyum sağlaması, değer sistemleri oluşturması, başarılı olması ve geleceğe doğru hazırlanması için benlik saygısı gereklidir (Erdoğan vd., 2009).

2.6. Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı ile İlişkisi

Özçekimler ve sosyal medyada özçekimler yayınlamak, sosyal medya kullanıcıları arasında giderek daha popüler hale gelmektedir (Pittman ve Reich, 2016). Özellikle Instagram, gençlerin özçekimlerini paylaşmaları için en popüler sosyal medya sitesidir (Hu ve Kambhampati, 2014; Jang, Han, Shih ve Lee, 2015). Olumlu sözler insanların benlik saygısını artırır, kendilerini daha iyi hissettirir ve daha az yalnız hissetmelerine yardımcı olur (Bazarova, Choi, Schwanda Sosik, Cosley ve Whitlock, 2015). Güçlü benlik saygısı olan insanlar kendilerini başarılarıyla karşılaştıklarında, kendilerini daha iyi ve daha yüksek olarak algırlar. Kendileri hakkında daha olumlu bir görüşe sahip olsalar bile, diğer insanların görüşleri hakkında endişeleniyorlar (Gentile vd., 2012). Sosyal ağ sitelerinde, insanlar çok sayıda arkadaşına sahip olmak isterler (Gentile vd., 2012). Çünkü bu, insanların benlik saygısını artırır ve onlara daha fazla beğeni ve popülerlik sağlar (Greitemeyer, Mugge ve Bollermann, 2014).

Wang, Yang ve Haigh (2017) çalışmalarında sosyal medya gösterimi ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmaya toplam 275 kişi katılmıştır. Çalışma, sosyal medya kullanıcıları tarafından sosyal medya hesaplarına resim yüklemenin insanların benlik saygısı, popüleritesi ve yaşam doyumu ile bağlantılı olduğunu keşfetmiştir. Gösterilen bu hep böyle olur, diğer insanların profillerini bir benlik saygısı düşürür görünümü bir benlik saygısı, ama hareket artırır izleniyormuş hissi. Ayrıca,

ara tırmaya göre, yüksek popülarlik gereksinimlerine sahip olanların, sosyal medya izleme davranı larından dü ük popülarlik gereksinimlerine sahip olanlardan daha fazla etkilenme olasılı ı daha yüksektir.

Wang ve arkadaş larının ara tırmasına ek olarak,Joinson (2004), insanların yüz yüze ve sosyal medyada geli tirdikleri ileti im ve benlik saygısı arasındaki ba lantıyı incelemi tir. Çalı ma, 209 kadın ve 56 erkek olmak üzere 265 katılımcının katılımını sa lamı tir. Katılımcılar ortalama 34.7 ya ındaydı. Çalı manın bulgularına göre, dü ük benlik saygısı olan ki iler, internet üzerinden güçlü benlik saygısı olan insanlardan daha fazla metin yazmayı tercih ediyorlar. Yüz yüze ileti imin dü ük benlik saygısı olanlar için zor oldu u kanıtlanmı tir.Sonuç olarak, çe itli internet kullanıcıları ve insanlar internet kullanımlarının bir sonucu olarak farklı derecelerde zevk verirler. İnsanların duygularının, ya amdan beklentilerinin ve ya am biçimlerinin, dolaylı veya do rudan sosyal medyadan etkilendi i kanıtlanmı tir.

Bir ba ka benlik kavramı tanımı ise "bireyin kendisini ve farklı niteliklerini olumlu ya da olumsuz olarak nasıl gördü üne dair bireysel kararlar" eklindedir (Çankaya, 2007). Benlik, bireyin çevresiyle (aile, e itim, arkadaş lar, vb.) ba lantılıdır.

Sosyal benlik aile,arkada ve toplumun di er üyeleriyle ba lantı kurma, ba kalarından soru alma, ili kileri ba latma, sürdürme ve sona erdirme, sorunlarla ba a çıkma ve alternatifler bulma, topluluklarda çalı ma, ba kalarını destekleme ve için olumsuz duygularla ba a çıkmak için ba kalarından yardım alma davranı larını içermektedir(Yürük, 2003). Özetle sosyal benlik, bir bireyin insanların onu nasıl gördü ü ve yargıladı ı hakkındaki algılarıdır (Pakkal, 2007). Bazı gençler popülarliklerini artırmak için sosyal medyayı kullansalar da bazıları sosyal medyayı sınırlarından kurtulmak için bir fırsat olarak görmektedirler. Gençlerin sosyal a ları kullanması sosyal benlik saygısı ve genel sa lı ı üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Olumsuz geri bildirim sosyal benlik algısı ve sa lık üzerinde olumsuz bir etkiye neden olurken yapıcı geri bildirim sosyal benlik algısı ve sa lık üzerinde olumlu etkileri olmaktadır (Peterson, 2008).

2.7. Narsisizm Kavramı

Özseverlik anlamına gelen narsisizm kendi fiziksel ve ahlaki benliklerine karşı duyulan hayranlık ve baskıdır (www.tdk.gov.tr)Narsisizm terimi Yunan mitolojisi kökenlidir (Çakmak, 2018). Mitoloji sözlüğüne göre bu terim, sudaki yansımasına karşılık olan Narkissos (Narkissos efsanesi) ile ortaya çıkmıştır(Akt. Alemdar vd., 2017).

Narke kelimesi etimolojik olarak narsisizm (duyarsızlık) terimiyle bağlantılıdır. Bu anlamda narsisizm, benmerkezcilik, kibir ve gönül rahatlığı gibi özelliklerin yanı sıra karşılayıcı ve abartılı görüşlere sahip olmayı da kapsar (Twenge ve Campbell, 2015; Akt. Sinekler ve Konal, 2018). Narsisizm aynı zamanda bireyin iddialı ve kibirli kabulünü de ifade etmektedir (Gençtan, 2010).

Narsisizm kavramı uzun ve anlamlı bir tarihe sahiptir. Yunan mitolojisinde narsisizm kelimesi, denizde kendi yansımasını gördükten sonra ona karşılık olan Narkissos'tan türemiştir. Narkissos, nehirdeki yansımasına karşılık oldu ve hayatının geri kalanını onu gözlemleyerek geçirdi (Türk Dil Kurumu, 2009). Ona karşılık olan Narkissos, onu çok sevdi sonra, hiç kimse görmedi, ve sudaki yansımasına da ona olan hayranlığını bakıyordu çünkü hayatının geri kalanını geçirdi, terim "narsisizm" benzer bir şekilde davranan insanları tanımlamak için icat edildi, ve rahatsızlık kaynağı oldu ve psikolojik literatürde belgelenmiştir.

2.8. Narsistik ve Sosyal Medya kullanımı

Kohut (1968), "kişilik yapısı" olarak tanımladığı narsisizm hakkında ilk yazan kişiydi (Kernberg, 1967). Güney (1998) narsistik kişiliği, bir kişinin fiziksel ve psikolojik özelliklerine karşı benlik saygısı ve hayranlığı olarak tanımlar. Narsisizm, Otto Rank tarafından cinsel öz sevginin yanı sıra kibir ve öz hayranlıkla ilişkilendirilmiştir (Atay, 2010). Narsistik kişilik bozukluğu olan ve kişilik kurmakta ve diğer insanların duygularına karşı duyarlılığı korumakta zorluk çeken, ilgi arayışında meşgul olan, değersizlik duyguları ve kendini beğenimi altında yoğunlaştıran insanların ifade edildiği görüşünü reddeden insanlar olarak ifade edilmektedir(Kohut, 1968). Bazı araştırmacılar

narsisizmi normal veya sağlıklı bir kişilik özelliği olarak görürken, Di erleri bunu patolojik bir durum olarak görmektedir. Narsisistik kişilik özelliklerinin her zaman olumsuz sonuçları olmadığını ve bu özelliklerin küçük miktarlarda da olsa her insanın doğasında bulunabileceğini belirtilmiştir. Bir kişinin ruh sağlığı üzerinde olumlu bir etkisi olabilecek bu kişilik özelliklerine "normal narsisizm" denir (Rozenblatt, 2002; Foster, 2007; Pincus vd., 2009).

Sosyal medya, gerçek dünyadan daha farklı bir alanı temsil etmektedir. Sosyal medya zaman, hız ve mekan kavramları açısından gerçek dünyadan farklı bir dünyayı temsil etmektedir. Bu durum kullanıcıyı hiç bitmeyen bir akılla dahil ederek sürekli olarak aktif tutmaktadır (Alanka ve Cezik, 2016). Bununla beraber bireyde kişisel yaşamın ihmali, duygusal kaygı, kaçınma, ruh hali değişimleri ve azalmış hoşgörü davranışları gibi belirtiler de artı gözlemlenmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Amerika Birleşik Devletleri'nde (2010) yapılan bir ankete göre bireylerin sosyal ve psikolojik yaşamları kontrolsüz sosyal medya kullanımından zarar görmektedir (The Time, 2010). Sosyal medya bağımlılığının yaygınlığı yaşlı ve genç bireylerde karşılaştırıldığında gençlerde daha büyük bir yaygınlığına sahip olduğu ifade edilmiştir (Chao lin vd., 2012).

2.9. Benlik saygısı, Sosyal Medya bağımlılığı ve Narsistik ile ilgili Araştırmalar

Sosyal medyadaki takipçi sayısı arttıkça öfret ve kendini öne çıkarma isteğinde artış meydana gelmektedir. Çağımızda geleneksel toplumun sosyal üyesi sona erdiğinden bireyler daha yalnız hale gelmektedirler. Bireyler bu durumda yalnızlık duygularını hafifletmek için sosyal medyadaki arkadaşlarının sayısına sığınmaktadırlar. Sonuç olarak birey çevresindeki insanlardan uzaklaştıkça içe dönüş yaparak benlik saygısını oluşturmaktadır. Ve sosyal medya bireye kendisini değerli bulma ve kendini sevme duygusu vermektedir (Alanka ve Ceza, 2016). Narsisizm olan kişi kendinin hayranıdır, bencik bir kişilik yapısı ve çevresindeki insanları görmez; etrafındakileri sürekli ilgilendirmelerini ve güzelliğini onaylamak durumunda bırakmaktadır. Gerçekten böyle olmasalar bile, narsisistik insanlar çevrelerindeki

di erlerinden daha özel, önemli, parlak ve yetenekli olduklarını hissettirdiler. (Twenge ve Campbell, 2010). Ve bu tarz dü ünceleri sosyal medyada da davranı olarak yansıtmaktadır. Di er taraftan yalnız kalmı ve kendilerini ifade etmekte zorluk yaayan bireyler de sosyal medya gibi platformlarda olmadıkları biri gibi davranıp kendilerini gizleyebilmektedirler (Kurtaran, 2008).

Web 2.0 teknolojisi aracılı ıyla ileti imi ve payla ımı artırarak yüz yüze ileti imin gereklili ini ortadan kaldırmı olan sosyal medya kanalları günümüzde insan yaamında önemli bir yere sahiptir. Bu yeni medya kanalları ki ilerin kendilerini arzu ettikleri gibi yansıtabilecekleri ve ba kaları tarafından izlenebilecekleri bir ortam olu turmaktadır.Kullanıcı sayısı hızla artmaktaolan sosyal medya platformlarının insanlar üzerindeki yansımalarının ara tırılması bu sebeple önem kazanmaktadır (Çakmak, 2018).

Facebook, nstagram gibi dünyaca ünlü sosyal medya sitelerinin hizmete girmesi sonucu ortaya çıkmı olan yeni payla ım ve ileti im alanları özellikle internetin günlük yaamda yaygınla masıyla birlikte yeni dü ünce tarzlarını de beraberinde getirmi tir (Mehdizade, 2010).

Tüm dünyada ve Türkiye’de giderek daha popüler hale gelen sosyal medya platformlar üzerinde özellikle sosyal bilimler alanında birçok çalı ma yapılmı tır. Sosyal medyanın yaygın kullanımı ile çe itli psikolojik etkiler de ortaya çıkmaktadır(Mehdizadeh, 2010).Ara tırmaya göre, sosyal medya kullanıcılarının narsisizm, dü ük benlik saygısı, utangaçlık, kendini Tanıtma ve yalnızlık gibi özelliklere sahip oldukları gösterilmi tir.Aynı zamanda kullanıcıların narsistik karakter özelliklerine ve sosyal olarak yalnız kalmaya e ilimli oldukları görülmü tür. Ayrıca nevroitiklik, yalnızlık, utangaçlık ve narsisizm gibi bazı ki ilik özelliklerinin sosyal medya kullanım düzeyi gibi belirli özelliklere sahip tercihleri etkiledi i gösterilmi tir (Ryan ve Xenos, 2011). Narsisizm ise bahsi geçen boyutlar içerisinde en çok dikkat çeken ki ilik özelli didir (Mehdizadeh, 2010).

Sosyal medyaya ba ımlı olan bireyler bu platformları etkile im, memnuniyet ve e lence duygularını daha sık deneyimlemek için kullanmaktadırlar. Bu ba lamda yapılmı olan ara tırmalar anlamlı bir ili ki oldu unu belirtmi lerdir(Yang ve Tung, 2004). Bireylerinba kalarıyla etkile ime girdiklerinde kendilerini yüceltme e ilimi gösterdikleri ve bu hedefle sahip oldukları olumsuz özellikleri de il olumlu özellikleri ön plana çıkardıkları bilinmektedir (Taylor vd., 2003).

Narsisizm ve benlik saygısı (Besser ve Priel, 2009; Besser ve Priel, 2010, Tazegül, 2013; Üzümcü, 2016) sosyal medya kullanımı, narsistik ki ilik özellikleri, ve benlik saygısı arasındaki ili ki üzerine bir ara tırma olmu tur. Aynı zamanda, internet ba ımlılı ının bili sel ve psikolojik sa lık etkilerini destekleyen ara tırmalar tamamlanmı tır. Örne in bir çalı ma, internet ba ımlılı ı ile dü ük benlik saygısı, umutsuzluk ve saldırganlık arasında bir ba lantı oldu unu iddia etmektedir (Wu, Cheung, Ku ve Hung, 2013; Ko vd., 2014; Lu ve Yeo, 2015). Bir yandan, nternet basit bireylerin bilgiye eri im sa layarak bu tür problem çözmeye, yaratıcılık, ele tirel dü ünme becerilerini geli tirme kolayla tırır (Berson'un ve Berson'un, 2003), di er yandan da kontrol ve (Berson'un ve Berson'un, 2003) amaçlı a ırkı kullanım nedeniyle insanların kendi yeteneklerini geli imini engellemektedir (Colwell ve Kato, 2003).

Narsisizm do al veya patolojik olarak sınıflandırılmaktadır. Normal narsisizm çevresiyle uyumlu olan, kendine de er veren ve kendine güveni yüksek olan bir ki iyi tanımlarken patolojik narsisizm ba kalalarının fikirlerine önem vermeyen, kendinden çok emin olan, kendini a ırkı önemseyen bir tutum ile karakterizedir. Ba ka bir deyi le patolojik narsisizm, benlik saygısının fazlalı ı olarak tanımlanabilmektedir. Sonuç olarak patolojik narsisizme sahip insanlar kendilerini öven, ba kalalarını küçümseyen, onlara hakim olmak isteyen ve güç ile sevgiye gere inden fazla ihtiyacı olan için ki iler olarak kendilerini belli etmekte idiler (Özsoy ve Ardıç, 2017).

Narsisizm ve sosyal medya kullanımı arasındaki ili kiyi ke fetmeyi amaçlayan ara tırmalardan birini gerçekle tiren Buffardi ve Campbell'a (2008) göre, sosyal medya sitelerini aktif olarak kullanan insanlar daha

narsisistik karakter e ilimleri sergiledi ini berlitmi tir. Buffardi ve Campbell, ara tirmalarının bir sonucu olarak narsisizm ve sosyal medya kullanımı arasında olumlu bir ili ki bulmu tur. Mehdizadeh (2010), York Üniversitesi'nde narsisizm ve benlik saygısı üzerine çalı ma yapmak için 18-25 ya ları arasındaki 100 Facebook kullanıcıasını kullanmı tır. Bulgulara göre, narsisizm puanları yüksek olan ki ilerin Facebook'ta daha aktif oldu u gösterilmi tir. Bu bulgulara bakıldı ında, narsisizmin sosyal medya kullanımının güçlü bir belirleyicisi oldu unu göstermektedir.

Bergman vd. (2011) narsistik davranı ı gösteren ve sosyal medya arkada sayısı çok olan bireylerin narsist olmayan bireylerden daha fazla kullandıklarını belirtmi tir. Sosyal medya kullanımında arkada sayısı ile narsistik arasında ili ki oldu unu belirtmi tir.Örnekleme Facebook kullanan 18-65 arasındaki kolej ö renciler ve kadınlar olan bir di er ara tırmanın sonucunda da Facebook kullanımının narsisizm davranı ında büyük bir yordayıcı oldu u bulmu tur(Carpenter, 2012).

Ba ka bir çalı mada, narsisizm ile insanların Facebook'u kullanma sıklı ı arasında bir ili ki bulunmu tur. Aynı çalı maya göre, Facebook arkadaşlarının sayısı ve narsisizm düzeyi pozitif anlamlı bir ili kiye sahip oldu u belirtmektedir(McKinney vd., 2012). Pettijohn vd. (2012) Facebook kullanımı ile narsisizmin ki ilik özelli i arasında bir ili ki oldu u belirtmi tir.

BÖLÜM:3

YÖNTEM

3.1. Ara tırmanın Modeli

Bu ara tırma sosyal medya kullanımının ve benlik saygısıyla arasındaki ili kinin; narsisizmin aracı rolü üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla nicel ara tırma desenlerinden ili kisel tarama modeli kullanılmı tır. Karaku (2011) 'in, ara tırmada tarama modellerinden ili kisel tarama modelleri; iki ya da daha fazla de i ken arasında bu de i kenlerin birbirleriyle ili kisini ortaya koymak için uygulanan nicel ara tırma yöntemlerinden biri oldu unu söylemektedir.

3.2. Evren ve Örneklem

Ara tırmanın evrenini, KKTC de ikamet eden bireylerden olu turmu tur. Ara tırmanın örneklemini ise 2020-2021 ö retim yılında KKTC de Üniversite'de ö renimine devam eden ve rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 300 katılımcıdan olu maktadır. Basit rastgele örnekleme de denilen tesadüfi örneklemede, evrendeki ö elerin her olası birle iminin, örneklem içinde yer alması için e it bir ihtimali vardır (Kerlinger ve Lee, 1999). Ara tırmada veri toplama aracı olarak anket sistemi uygulanmı ve gönüllülük usulüne dayanarak uygulama gerçekte tirilmi tir. Katılımcılara ait betimsel bilgiler Tablo 1 ve Tablo 2'de sunulmu tur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

		F	%
Cinsiyet	Kadın	175	58,3
	Erkek	125	41,7
Yaş grubu	18-24	190	63,3
	25-31	79	26,3
	32 ve üzeri	31	10,3
Medeni Haliniz	Evli	38	12,7
	Bekar	262	87,3
Eğitim Durumu	Lisans	228	76,0
	Yüksek Lisans	72	24,0
Annenin eğitim durumu	İlkokul	122	40,7
	Ortaokul	42	14,0
	Lise	89	29,7
	Lisans ve lisansüstü	47	15,7
Babanın eğitim durumu	İlkokul	76	25,3
	Ortaokul	46	15,3
	Lise	90	30,0
	Lisans ve lisansüstü	88	29,3
	Toplam	300	100,0

Tablo incelendiğinde, katılımcıların %58,3'ünün kadın, %41,7'sinin ise erkek olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük bir oranı (%63,3) 18-24 yaş grubunda yer almaktadır. Evli olan katılımcıların oranı %12,7'dir. Lisans mezunu katılımcıların oranı %76, yüksek lisans mezunu katılımcıların oranı ise %24'tür. Katılımcıların annelerinin %40,7'si ilkokul, %14'ü ortaokul, %29,7'si lise ve %15,7'si lisans ve lisansüstü eğitim mezunudur. Katılımcıların babalarının %25,3'ü ilkokul, %15,3'ü ortaokul, %30'u lise ve %29,3'ü ise lisans ve lisansüstü eğitim mezunudur.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanma Alı kanlıklarının ncelenmesi

		f	%
Facebook'u kullanma sıklı ı	Nadiren	190	63,3
	Bazen	72	24,0
	Sık sık	30	10,0
	Her zaman	8	2,7
Instagram'ı kullanma sıklı ı	Nadiren	15	5,0
	Bazen	32	10,7
	Sık sık	170	56,7
	Her zaman	83	27,7
Ne sıklıkla kendi foto raflarınızı payla ırsınız?	Nadiren	98	32,7
	Bazen	159	53,0
	Sık sık	40	13,3
	Her zaman	3	1,0
Instagram'da foto raf payla ma sıklı ı	Nadiren	24	8,0
	Bazen	223	74,3
	Sık sık	46	15,3
	Her zaman	7	2,3
Facebook ve Instagram'a çe itli nedenlerden dolayı giremedi im zamanlarda kendimi kötü hissedirim.	Nadiren	153	51,0
	Bazen	114	38,0
	Sık sık	27	9,0
	Her zaman	6	2,0
Facebook ve Instagram'a giremedi im zamanlarda sosyal çevremde olup biten olayları kaçırmı gibi hissedirim.	Nadiren	110	36,7
	Bazen	140	46,7
	Sık sık	39	13,0
	Her zaman	11	3,7
	Toplam	300	100,0

Tablo incelendi inde, katılımcıların büyük bir oranının (%63,3) Facebook'u nadiren kullandı ı anla ılmaktadır. Katılımcıların büyük bir oranı Instagram'ı sık sık (%56,7) ve her zaman (%27,7) kullanmaktadır. Katılımcıların kendi foto raflarının daha çok nadiren (%32,7) ve bazen (%53) payla tı ı gözlenmi tir. Katılımcıların büyük bir oranı (%74,3) bazen foto raf payla tı ını belirtmi tir. Katılımcıların %51'i nadiren, %38'i bazen, %9'u sık sık ve %2'si her zaman Facebook ve Instagram'a çe itli nedenlerden dolayı

giremedi i zamanlarda kendini kötü hissetti ini ifade etmi tir. Katılımcıların %36,7's nadiren, %46,7'si bazen, %13'ü sık sık ve %3,7'si her zaman Facebook ve Instagram'a giremedi i zamanlarda sosyal çevrelerinde olup biten olayları kaçırdı ını hissetmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Katılımcılarından ki isel bilgilerini elde etmek için demografik veri formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçe i (SMKÖ), Narsisistik Ki ilik Envanteri (NKE) ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçe i (RBSÖ) kullanılmı tır. A a ıda daha fazla bilgi içeren veri toplama araçlarının bir listesi sunulmu tur.

3.3.1 Ki isel Bilgi Formu

Ara tırmacı tarafından olu turulan ve uygun görülen bu formda katılımcıların ya , cinsiyet, e itim durumu, medeni hali, anne ve babanın e itim durumu, faceook'u ne kadar sıklıkta kullandı ı, instagram'ı ne kadar sıklıkta kullandı ı, ne sıklıkla kendi foto raflarınızı payla tı ı, instagram'da ne sıklıkla kendi foto raflarınızı payla tı ı, facebook ve instagram'a çe itli nedenlerden dolayı giremedi im zamanlarda kendimi kötü hissederim ve facebook ve instagram'a giremedi im zamanlarda sosyal çevremde olup biten olayları kaçırmı gibi hissederim dair toplam 13 soru yer almaktadır.

3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçe i (SMKÖ)

Deniz ve Tutgun-Ünal (2019), bu çalı mada kullanılan "sosyal medya kullanım ölçe i (SMKÖ)" geli tirmi tir. SMKÖ iki alt ölçe e ayrılmı tır: "süreklilik "ve " yetkinlik". Bir ki inin sosyal medya kullanımındaki süreklilik boyutu ile ölçülür. Yetkinlik, bir ki inin sosyal medyada ne kadar yetkin oldu unu ölçen bir boyuttur. Her alt ölçe in dört ö esi vardır ve sekiz maddesi olan, bireyin sosyal medya kullanım düzeyini belirlemektedir. SMKÖ be li likert türünde olup "benim için hiç uygun de il", "benim için az uygun", "benim için orta düzeyde uygun" , "benim için çok uygun" ve "tamamen benim

için uygun" seçenekleriyle bir likert ölçe idir. Ölçe in Cronbach iç tutarlılık katsayısı 0.82 olarak bulunmu tur.

3.3.3. Narsistik Ki ilik Envanteri (NKE)

Narsistik Ki ilik Envanteri (NKE), Raskin ve Hall (1979) tarafından narsisizm boyutundaki bireysel farklılıkları ölçmek için Narcissistic Personality Inventory (NPI) geli tirdiler (Kızıltan, 2000). Yıllar içerisinde bir çok de i ikli e u rayan bu envanter en son 2006 senesinde Colombiya Üniversitesi'nden Dr. Ames ve arkadaşları tarafından 16 soruya kadar indirilmiştir. Envanterde 16 soru bulunmaktadır ve katılımcılar her soru içerisinde bulunan çifte tutum içerisinde kendilerine yakın olan tutumu seçmeleri istenir. Bu envanterin Türkçe standardizasyonu Atay (2009) tarafından Türkçe e de erlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır (Atay, 2010). Bu ara tırmada kullanılan Narsistik Ki ilik Envanterinin Cronbach's Alpha de eri 0.713'tür. Bu de er, psikometrik özelli e sahip olan ve az sayıda sorudan olu an bir ölçe e göre beklenenden daha yüksek bir iç güvenilirlik katsayısına sahiptir. Atay tarafından yapılan Türkçe e de erlilik ve güvenilirlik çalışmaları NKE'nin iç güvenilirlik de eri 0,652 olarak bulunmu tur (Atay, 2010).

3.3.4. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçe i (RBSÖ)

Morris Rosenberg bu ölçe i 1963'te geli tirmiş ve çalışmanın benlik saygısı de erlendirmesinde referans olarak kullanılmıştır. ABD de 5004 lise ö rencisi güvenilirlik çalışmaları kullanılmıştır. Rosenberg, kişinin benlik saygısını ve öz de erlendirmesini de erlendirmek için kapsamlı bir yaklaşımı vurgulamıştır. RBSÖ güvenilirlik ve geçerlik ara tırmaları Türkiye'de Çuhadarolu (1986) tarafından 205 kişilik bir lise örneklem grubunda yapılmıştır. RBSÖ'nün Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasında 0-1 puan yüksek benlik saygısı, 2-4 puan orta benlik saygısı, 5-6 puan düşük benlik saygısı olarak puanlandırılmıştır. RBSÖ tarafından yapılan Türkçe geçerlik ve güvenilirlik ara tırmasında, yüksek benlik saygısı 0-1 puan, orta benlik saygısı

2-4 puan ve dü ük benlik saygısı 5-6 puan olarak de erlendirilmi tir. RBSÖ' nin 12 alt alanı vardır ve ilk 10 madde benlik saygısını de erlendirmek için kullanılır. Pozitif ve negatif yüklü maddeler ardı ık sıralanır. Pozitif yüklü 1. 2. 4. 6. 7. negatif yüklü 3. 5. 8. 9. 10 maddelerdir. Dü ük bir ölçek puanı yüksek bir benlik saygısı anlamına gelirken, yüksek bir puan dü ük bir benlik saygısı seviyesini gösterir (Çuhadaro lu, 1986).

3.3.5. Veri Toplama Süreci

Çalı ma pandemi etkisinden dolayı online ara tırma ekinde tasarlanmı ve internet aracılı ıyla tüm anketler katılımcılarla Whatsapp, e-posta ve Facebook üzerinden paylaşılmı tir. Anketin yanıtlanması ortalama 20-25 dakika arasında sürecektir.

3.4. Verilerin Analizi

statistiksel i lemler uygulanmadan önce Sosyal medya kullanımı, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeklerinden ve Narsistik ki ilik envanterinden elde edilen puanların da ılımı incelenmi tir. Bunun için çarpıklık ve basıklık katsayıları temel alınmı tir. ± 1 aralı ında bulunan çarpıklık ve basıklık katsayıları puanların normal da ılıma sahip oldu unu i aret etmektedir (Büyüköztürk, 2007). Hesaplanan çarpıklık ve basıklık katsayıları, ölçme araçlarından elde edilen puanların normal da ılıma sahip oldu unu göstermi tir (Tablo 3). Bu do rultuda, parametrik analiz teknikleri kullanılarak veriler analiz edilmi tir.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kiilik E ilimi Puanlarına Ait Çarpıklık ve Basıklık De erleri

De i kenler	Çarpıklık		Basıklık	
	Z	SH	z	SH
Sosyal medya kullanımı ölçe i				
Süreklilik	0,15	0,14	-0,45	0,28
Yetkinlik	0,15	0,14	-0,47	0,28
Ölçek toplamı	0,16	0,14	-0,47	0,28
Rosenberg Benlik Saygısı Ölçe i				
Benlik saygısı puanı	1,00	0,14	0,29	0,28
Narsistik ki ilik envanteri				
Te hircilik	0,85	0,14	-0,68	0,28
Üstünlük	0,75	0,14	-0,25	0,28
Otorite	0,82	0,14	-0,63	0,28
Hak iddia etme	0,80	0,14	-0,47	0,28
Sömürücülük	0,42	0,14	-0,08	0,28
Kendine yeterlilik	0,66	0,14	-0,17	0,28
Envanter toplamı	0,53	0,14	0,06	0,28

Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik kiilik e ilimi puanlarını iki kategorili de i kenlere (cinsiyet vb.) göre kar ıla tırmak için ba ımsız örneklem t testi, ikiden fazla kategorili de i kenlere (annenin e itim duurma vb.) göre kar ıla tırmak için ise tek yönlü varyans analizi uygulanmı tır. Varyans analizinde farkın kayna ını belirlemek için Scheffe çoklu kar ıla tırma testi kullanılmı tır. Bu test, varyansların homojen ve gruplardaki ki i sayısının farklı oldu u durumlarda kullanılan testlerden biridir (Kayri, 2009). Analiz sürecinde, az sayıda katılımcının bulundu u bazı gruplar bir üst veya bir alt grup ile birle tirilerek analize dahil edilmi tir.

Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik kiilik e ilimi puanları arasındaki ili kileri incelemek için Pearson Korelasyon Katsayıları hesaplanmı tır. Analizler için güven aralığı %95 olarak belirlenmi , $p < 0,05$ de erleri anlamlı kabul edilmi tir. SPSS 25.0 istatistik paket programı kullanılarak analizler gerçekte tirilmi tir.

BÖLÜM 4: BULGULAR

Bu bölümde, ilk olarak sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi puanlarına ait betimsel de erler hesaplanmı ve elde edilen puanlar tanılayıcı özelliklere göre kar ıla tırılarak incelenmi tir. Bir sonraki adımda, Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi puanları arasındaki ili kiler Pearson korelasyon katsayıları hesaplanarak ele alınmı tır. Sonuçlar tablolar halinde özetlenmi ve açıklanmı tır.

Tablo 4. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puanlarına Ait Betimsel De erler

De i kenler	N	Min.	Maks.	Ort	Ss
Sosyal medya kullanımı ölçe i					
Süreklilik	300	4	20	11,64	3,58
Yetkinlik	300	4	20	11,65	3,60
Ölçek toplamı	300	9	40	23,29	6,37
Rosenberg Benlik Saygısı Ölçe i					
Benlik saygısı puanı	300	0	3	1,06	0,75
Narsistik ki ilik envanteri					
Te hircilik	300	0	2	0,58	0,74
Üstünlük	300	0	3	0,82	0,85
Otorite	300	0	2	0,58	0,72
Hak iddia etme	300	0	2	0,55	0,66
Sömürücülük	300	0	3	0,98	0,74
Kendine yeterlilik	300	0	3	0,82	0,79
Envanter toplamı	300	0	13	4,83	2,50

Tablo incelendi inde, süreklilik, yetkinlik ve ölçek toplam puan ortalamaları sırasıyla 11,64 (Ss=3,58), 11,65 (Ss=3,60) ve 23,29 (Ss=6,37) olarak

hesaplanmı tır. Benlik saygısı puan ortalamaları ise 1,06 (Ss=0,75) olarak hesaplanmı tır. Te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik ve envanter toplamı puan ortalamaları sırasıyla 0,58 (Ss=0,74), 0,82 (Ss=0,85), 0,58 (Ss=0,72), 0,55 (Ss=0,66), 0,98 (Ss=0,74), 0,82 (Ss=0,79) ve 4,83 (Ss=2,50) olarak hesaplanmı tır.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları

Ölçek	De i kenler	Cinsiyet	N	Ort	Ss	t	p
SMKÖ	Süreklilik	Kadın	175	12,16	3,57	3,00	0,00
		Erkek	125	10,92	3,48		
	Yetkinlik	Kadın	175	11,87	3,65	1,30	0,20
		Erkek	125	11,33	3,51		
	Ölçek toplam puanı	Kadın	175	24,03	6,40	2,42	0,02
		Erkek	125	22,25	6,20		
RBSÖ	Benlik saygısı	Kadın	175	1,00	0,73	-1,59	0,11
		Erkek	125	1,14	0,77		
NKE	Te hircilik	Kadın	175	0,56	0,72	-0,55	0,58
		Erkek	125	0,61	0,76		
	Üstünlük	Kadın	175	0,65	0,80	-4,23	0,00
		Erkek	125	1,06	0,86		
	Otorite	Kadın	175	0,53	0,71	-1,56	0,12
		Erkek	125	0,66	0,72		
	Hak iddia etme	Kadın	175	0,55	0,67	0,03	0,98
		Erkek	125	0,55	0,67		
	Sömürücülük	Kadın	175	0,91	0,70	-1,97	0,05
		Erkek	125	1,08	0,80		
	Kendine yeterlilik	Kadın	175	0,78	0,74	-1,11	0,27
		Erkek	125	0,88	0,86		
Envanter toplam puanı	Kadın	175	4,47	2,43	-2,97	0,00	
	Erkek	125	5,33	2,52			

Tablo incelendi inde, cinsiyete göre yetkinlik, benlik saygısı, te hircilik, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte, cinsiyete göre süreklilik, ölçek toplam, üstünlük ve envanter toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdi i gözlenmi tir ($p<0,05$).

Kadınların süreklilik ve sosyal medya kullanımı ölçeği toplam puan ortalamaları, erkeklerin ise üstünlük ve narsistik kiilik envanteri toplam puan ortalamaları anlamlı olarak daha yüksek bulunmu tur.

Tablo 6. Ya a Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kiilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	De i kenler	Ya grubu	N	Ort	Ss	F	p	Post-Hoc*
SMKÖ	Süreklilik	18-24	190	11,85	3,61	1,72	0,18	-
		25-31	79	11,56	3,59			
		32 ve üzeri	31	10,58	3,28			
	Yetkinlik	18-24 ^a	190	11,84	3,43	4,15	0,02	a>c, b>c
		25-31 ^b	79	11,86	3,81			
		32 ve üzeri ^c	31	9,90	3,67			
	Ölçek toplam puanı	18-24 ^a	190	23,69	6,28	3,47	0,03	a>c, b>c
		25-31 ^b	79	23,42	6,47			
		32 ve üzeri ^c	31	20,48	6,13			
RBSÖ	Benlik saygısı	18-24	190	1,06	0,77	1,46	0,23	-
		25-31	79	1,12	0,75			
		32 ve üzeri	31	0,85	0,59			
	Te hircilik	18-24 ^a	190	0,68	0,74	5,82	0,00	a>c
		25-31 ^b	79	0,44	0,71			
		32 ve üzeri ^c	31	0,29	0,69			
	Üstünlük	18-24	190	0,81	0,86	1,38	0,25	-
		25-31	79	0,91	0,89			
		32 ve üzeri	31	0,61	0,62			
Otorite	18-24	190	0,61	0,71	0,57	0,57	-	
	25-31	79	0,51	0,73				
	32 ve üzeri	31	0,61	0,72				
NKE	Hak iddia etme	18-24	190	0,56	0,67	0,41	0,67	-
		25-31	79	0,57	0,67			
		32 ve üzeri	31	0,45	0,62			
	Sömürücülük	18-24	190	0,96	0,73	0,49	0,61	-
		25-31	79	1,05	0,77			
		32 ve üzeri	31	0,94	0,77			
	Kendine yeterlilik	18-24	190	0,77	0,78	0,89	0,41	-
		25-31	79	0,90	0,79			
		32 ve üzeri	31	0,90	0,83			
Envanter toplam puanı	18-24	190	4,98	2,62	1,53	0,22	-	
	25-31	79	4,72	2,15				
	32 ve üzeri	31	4,16	2,52				

*Scheffe Testi

Tablo incelendi inde, ya a göre süreklilik, benlik saygısı, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik ve envanter toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte, ya a göre yetkinlik, ölçek toplam ve te hircilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdi i gözlenmiştir ($p<0,05$). 18-24 ve 25-31 ya grubunda bulunan katılımcıların yetkinlik ve sosyal medya kullanımı ölçeği toplam puan ortalamaları, 32 ve üzeri ya grubunda bulunan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksektir. 18-24 ya grubunda bulunan katılımcıların te hircilik puan ortalaması ise 32 ve üzeri ya grubunda bulunan katılımcıların puan ortalamasından anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 7. Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Etilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları

Ölçek	Değişkenler	Medeni durum	N	Ort	Ss	t	p
SMKÖ	Süreklilik	Evli	38	10,95	3,39	-1,28	0,20
		Bekar	262	11,74	3,60		
	Yetkinlik	Evli	38	9,79	3,31	-3,47	0,00
		Bekar	262	11,92	3,56		
	Ölçek toplam puanı	Evli	38	20,74	5,51	-2,67	0,01
		Bekar	262	23,66	6,41		
RBSÖ	Benlik saygısı	Evli	38	0,96	0,53	-0,83	0,41
		Bekar	262	1,07	0,77		
NKE	Te hircilik	Evli	38	0,34	0,67	-2,14	0,03
		Bekar	262	0,61	0,74		
	Üstünlük	Evli	38	0,68	0,66	-1,03	0,31
		Bekar	262	0,84	0,88		
	Otorite	Evli	38	0,63	0,71	0,47	0,64
		Bekar	262	0,57	0,72		
	Hak iddia etme	Evli	38	0,47	0,60	-0,79	0,43
		Bekar	262	0,56	0,67		
	Sömürücülük	Evli	38	1,00	0,84	0,18	0,86
		Bekar	262	0,98	0,73		
	Kendine yeterlilik	Evli	38	0,97	0,88	1,29	0,20
		Bekar	262	0,80	0,77		
	Envanter toplam puanı	Evli	38	4,42	2,55	-1,07	0,29
		Bekar	262	4,89	2,49		

Tablo incelendi inde, medeni duruma göre süreklilik, benlik saygısı, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik ve envanter toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte, medeni duruma göre yetkinlik, ölçek toplam ve te hircilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdi i gözlenmiştir ($p<0,05$). Bekar katılımcıların yetkinlik, sosyal medya kullanımı ölçe i toplam ve te hircilik puan ortalamalarının, evli katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksek oldu u gözlenmiştir.

Tablo 8. E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Testi Sonuçları

Ölçek	De i kenler	E itim durumu	N	Ort	Ss	t	p
SMKÖ	Süreklilik	Lisans	228	11,75	3,47	0,96	0,34
		Yüksek Lisans	72	11,29	3,91		
	Yetkinlik	Lisans	228	11,67	3,50	0,17	0,86
		Yüksek Lisans	72	11,58	3,92		
	Ölçek toplam puanı	Lisans	228	23,42	6,16	0,63	0,53
		Yüksek Lisans	72	22,88	7,02		
RBSÖ	Benlik saygısı	Lisans	228	1,09	0,77	1,36	0,17
		Yüksek Lisans	72	0,95	0,65		
	Te hircilik	Lisans	228	0,58	0,73	-0,04	0,97
		Yüksek Lisans	72	0,58	0,76		
	Üstünlük	Lisans	228	0,82	0,87	0,13	0,90
		Yüksek Lisans	72	0,81	0,80		
	Otorite	Lisans	228	0,61	0,73	1,09	0,28
		Yüksek Lisans	72	0,50	0,67		
NKE	Hak iddia etme	Lisans	228	0,53	0,64	-1,05	0,29
		Yüksek Lisans	72	0,63	0,74		
	Sömürücülük	Lisans	228	0,97	0,76	-0,44	0,66
		Yüksek Lisans	72	1,01	0,68		
	Kendine yeterlilik	Lisans	228	0,80	0,78	-0,68	0,50
		Yüksek Lisans	72	0,88	0,82		
Envanter toplam puanı	Lisans	228	4,80	2,45	-0,35	0,73	
	Yüksek Lisans	72	4,92	2,66			

Tablo incelendi inde, e itim durumuna göre süreklilik, yetkinlik, ölçek toplam puanı, benlik saygısı, te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puanı ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Lisans ve yüksek lisans mezunu katılımcıların sosyal medya kullanımlarının, benlik saygılarının ve narsistik ki ilik e ilimlerinin benzer oldu u gözlenmiştir.

Tablo 9. Annenin E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	De i kenler	Annenin e itim durumu	N	Ort	Ss	F	p
SMKÖ	Süreklilik	İlkokul	122	11,26	3,61	0,82	0,49
		Ortaokul	42	11,74	3,51		
		Lise	89	11,94	3,39		
		Lisans ve lisansüstü	47	11,98	3,90		
	Yetkinlik	İlkokul	122	11,42	3,77	0,30	0,82
		Ortaokul	42	11,74	3,54		
		Lise	89	11,76	3,46		
		Lisans ve lisansüstü	47	11,94	3,50		
	Ölçek toplam puanı	İlkokul	122	22,68	6,57	0,66	0,58
		Ortaokul	42	23,48	6,47		
		Lise	89	23,71	5,96		
		Lisans ve lisansüstü	47	23,91	6,52		
RBSÖ	Benlik saygısı	İlkokul	122	1,06	0,75	0,58	0,63
		Ortaokul	42	1,04	0,70		
		Lise	89	0,99	0,73		
		Lisans ve lisansüstü	47	1,16	0,81		
	Te hircilik	İlkokul	122	0,56	0,75	1,18	0,32
		Ortaokul	42	0,50	0,71		
		Lise	89	0,70	0,74		
		Lisans ve lisansüstü	47	0,49	0,72		
	Üstünlük	İlkokul	122	0,75	0,82	1,66	0,18
		Ortaokul	42	0,67	0,85		
		Lise	89	0,89	0,88		
		Lisans ve lisansüstü	47	1,00	0,86		
Otorite	İlkokul	122	0,59	0,74	0,43	0,73	
	Ortaokul	42	0,55	0,71			
	Lise	89	0,63	0,71			
	Lisans ve lisansüstü	47	0,49	0,69			
NKE	Hak iddia etme	İlkokul	122	0,45	0,60	2,47	0,06
		Ortaokul	42	0,76	0,73		
		Lise	89	0,57	0,67		
		Lisans ve lisansüstü	47	0,60	0,71		
	Sömürücülük	İlkokul	122	1,01	0,77	0,11	0,95
		Ortaokul	42	0,95	0,73		
		Lise	89	0,96	0,74		
		Lisans ve lisansüstü	47	0,98	0,74		
	Kendine yeterlilik	İlkokul	122	0,83	0,78	0,18	0,91
		Ortaokul	42	0,74	0,83		
		Lise	89	0,83	0,74		
		Lisans ve lisansüstü	47	0,85	0,88		
Envanter toplam puanı	İlkokul	122	4,66	2,34	0,66	0,58	
	Ortaokul	42	4,71	2,65			
	Lise	89	5,13	2,51			
	Lisans ve lisansüstü	47	4,77	2,75			

Tablo incelendi inde, annenin e itim durumuna göre süreklilik, yetkinlik, ölçek toplam puanı, benlik saygısı, te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puanı ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anla ılmaktadır ($p>0,05$). Annesi ilkokul, ortaokul, lise, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcıların sosyal medya kullanımlarının, benlik saygılarının ve narsistik ki ilik e ilimlerinin benzer oldu u gözlenmi tir.

Tablo 10. Babanın E itim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	De i kenler	Annenin e itim durumu	N	Ort	Ss	F	p
SMKÖ	Süreklilik	İlkokul	76	11,43	3,55	0,59	0,62
		Ortaokul	46	11,22	3,43		
		Lise	90	11,99	3,84		
		Lisans ve lisansüstü	88	11,69	3,43		
	Yetkinlik	İlkokul	76	11,11	3,21	1,16	0,32
		Ortaokul	46	11,70	3,78		
		Lise	90	12,14	4,01		
		Lisans ve lisansüstü	88	11,58	3,34		
	Ölçek toplam puanı	İlkokul	76	22,54	5,90	0,93	0,43
		Ortaokul	46	22,91	6,63		
		Lise	90	24,13	7,04		
		Lisans ve lisansüstü	88	23,27	5,88		
RBSÖ	Benlik saygısı	İlkokul	76	0,96	0,73	0,56	0,65
		Ortaokul	46	1,09	0,72		
		Lise	90	1,09	0,69		
		Lisans ve lisansüstü	88	1,09	0,83		
NKE	Te hircilik	İlkokul	76	0,54	0,68	0,59	0,62
		Ortaokul	46	0,61	0,71		
		Lise	90	0,66	0,78		
		Lisans ve lisansüstü	88	0,52	0,76		
	Üstünlük	İlkokul	76	0,61	0,78	2,59	0,05
		Ortaokul	46	0,80	0,81		
		Lise	90	0,97	0,94		
		Lisans ve lisansüstü	88	0,85	0,81		
	Otorite	İlkokul	76	0,59	0,68	0,58	0,63
		Ortaokul	46	0,65	0,71		
		Lise	90	0,61	0,76		
		Lisans ve lisansüstü	88	0,50	0,71		
Hak iddia etme	İlkokul	76	0,41	0,59	1,98	0,12	
	Ortaokul	46	0,67	0,67			
	Lise	90	0,56	0,67			
	Lisans ve lisansüstü	88	0,61	0,70			
Sömürücülük	İlkokul	76	1,01	0,76	0,27	0,85	
	Ortaokul	46	1,00	0,73			
	Lise	90	1,00	0,73			
	Lisans ve lisansüstü	88	0,92	0,76			
Kendine yeterlilik	İlkokul	76	0,79	0,75	0,32	0,81	
	Ortaokul	46	0,91	0,84			
	Lise	90	0,83	0,78			
	Lisans ve lisansüstü	88	0,78	0,81			
Envanter toplam puanı	İlkokul	76	4,42	2,21	1,61	0,19	
	Ortaokul	46	5,26	2,24			
	Lise	90	5,10	2,73			
	Lisans ve lisansüstü	88	4,67	2,59			

Tablo incelendi inde, babanın e itim durumuna göre süreklilik, yetkinlik, ölçek toplam puanı, benlik saygısı, te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puanı ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Babası ilkokul, ortaokul, lise, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcıların sosyal medya kullarımlarının, benlik saygılarının ve narsistik ki ilik e ilimlerinin benzer oldu u gözlenmiştir.

Tablo 11. Facebook'u Kullanma Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Ki ilik E ilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	De i kenler	Facebook'u kullanma sıklığı	N	Ort	Ss	F	p
SMKÖ	Süreklilik	Nadiren	190	11,82	3,56	0,71	0,49
		Bazen	72	11,43	3,76		
		Sık sık & her zaman	38	11,16	3,31		
	Yetkinlik	Nadiren	190	11,79	3,58	0,77	0,47
		Bazen	72	11,61	3,49		
		Sık sık & her zaman	38	11,00	3,90		
	Ölçek toplam puanı	Nadiren	190	23,61	6,31	0,90	0,41
		Bazen	72	23,04	6,44		
		Sık sık & her zaman	38	22,16	6,52		
RBSÖ	Benlik saygısı	Nadiren	190	1,07	0,76	0,24	0,79
		Bazen	72	1,00	0,73		
		Sık sık & her zaman	38	1,09	0,74		
	Te hircilik	Nadiren	190	0,56	0,74	0,18	0,83
		Bazen	72	0,63	0,74		
		Sık sık & her zaman	38	0,58	0,76		
	Üstünlük	Nadiren	190	0,81	0,85	0,08	0,92
		Bazen	72	0,81	0,88		
		Sık sık & her zaman	38	0,87	0,84		
Otorite	Nadiren	190	0,56	0,71	0,33	0,72	
	Bazen	72	0,64	0,76			
	Sık sık & her zaman	38	0,58	0,68			
NKE	Hak iddia etme	Nadiren	190	0,56	0,69	0,07	0,93
		Bazen	72	0,53	0,60		
		Sık sık & her zaman	38	0,55	0,69		
	Sömürücülük	Nadiren	190	0,97	0,71	1,05	0,35
		Bazen	72	0,92	0,76		
		Sık sık & her zaman	38	1,13	0,88		
	Kendine yeterlilik	Nadiren	190	0,81	0,80	0,20	0,82
		Bazen	72	0,82	0,81		
		Sık sık & her zaman	38	0,89	0,73		
Envanter toplam puanı	Nadiren	190	4,77	2,44	0,25	0,78	
	Bazen	72	4,85	2,59			
	Sık sık & her zaman	38	5,08	2,68			

Tablo incelendi inde, Facebook'u kullanma sıklığına göre süreklilik, yetkinlik, ölçek toplam puanı, benlik saygısı, te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puanı ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Facebook'u nadiren, bazen, sık sık & her zaman kullandığını belirten katılımcıların sosyal medya kullanımlarının, benlik saygılarının ve narsistik kişilik özelliklerinin benzer olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 12. Instagram'ı Kullanma Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Eilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	Değişkenler	Instagram'ı kullanma sıklığı	N	Ort	Ss	F	p	Post-Hoc*
SMKÖ	Süreklilik	Nadiren & bazen ^a	47	9,28	3,41	23,84	0,00	c>a, c>b, b>a
		Sık sık ^b	170	11,44	3,31			
		Her zaman ^c	83	13,41	3,34			
	Yetkinlik	Nadiren & bazen ^a	47	9,98	4,00	8,22	0,00	c>a, b>a
		Sık sık ^b	170	11,65	3,25			
		Her zaman ^c	83	12,58	3,74			
	Ölçek toplam puanı	Nadiren & bazen ^a	47	19,26	6,66	19,03	0,00	c>a, c>b, b>a
		Sık sık ^b	170	23,09	5,69			
		Her zaman ^c	83	25,99	6,28			
RBSÖ	Benlik saygısı	Nadiren & bazen	47	1,21	0,81	2,04	0,13	-
		Sık sık	170	0,98	0,72			
		Her zaman	83	1,11	0,76			
NKE	Te hircilik	Nadiren & bazen ^a	47	0,68	0,84	3,54	0,03	c>b
		Sık sık ^b	170	0,48	0,68			
		Her zaman ^c	83	0,72	0,77			
	Üstünlük	Nadiren & bazen ^a	47	0,91	0,86	4,35	0,01	c>b
		Sık sık ^b	170	0,69	0,84			
		Her zaman ^c	83	1,01	0,85			
	Otorite	Nadiren & bazen	47	0,68	0,78	0,92	0,40	-
		Sık sık	170	0,59	0,72			
		Her zaman	83	0,51	0,67			
Hak iddia etme	Nadiren & bazen	47	0,68	0,73	1,05	0,35	-	
	Sık sık	170	0,52	0,63				
	Her zaman	83	0,54	0,70				
Sömürücülük	Nadiren & bazen	47	0,89	0,76	2,60	0,08	-	
	Sık sık	170	1,06	0,77				
	Her zaman	83	0,86	0,67				
Kendine yeterlilik	Nadiren & bazen	47	0,64	0,76	1,63	0,20	-	
	Sık sık	170	0,84	0,78				
	Her zaman	83	0,89	0,81				
Envanter toplam puanı	Nadiren & bazen	47	4,98	2,52	1,05	0,35	-	
	Sık sık	170	4,65	2,34				
	Her zaman	83	5,11	2,79				

*Scheffe Testi

Tablo incelendi inde, Instagram'ı kullanma sıklığına göre benlik saygısı, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte, Instagram'ı kullanma sıklığına göre süreklilik, yetkinlik, ölçek

toplam puanı, te hircilik ve üstünlük puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdi i gözlenmi tir ($p<0,05$). Genel olarak, Instagram'ı daha sık kullanan katılımcıların süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanımı ölçe i toplam puan ortalamaları daha yüksektir. Ayrıca, Instagram'ı her zaman kullanan katılımcıların te hircilik ve üstünlük puan ortalamaları, Instagram'ı sık sık kullanan katılımcıların puan ortalamalarından daha yüksek bulunmu tur.

Tablo 13. Kendi Foto raflarını Paylaşma Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Etilimi Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve ANOVA Sonuçları

Ölçek	Değişkenler	Fotoğraf paylaşma sıklığı	N	Ort	Ss	F	p	Post-Hoc*
SMKÖ	Süreklilik	Nadiren ^a	98	10,70	3,61	8,12	0,00	c>a, c>b
		Bazen ^b	159	11,79	3,25			
		Sık sık & her zaman ^c	43	13,23	4,06			
	Yetkinlik	Nadiren ^a	98	11,17	3,81	3,56	0,03	c>a,
		Bazen ^b	159	11,60	3,45			
		Sık sık & her zaman ^c	43	12,91	3,42			
	Ölçek toplam puanı	Nadiren ^a	98	21,88	6,60	7,01	0,00	c>a, c>b
		Bazen ^b	159	23,39	5,94			
		Sık sık & her zaman ^c	43	26,14	6,48			
RBSÖ	Benlik saygısı	Nadiren	98	1,05	0,69	0,06	0,94	-
		Bazen	159	1,05	0,77			
		Sık sık & her zaman	43	1,09	0,79			
	Te hircilik	Nadiren	98	0,49	0,68	2,14	0,12	-
		Bazen	159	0,58	0,75			
		Sık sık & her zaman	43	0,77	0,81			
	Üstünlük	Nadiren	98	0,78	0,82	0,25	0,78	-
		Bazen	159	0,82	0,86			
		Sık sık & her zaman	43	0,88	0,91			
NKE	Otorite	Nadiren	98	0,55	0,73	0,48	0,62	-
		Bazen	159	0,62	0,73			
		Sık sık & her zaman	43	0,51	0,63			
	Hak iddia etme	Nadiren	98	0,50	0,65	1,72	0,18	-
		Bazen	159	0,54	0,68			
		Sık sık & her zaman	43	0,72	0,63			
	Sömürücülük	Nadiren	98	1,13	0,73	2,07	0,10	-
		Bazen	159	0,88	0,71			
		Sık sık & her zaman	43	1,00	0,87			
Kendine yeterlilik	Nadiren	98	0,77	0,76	1,09	0,34	-	
	Bazen	159	0,81	0,81				
	Sık sık & her zaman	43	0,98	0,77				

	Nadiren	98	4,58	2,36			
Envanter toplam puanı	Bazen	159	4,84	2,44	1,33	0,27	-
	Sık sık & her zaman	43	5,33	2,97			

*Scheffe Testi

Tablo incelendi inde, kendi foto rafını payla ma sıklı ina göre benlik saygısı, te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermedi i anla ılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte, kendi foto rafını payla ma sıklı ina göre süreklilik, yetkinlik, ölçek toplam puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdi i gözlenmi tir ($p<0,05$). Kendi foto rafını sık sık & her zaman payla an katılımcıların süreklilik ve sosyal medya kullanımı ölçe i toplam puan ortalamaları, kendi foto rafını nadiren ve bazen payla an katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı olarak daha yüksektir. Kendi foto rafını sık sık & her zaman payla an katılımcıların yetkinlik puan ortalaması ise kendi foto rafını nadiren payla an katılımcıların puan ortalamasından daha yüksek bulunmu tur.

Tablo 14. Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı ve Narsistik Kişilik Etilimi Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1. Süreklilik	r 1										
	p										
2. Yetkinlik	r 0,57**	1									
	p 0,00										
3. Ölçek toplam puanı	r 0,89**	0,89**	1								
	p 0,00	0,00									
4. Benlik saygısı ^a	r 0,13*	0,06	0,10	1							
	p 0,03	0,33	0,07								
5. Te hircilik	r 0,12*	0,08	0,11*	0,08	1						
	p 0,04	0,15	0,04	0,16							
6. Üstünlük	r 0,03	0,05	0,05	0,07	0,23**	1					
	p 0,55	0,43	0,44	0,21	0,00						
7. Otorite	r 0,06	0,08	0,08	-0,02	0,33**	0,18**	1				
	p 0,28	0,15	0,16	0,79	0,00	0,00					
8. Hak iddia etme	r 0,03	-0,01	0,01	0,25**	0,20**	0,05	0,06	1			
	p 0,66	0,92	0,85	0,00	0,00	0,39	0,29				
9. Sömürücülük	r -0,07	0,00	-0,04	-0,08	0,02	0,03	0,14*	-0,08	1		
	p 0,20	0,99	0,47	0,19	0,80	0,59	0,01	0,17			
10. Kendine yeterlilik	r -0,04	-0,03	-0,04	-0,14*	-0,03	0,22**	0,05	0,04	0,06	1	
	p 0,50	0,63	0,51	0,02	0,21	0,00	0,40	0,52	0,33		
11. Envanter toplam puanı	r 0,06	0,07	0,08	0,04	0,61**	0,59**	0,57**	0,38**	0,35**	0,42**	1
	p 0,27	0,23	0,20	0,47	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

**p<0,01; *p<0,05; N=300; ^a Yüksek puanlar düşük benlik saygısını ifade etmektedir.

Tablo incelendiğinde, süreklilik puanları ile benlik saygısı puanları arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmaktadır (r=0,13; p<0,05). Süreklilik puanları arttıkça benlik saygısı puanları da artmıştır. Bu durum, süreklilik puanları arttıkça katılımcıların benlik saygılarının azaldığını işaret etmiştir. Süreklilik puanları ile te hircilik puanları arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmaktadır (r=0,12; p<0,05). Süreklilik puanları arttıkça te hircilik puanları da artı göstermiştir.

Sosyal medya kullanımı ölçe i toplam puanları ile te hircilik puanları arasında dü ük düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ili kinin bulundu u gözlenmi tir ($r=0,11$; $p<0,05$). Ölçek toplam puanları arttıkça te hircilik puanları da artı göstermi tir.

Yetkinlik ve sosyal medya kullanımı ölçe i toplam puanları ile benlik saygısı puanları arasında anlamlı bir ili ki bulunmamaktadır. Ayrıca, süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanımı ölçe i toplam puanları ile te hircilik, üstünlük, otorite, hak iddia etme, sömürücülük, kendine yeterlilik, envanter toplam puanları arasında anlamlı bir ili ki bulunmamaktadır. Sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsistik ki ilik e ilimi puanları arasında yeterli düzeyde ve anlamlı ili kiler bulunmadı ından bir sonraki adımda regresyon analizleri gerçekte tirilememi tir.

BÖLÜM: 5

5.1. TARTI MA

Bu ara tırmada yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin yordayıcı rolünün incelenmesi amaçlanmı tır. Bu do rultuda, ilk olarak ara tırmaya dahil edilen yeti kinlerin sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin aracı rolü arasındaki ili kileri belirlemi tir. Bir sonraki adımda yeti kinlerin sosyal medya kullanımın düzeyleri, benlik saygısı düzeyleri, narsisizm düzeyleri, cinsiyet, ya , medeni durum, e itim durumu, anne e itim durumu, baba e itim durumu, Facebook kullanma sıklı ı durumu, Instagram kullanma sıklı ı durumu ve kendi foto raflarını payla ma sıklı ı durumları de i kenlerine göre kar ıla tırarak incelenmi tir.

Katılımcıların sosyal medya kullanımının artması ile bireylerdebenlik saygısının arttı ı görülmü tür. Literatürdeki çalı malara bakıldı ında Sezer, O uz, (2010) Andreassen vd., (2017) Arslanta ve Adana, (2010) benzer sonuçlar oldu u görülmektedir. Sosyal medya kullanımı arttıkça benlik saygısı da artı göstermektedir. Çalı mada elde edilen sonuçlar Balcı ve Gölcü (2013) tarafından yapılan çalı maların bulguları ile uyumludur. Bir di er bulgumuzda ise sosyal medya kullanımının artması ile bireylerde narsisizmin arttı ı gözlenmi tir. Narsisizm arttıkça sosyal medya kullanımda artı gözökmü tür. Literatürde yapılan ara tırmalarda da narsistik ki ilik özelliklerinin, sosyal medya kullanımını etkileyen önemli faktörlerden biri oldu u belirtilmi tir(Correa vd., 2010; Kuss ve Griffiths, 2011; Leung, 2013). Bu nedenle narsistik ki ilik karakterine sahip bireylerin, kendilerini payla ma ve gösterme arzuları nedeniyle sosyal medyayı kullanma olasılıkları daha yüksektir. Otoriteye yönelik narsisizm, kendi kendine yeterlilik, gurur, te hircilik, sömürü, kendini takdir etme özellikleri arttıkça sosyal medya kullanımı da arttı ı söylenebilir.

Literartürdeki çalı malara bakıldı ında Balcı ve Gölcü, (2013) Grijalva vd., (2015) Keçe'nin(2016)göre sosyal medya kullanımı ile bireylerdeki benlik saygısı ve narsisizmin cinsiyete göre de i medi i sonucunu elde etmi tir. Bu da yapılan ara tırmanın sonucu ile örtü mektedir.Birçok ara tırma, literatürde

benlik saygısı ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çeşitli değişkenler kullanılarak değerlendirilmiştir ve değerlendirilmiştir. Andreassen ve meslektaşları 2017'de cinsiyet, narsisizm ve benlik saygısı gibi temel demografik faktörlerin sosyal medya bağımlılığı üzerinde doğrudan bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile düşük benlik saygısı arasında bir ilişki olduğunu bulmuştur. Bu nedenle sosyal medya kullanımını ile benlik saygısı ve narsisizmin cinsiyete göre değişebileceği söylenebilir.

Çalışmada katılımcılara uygulanan sosyal medya ölçeği ile bireylerdeki benlik saygısı ve narsistik ölçeklerinden elde edilen puanlarına göre değişimi görülmüştür. Alan yazında yapılan çalışmalarda ise çelişkili sonuçlara ulaşılmıştır. Akıncı'nın (2015) yaptığı çalışmada değişkenlerin yaşa göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Çalışmanın bir diğer bulgusuna göre 18-24 ve 25-31 yaş grubunda bulunan katılımcıların yetkinlik ve sosyal medya kullanımı, 32 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcılardan daha yüksektir. Alan yazında yapılan araştırmalarda çalışmadaki bu sonucu desteklemektedir. Yaşça küçük olan katılımcıların yetkinlik ve sosyal medya kullanımı daha yüksek bulunmuştur (Robert, Edmonds ve Grijalva, 2010). Bu nedenle alan yazında ulaşılan sonuçlar çalışmada elde edilen bulgulardan farklı olarak sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı ve narsisizmin yaşa bağlı olarak değişebileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın analizleri sonucunda sosyal medya kullanımı ile bireylerdeki benlik saygısı ve narsisizmin medeni durumuna göre değişimi gözlemlenmiştir. Alan yazında medeni durum ile sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsisizmi ele alan yeterli çalışmaya ulaşılamamıştır. Ancak Kahraman ve Afak'ın (2019) yaptıkları çalışmada da katılımcıların sosyal medya kullanımının medeni duruma göre değişiklik göstermediği sonucuna varılmıştır. Bir diğer bulgumuzda ise bekar katılımcıların yetkinlik, sosyal medya kullanımı ve tehircilik düzeylerinin evli katılımcılardan daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgunun elde edilmesinde bekar bireylerin sosyal medya

kullanımında kar ı cinsle sosyalle me çabasında olmasının etkili oldu u dü ünülmektedir.

Atay(2009), Do ruluk(2017) ve Uysal(2013)' nın yapmı oldu u bireylerde sosyal medya kullanımını ile benlik saygısı ve narsisizmin arasındaki ili kiyi inceleyen çalı malarında e itim duruma göre de i medi i görülmü tür. Bu da yapılan ara tırmanın sonucu ile örtü mektedir. Bu nedenle e itim düzeyinin katılımcıların sosyal medya kullanımını ile benlik saygısını ve narsisizmi etkilemedi i sonucuna varabiliriz.

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile bireydeki benlik saygısı ve narsisizmin annenine göre de i medi i görülmü tür. Literatürde yapılan çalı malarda da benzer sonuçlara kar ılılmı tır(Bal, 2004; Çakın, 2005; Çakır vd., 2007; Güden ve Timur, 2016; Kayri vd., 2014; Turalı, 2006).

Karaku (2007) Kiraz(2011)ve Altun(2015) yapmı oldukları çalı malarında sosyal medya kullanımı ile bireylerdeki benlik saygısı ve narsisizmin babanın e itim durumuna göre de i medi i görülmü tür. Bu ara tırmada elde edilen sonuçlar alan yazında yapılan ara tırmaları ile örtü mektedir. Babanın e itim durumu sosyal medya kullanımını ile benlik saygısı ve narsisizmi etkelemedi i söylenebilir.

Bu ara tırmada elde edilen sonuçlar sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsisizmin Facebook'u kullanma sıklı ına göre de i medi i görülmü tür. Alan yazında yapılan çalı malar ise elde etti imiz sonucun aksini desteklemi tir. McKinney vd. (2012) ve Pettijohn vd.(2012) yaptıkları çalı malarda Facebook kullanma sıklı ının bireylerdeki narsisizm ve benlik saygısını etkiledi i sonucuna varılmı tır. Bu nedenle sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsisizmin facebook kullanma sıklı ına göre de i ebilece i söylenebilir.

Çalı manın bir di er önemli bulgusuna bakıldı ında sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve narsisizm Instagram'ı kullanma sıklı ına göre de i medi i görülmü tür. Bununla birlikte Instagram'ı kullanma sıklı ına göre bireylerdeki süreklilik, yetkinlik, te hircilik ve üstünlük düzeylerinin de i ebilece i

görülmü tür. Genel olarak Instagram'ı daha sık kullanan katılımcıların süreklilik, yetkinlik ve sosyal medya kullanımı daha yüksektir. Ayrıca Instagram'ı her zaman kullanan katılımcıların te hircilik ve üstünlük düzeyleri, Instagram'ı sık sık kullanan katılımcılardan daha yüksektir. Amaghanı (2015), yeti kinlerle yaptı ı çalı mada sosyal medya kullanım sıklı ının bireylerdeki narsisizmi arttı ını belirtmi tir.

Ara tırmada kendi foto rafını payla ma sıklı ına göre bireylerdeki süreklilik, yetkinlik, sosyal medya kullanımının de i ti i görülmü tür. Kendi foto rafını sık sık - her zaman payla an katılımcıların süreklilik ve sosyal medya kullanımını, kendi foto rafını nadiren ve bazen payla an katılımcılarından daha yüksektir. Kendi foto rafını sık sık - her zaman payla an katılımcıların yetkinlik düzeyleri ise kendi foto rafını nadiren payla an katılımcılardan daha yüksektir. Alan yazında yapılan çalı malarda da benzer sonuçlara rastlanmaktadır (Stefano, Lackaff ve Rosen, 2010; Ertürk ve Eray, 2016).

BÖLÜM: 6

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen sonuçlara değinilmiş ve bu sonuçlara bağlı olarak önerilerde bulunmuştur.

6.1. Sonuçlar

Yetkin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisizmin yordayıcı rolünün incelenmesi araştırılmıştır.

Araştırma kapsamı sonucunda sosyal medya kullanımı ile bireylerdeki benlik saygısı ve narsisizmin medeni durumu ve yaşa göre bir farklılık olmadığına sonucuna varılmıştır.

Araştırmada genel olarak yetkin bireylerde kadınların süreklilik ve sosyal medya kullanımı erkeklerden daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Yetkin bireylerde yaş arttıkça sosyal medya kullanımı azalmaktadır. Katılımcıların narsistik, sosyal medya ve benlik saygısı evli katılımcılardan yüksektir.

Sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Yetkin bireylerde sosyal medya kullanımı arttıkça benlik saygısı da artmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ile narsistik arasında anlamlı ilişki vardır. Yetkin bireylerde sosyal medya kullanımı arttıkça narsistik düzeyi de artmaktadır. Sonuç olarak çalışmada narsistik kişilik özelliklerinin, sosyal medya kullanımını etkileyen önemli faktörlerden biri olduğu görülmektedir.

6.2. Öneriler

Ülke darcileri için Öneriler

Sosyal medyanın do ru ve bilinçli kullanımı ile ilgili her kurum ve kurulu üzerine dü en sorumluluklarını yerine getirmelidir. Özellikle sivil toplum örgütleri desteklenmelidir. Konu ile ilgili özel sektör, kamu kurumları ve sivil toplum örgütleri ile i birli i içerisinde çalı malarda bulunması, proje üretebilmeleri yararlı olaca ı dü ünülmektedir.

Ülkedeki tüm illerin valiliklerine ula ılarak bu konu ile ilgili e itim seminerleri vermenin yararlı olaca ı dü ünülmektedir.

Ara tırmacılara Yönelik Öneriler

Elde edilen sonuçlar do rultusunda sosyal medya kullanım amaçları ve benlik saygısı ile narsisizm arasındaki ili kilerinin çok az sayıda ara tırmabulunmaktadır. Bundan dolayı yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile narsisistik düzeyleri ile ili kisini saptamak amacıyla daha geni örnekleme üzerinde çalı malar yapılması önerilebilir. Bu noktada ülkenin farklı bölgelerinde yapılacak ara tırmaların literatüre katkı sa layaca ı dü ünülmektedir.

Toplumda sosyal medya ba ımlılı ı artması göz önünde alındı ında, çalı manın de i kenleri marjinal gruplar ve dezavantajlı bölgelerde ya ayan bireylerde uygulanmasını sa layabilir.

Klinisyenlere Yönelik Öneriler

Sosyal medya kullanımı ve olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla sosyal medya kullanımı ve benlik saygısı düzeyleri ile ilgili seminerler verilebilir. Bu do rultuda yeti kinlere sosyal medyayı bilinçli kullanabilmeleri için benlik saygılarını yükseltmeye yönelik etkinlikler uygulanmasının, yeti kinlerin öz benliklerinin farkına varmalarını için önleyici e itimler verilmesinin,

psikoe itimlerin ve klinik çalı malara önem verilmesinin etkili olabilece i d ünülmektedir.

Klinisyenler sosyal medya kullanımı ile ilgili davranı lar gösteren ki ilerin tedavisinde sosyodemografik özelliklere duyarlı olmalı ve bu yönde giri imler sa lanmalıdır. Bu açıdan sosyla medya kullanımı ile ilgili davranı lar daha olumlu tedavinin sürdürülmesinde etkin olabilece i d nlebilir.

Yeti kin bireylerin teknoloji kullanımı açısından izlendi i boylamsal çalı malar gerçekle tirilebilir. Sosyal medya ba ımlılı ının önlenmesi açısından sosyal projeler geni letilebilir ve yaygınla tırılabilir.

KAYNAKÇA

- Adana, F. ve Kutlu, Y. (2006). İstanbul ilinde 12-15 yaş grubu öğrencilerde benlik kavramının araştırılması. *Hemirelik Forumu Dergisi*, Eylül-Aralık: 96-101.
- Aksu, H., Çankaya, M.N. ve Candan, U. (2011). Her şey Çıplak Bildiğiniz İnternetin Sonu: Web 3.0, *Kapital Medya Hizmetleri* A.Ş. İstanbul.
- Alanka, Ö., ve Cezik, A. (2016). Dijital kibir: Sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569.
- Alemdar, M.Y., Bilgin, D., Demirel, K. ve Telli, N.G. (2017). Özçekim Davranışı ve Narsisizm Göstergesi Olabilir Mi? Özçekim ve Narsisizm Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Nitel Bir Araştırma, *Global Medya Journal TR*, 8(15), 71-97.
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., ve Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31, 18–31.
- Altunay, A., Öz, F. (2006). Hemirelik yüksekokulu öğrencilerinin benlik kavramı. *Hemirelik Yüksekokulu Dergisi*. 131: 46-59.
- Amaghanı, F. (2016). 10. Ve 11. Sınıf lise öğrencilerinin yalnızlık ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul).
- Andreassen, C.S., Pallesen, S., ve Griffiths, M.D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Atay, S. (2009). Narsistik kişilik envanteri'nin Türkçe'ye standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 181-196.
- Atay, S. (2010). Çalınan narsist: Örgütler, liderler, yöneticiler ve aslar. İstanbul: *Namar Yayınları*.

- Bal, E. (2004), İnkö retim Ö rencilerinin Benlik Algıları ile Atılganlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, (*Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul: Marmara Üniversitesi,
- Balkıs, M., ve Duru, E. (2010). Akademik erteleme e ilimi, akademik ba arı ili kisinde genel ve performans benlik saygısının rolü. *Pamukkale Üniversitesi E itim Fakültesi Dergisi*, 27(27), 159-170.
- Baumeister, R.F., Campbell.. J.D., Krueger, J. ., Vohs, K.D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Betterperformance, İnterpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles?. *Psychological Science in The Public İnterest*. 4:1-10.
- Baym, N. ve Boyd, D. (2012). “Socially Mediated Publicness: An Introduction.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, No: 56(3), pp. 320-329.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Do u, B., slamo lu, G. ve Aydemir, A.T. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi, *Selçuk İleti im Dergisi*, 7 (3), 15-16.
- Baz, Ç. F. (2018). “Sosyal Medya Ba ımlılı ı: Üniversite Ö rencileri Üzerine Çalı ma”. *Uluslararası Toplum Ara tırmaları Dergisi*, 9 (12), 1-20.
- Bazarova, N. N., Choi, Y. H., Schwanda Sosik, V., Cosley, D., ve Whitlock, J. (2015). Social sharing of emotions on Facebook: Channel differences, satisfaction, and replies. *In Proceedings of The 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 154–164) , February. ACM.
- Bergman, S. M., Fearrington, M. E., Davenport, S. W., and Bergman, J. Z. (2011). Millennials, Narcissism and Social Networking: What Narcissists Do on Social Networking Sites and Why. *Personality and Individual Differences*, 50, 706-711.
- Berson, I., ve Berson, M. (2003). Digital literacy for effective citizenship. *Social Education*, 67(3), 164- 167.
- Besser, A., ve Priel, B. (2009). Emotional responses to a partner’s imaginary rejection: The roles of attachment anxiety, covert narcissism, and self-evaluation. *Journal of Personality*, 77, 287-325.

- Besser, A., ve Priel, B. (2010). Grandiose narcissism versus vulnerable narcissism in threatening situations: Emotional reactions to achievement failure and interpersonal rejection. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 29(8), 874-902.
- Boyd, D. (2007a). "The Significance of Social Software." Thomas N. Burg and Jan Schmidt, (eds.) *BlogTalks Reloaded: Social Software Research & Cases*, Norderstedt, pp. 15-30, Social Software Lab.
- Buffardi, L. E. Ve Campbel, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Büyüköztürk, . (2007). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: *Pagem Yayınları*.
- Carlson, N. (2011). Facebook Has More Than 600 Million Users, Goldman Tells Clients, <http://www.businessinsider.com>, eri im tarihi: 05.05.2011.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52, 482-486.
- Cevher, F.N. ve Bulu , M. (2006). Okul öncesi e itim kurumlarına devam eden 5-6 ya çocuklarında akademik benlik saygısı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca E itim Fakültesi Dergisi*. 20:28-39.
- Cezik, A. ve Alanka, Ö. (2016). Dijital Kibir: Sosyal nedyadaki narsistik ritüellere ili kin bir inceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569.
- Chao Lin, J.Y., Hanh Le, A.N. ve Cheng, S.K.J. (2012). Social media usage and work values: The Example of Facebook in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 40 (2): 195-200
- Cihangiro lu, N., Teke, A., Uzuntarla, Y. ve U rak, U. (2015). Narsist ki ilik e ilimleri ile kurumsal ba lılık düzeyleri arasındaki ili kinin analizi. *Yönetim ve Ekonomi Ara tırmaları Dergisi*, 13(1), 1-18.
- Colwell, J., ve Kato, M. (2003). Investigation of the relationship between social isolation, self-esteem, aggression and computer game play in Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology*, 6, 149-158.

- Cücelo lu, D. (2005). İnsan ve davranış. 14. Baskım. İstanbul: *Remzi Kitabevi A.Ş.*; p.373-6.
- Çakın, N. (2005). Bilim ve sanat merkezine zihinsel alandan devam eden öğrencilerin ekranları ile okul başarıları açısından karşılaştırılması. *Yüksek Lisans Tezi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Çakmak, V. (2018). Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 9(30), 137- 152.
- Çankaya, B. (2007). Lise I. Ve II. Sınıf Öğrencilerinin Algılanan Benlik Saygısının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çiftçi, H. (2018). Ergenlerin benlik saygısı düzeylerinin karşılaştırılması meslek yüksek okulu ve meslek lisesi öğrencileri üzerine bir inceleme. *Electronic journal of social sciences*, 17(68).
- De Prego, V.M., Castro, F.V., ve Esteves, M.L. (2014). Technologic Addiction. *INFAD Revista de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 5(1), 257-260
- Eldoğan, D. (2016). Hangi Narsizm? Büyüklenmeci ve Kırılgan Narsizmin karşılaştırılmasına ilişkin bir gözden geçirme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(37), 1-10.
- Ellison, N. ve Boyd, D. (2013). "Sociality through Social Network Sites." William H. Dutton (ed.) In *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford: *Oxford University Press*.
- Erdoğan, E., Doğan, O., Doğan, S., (2009), Beden Eğitimi ve Antrenörlük Bölümü Öğrencilerinde Benlik Saygısı Düzeyi ve Bazı Sosyodemografik Özelliklerle İlişki, *Klinik Psikiyatri Dergisi* sayı: 42., S: 36-37)
- Facebook Statistics, Facebook.com, erişim tarihi: 02.03.2011.

- Folkman, S., Lazarus, S., Gruen, R.J., ve Delongis, A. (1986). Appraisal, coping, health status and psychological symptoms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 571-579.
- Foster, J. D. (2007). The Narcissistic Self: Background, an Extended Agency Model, and Ongoing Controversies. In C. Sedikides & S. Spencer (Eds), *Frontiers in Social Psychology: The Self*, (ss. 1-43). Philadelphia: *Psychology Press*.
- Gençtan, E. (2010). *Psikodinamik Psikiyatri ve Normalde ı Davranı lar*. Ankara: *Remzi Kitapevi*.
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., ve Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: *An experimental investigation*. *Computers in Human Behavior*, 28, 1929-1933.
- Greitemeyer, T., Mügge, D. O., ve Bollermann, I. (2014). Having responsive Facebook friends affects the satisfaction of psychological needs more than having many Facebook friends. *Basic Applications of Social Psychology*, 36, 252–258.
- Güden, C., ve Timur, B. (2016). Ortaokul ö rencilerinin fen bilimlerine yönelik tutumlarının bazı de i kenlere göre incelenmesi (Çanakkale Örne i), *International Journal of Active Learning*, 1(1), 2016, 49-72
- Güney, S. (1998). *Davranı Bilimler ve Yönetim Psikolojisi Terimler Sözlü ü*. Özel Basım: Ankara.
- Haase, A.Q. ve Young, A.L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science Technology Society*, 30(5), 350-361.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya ba ımlılı ı: Bir alan çalı ması. *letim, Kuram ve Ara tırma Dergisi*, 32, 151-176
- lek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranı larına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir ara tırma* (Karamano lu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- yiler, Z. (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama hracatta nternet Zamanı*. Ankara: DTP.

- Jang, J.Y., Han, K., Shih, P.C., Lee, D., (2015). Generation like: Comparative characteristics in Instagram. *ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI)*.
- Joinson, A. N. (2004). *Self-esteem, interpersonal risk and preference for e-mail to face-to-face communication*. *Cyberpsychology & Behavior*, 7, 4.
- Joinson, A.N. (2008). 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook, CHI, Nisan 5–10, Florence, Italy, 1027-1036.
- Karada , G., Güner, ., Çuhadar, D. ve Uçan, Ö. (2008). Gaziantep Üniversitesi Yüksekokulu hem irelik ö rencilerinin benlik saygıları. *Fırat Sa lık Hizmetleri Dergisi*. 3:29-42.
- Kariman, . (2005). Karadeniz Teknik Üniversitesi Trabzon Sa lık Yüksekokulu ö rencilerinin benlik saygıları ve atılganlık düzeylerinin bazı de i kenler açısından incelenmesi. *CÜ Hem irelik Yüksekokulu Dergisi*. 9:24-31.
- Kayri, M. (2009). Ara tırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu kar ıla tırma (post-hoc) teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
- Kayri, M., Elkonca, F., evgin, H. ve Ceyhan, G. (2014). Ortaokul ö rencilerinin Fen ve Teknoloji dersine yönelik tutumlarının CHAID analizi ile incelenmesi. *E itim Bilimleri Ara tırma Dergisi*, 4(1), 301- 316.
- Kernberg, O. (2012). Sınır durumlar ve patolojik narsisizm (M. Atalay, çev.). stanbul: *Metis Yayınları*.
- Kernis, M.H. (2003). Optimal self-esteem and authenticity: Separating fantasy from reality. *Psychological njuiry*, 14-83-89.
- Kiraz, C. (2011). E itim fakültesi ö rencilerinin empatik e ilimleri ile narsistik ki ilik özellikleri. *Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, stanbul: Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kirti , K.A. ve Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268.

- Ko, C.H., Liu, T.L., Wang, P.W., Chen, C.S., Yen, C.F., ve Yen, J.Y. (2014). The exacerbation of depression, hostility, and social anxiety in the course of Internet addiction among adolescents: A prospective study. *Comprehensive Psychiatry*, 55(6), 1377–1384.
- Kohut, H. (1968). The psychoanalytic treatment of narcissistic personality disorders: Outline of a systematic approach. *Psychoanalytic Study of the Child*, 23, 86–113.
- Kurtaran, G.T. (2008). Examining the variables predicted internet addiction. *Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528–52.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2017). “Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14 (3), 1-17.
- Lawrence, D. (2000). *Building Self-esteem With Adult Learners*, London, Great Britain: Paul Chapman Publishing.
- Lu, X., ve Yeo, K. J. (2015). Pathological Internet use among Malaysia university students: Risk factors and the role of cognitive distortion. *Computers in Human Behavior*, 45, 235–242.
- McKinney, B. C., Kelly, L., ve Duran, R. L. (2012). Narcissism Or Openness?: College Students’ Use Of Facebook And Twitter. *Communication Research Reports*, 29, 108-118.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook, *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Mruk, C.J. (2006). *Self- Esteem Research, Theory and Practise : Toward a Positive Psychology Ol Self-Esteem*. New York: *Springer Pub*.
- Onat, F., Alikılıç, Ö. A. (2008). Sosyal a siteleri nin reklam ve halkla ili kiler ortamları olarak de erlendirilmesi. *Journal of Ya ar University*, 3(9), 1111-1143.

- Otrar, M. ve Argın, F.S. (2014). Ö rencilerin sosyal medyaya ili kin tutumlarının kullanım alı kanlıkları ba lamında incelenmesi. *E itim ve Ö retim Ara tırmaları Dergisi*, 3(3), 1-13
- Özdayı, N. (2019). Üniversite ö rencilerinin benlik saygısının bazı demografik bilgilere göre incelenmesi. *Spor E itim Dergisi*, 3(1), 69-80.
- Özsoy, E. ve Ardıç, K. (2017). Karanlık Üçlünün (Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati) Tatminine Etkisinin ncelenmesi, *Yönetim ve Ekonomi*, 391-406.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve e itim etkile imi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turkish*, 7(1), 101-120.
- Pakkal, U. F. (2007). Okul Öncesi E itim Alan Ergenlerin, Sosyal Benlik De erlerinin Problem Çözme Becerisine Etkisi, *Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi*, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, stanbul.
- Peterson, P.A. (2008). Social Networking Sites: Their Interference On Adolescent's Friendship And Self-Esteem, Adolescents Using Social Networking Site Fairleigh Dickinson University.
- Pettijohn, T. F. II., LaPiene, K. E., Pettijohn, T. F., ve Horting, A. L. (2012). Relationships between Facebook ntensity, Friendship Contingent Self-Esteem, and Personality n U.S. College Students. *Cyberpsychology*, 6, 1-7.
- Pincus, A.L., Ansell, E.B., Pimentel, C.A., Cain, N.M., Wright, A.G.C., ve Levy, K.N. (2009). Initial construction and validation of the Pathological Narcissism Inventory. *Psychological Assessment*, 21, 365-79.
- Pi kin, M. (2003). Özsaygı Geli tirme E itimi. Edi tör: Yıldız Kuzgun. ç: İlkö retimde Reh berlik. Ankara: *Nobel Yayın Da itim*; p. 95-123.
- Pittman, M., ve Reich, B. (2016). *Social media and loneliness*: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words.
- Qualman, E. (2009). Statistics Show Social Media Is Bigger Than You Think , <http://www.socialnomics.net/2009/08/11/statistics-showsocial-media-is-bigger-than-you-think/>, eri im tarihi: 11.04.2011.

- Rozenblatt, S. (2002), In Defence of Self: The Relationship of Self-Esteem and Narcissism to Aggressive Behavior. *Yayınlanmamı doktora tezi*, Long Island University, New York.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3, 133-48.
- Ryan, T., ve Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658-1664.
- Sayımer, . (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, *Beta Yayınları*, İstanbul.
- Sayımer, . (2009). Sanal Ortamda Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi. İstanbul: *Beta Yayınları*.
- Scott, D.M. (2010). The New Rules of Marketing and PR, John Wiley and Sons, New Jersey.
- Seward, S.K. (2007). Are narcissists bad for relationships or are relationships bad for narcissists?: The effect of narcissism on close relationships, Department of Psychology St. Francis Xavier University *Narcissism And Relationships*, Canada
- Sowislo, J. F., ve Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological bulletin*, 139(1), 213-240.
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., ve Rosen, D. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 41-49.
- afak, B. ve Kahraman, S. (2019). Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özellikleri ile ilgili ilişkilerin incelenmesi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(2), 54-69.
- Taylor, S. E, Lerner, J. S., Sherman, D. K., Sage, R. M. ve McDowell, N. K. (2003). Are self-enhancing cognitions associated with healthy or unhealthy biological profiles? *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 605-615.

- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2019). Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289-1319.
- Türk Dil Kurumu, (2009). *Büyük Türkçe Sözlük*. www.tdk.gov.tr adresinden erişildi.
- Twenge, J. M., ve Campbell, W.K. (2010). Asrın Vebası: Narsisizm İletisi. (Çev. Özlem Korkmaz). İstanbul: *Kaknüs Yayınları*.
- Time, (2010). <http://newsfeed.time.com/2010/07/08/its-time-to-confront-your-facebook-addiction/> (Accessed, 28.12.2017).
- Uçar, M.E. ve Konal, B. (2018). Öğretmenler ile lise ve üniversite öğrencilerindeki narsisizm kişilik özellikleri benlik saygısı ve duygu Gereksinimi arasındaki ilişkiler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(14), 92-136.
- Ümmet, D. ve Ekici, F. (2016). Türkiye'deki genç yetişkinlerde internet bağımlılığı: yalnızlık ve sanal ortam yalnızlık bağlamında bir inceleme. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*. 3(1), 29-53.
- Üstündağ, H., Demir, N., Zengin, N. ve Gül, A. (2007). Stomalı hastalarda beden imajı ve benlik saygısı. *J Med Sci*. 27:522-7.
- Üzümcü, E. (2016). Büyüklenmeci ve kırılğan narsisistik kişilik özellikleri ile ilişkili faktörlerin emma terapi modeli çerçevesinde incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Yasar Üniversitesi Dergisi*, http://journal.yasar.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf, erişim tarihi: 20.12.2012.
- Wang, R., Yang, F., ve Haigh, M. M. (2017). Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 34, 274-283.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*, O'Reilly Media, USA.

- Wu, A. M. S., Cheung, V. I., Ku, L., ve Hung, E. P. W. (2013). Psychological risk factors of addiction to social networking sites among Chinese smartphone users. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(3), 160–166.
- Ya murlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (1), 5-15.
- Yalın, N. (2018). *Narsistik kişilik, empatik özellikler, eleştirel düşünme ve saldırganlık arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yang, S. C., ve Tung, C. (2004). Comparison of internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. *Computers in Human Behavior*, 23, 79-96.
- Yavuz, N. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kullandıkları izlenim yönetimi taktiklerinin benlik saygısı ile ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Yörükkan, T. (2000). Yunan Mitolojisinde Aşk (1.Baskı). İstanbul: *Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları*.

EKLER

EK-1 B LG LEND RME FORMU

De erli Katılımcılar,

Yakın Do u Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programında yürütece im tez çalı mam için ara tırma yapmaktayım. Bu ara tırmada yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile ili kisi: Narsisizmin aracı rolü arasındaki ili kisini incelenecektir. Bu çalı mada size demografik bilgi formu ve ölçekler verilecektir. Demografik bilgi formunda ya , medeni durum, e itim durumu ve çalı ma durumu ile ilgili veri toplamaya yönelik ki isel sorulardan olu maktadır. Verilen ölçekler sosyal medya kullanımı ölçe i, rosenberg benlik saygısı ölçe i ve narsistlik ki ilik envanteri ölçmeye yöneliktir. Ölçeklerde ve bilgi formunda isminiz yazılmayacaktır ve verdi iniz cevaplar gizli kalacaktır. Ara tırma sonuçları bireysel bilgi olarak de il, grup ortalaması olarak bilimsel raporda kullanılacaktır. E er çalı mayla ilgili bir ikayetiniz, görü ünüz veya sorunuz varsa bunu çalı manın ara tırmacısı Psk. Sude Zeynep Demir'e iletebilirsiniz.

Katılımınız için te ekkür ederim.

Psk. Sude Zeynep DEM R

Yakındo u Üniversitesi, Klinik Psikoloji Bölümü

Lefko a

Mail: sudedemir324@gmail.com

EK-2 KATILIMCI ONAM FORMU

De erli Katılımcı;

Bu alı ma, Prof. Dr. Ebru akıcı danı manlı ında Yakın Do u Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programı ö rencisi Psk. Sude Zeynep DEM R tarafından yeti kin bireylerde sosyal medya kullanımının benlik saygısı ile ili kisi: Narsisizmin aracı rolü arasındaki ili kisini ara tırmak amacıyla yürütölen bir tez çalı masıdır.

Bu ara tırmaya katılmak tamamen gönöllölük esasına dayalı olup, ara tırmaya katılmanız için 18 ve üstü ya aralı ında olmanız gerekmektedir. A a ıdaki onay kutucu unu “evet” eklede i aretlerseniz ara tırmaya gönöllö olarak katılmayı kabul etmi sayılırsınız. Ara tırma kapsamında kimlik bilgileri gibi özel bilgiler istenmemektedir. Bu alı ma süresince toplanan veriler yalnızca akademik ara tırma amacı ile kullanılacaktır ve yalnızca ulusal/uluslararası akademik toplantılarda ve/veya yayınlarda sunulacaktır. Ara tırmadan herhangi bir sebeple ayrılmak isterseniz, ara tırma ekibi ile a a ıda yer alan bilgileri kullanarak ileti me geçebilirsiniz. Uygulama yakla ık olarak 20 dakika sürmektedir. Çalı mayaya katılmayı Kabul edip, ölçek maddelerini doldurmaya ba ladıktan sonra herhangi bir nedenle bataryayı tamamlamak istemezseniz, ölçe i yarıda bırakıp süreci sonlandırabilirsiniz. Bu konu ile ilgili herhangi bir sorunuz ya da endiniz olursa a a ıdaki ileti im bilgilerinden ula abilirsiniz.

Iginiz ve katılımınız için imdiden te ekkür eder, saygılar sunarız.

Ara tırma Ekibi:

Psk. Sude Zeynep Demir

Ileti im telefon : 0533 853 546

e-posta : sudedemir324@gmail.com

Bu alı mayaya gönöllö olarak katılmayı kabul ediyorum.

Evet ()

Hayır ()

EK-3: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Cinsiyet.

- 1) Kadın 2) Erkek

2. Kaç yaşındasınız

- 1) 18-24 2) 25-31 3) 32-38

3. Medeni haliniz.

- 1) Evli 2) Bekar

4. Eğitim Durumunuz

- 1) Ortaokul 2) Lise 3) Önlisans 4) Lisans 5) Yüksek Lisans 6) Diğeri...

6. Annenizin eğitim durumu nedir?

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

7. Babanızın eğitim durumu nedir?

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

8. Facebook'u ne kadar sıklıkta kullanırsınız?

- 1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

9. Instagram'ı ne kadar sıklıkta kullanırsınız?

- 1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

10. ne sıklıkla kendi fotoğraflarınızı paylaşırsınız?

- 1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

11. Instagram'da ne sıklıkla kendi fotoğraflarınızı paylaşırsınız?

1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

12. Facebook ve Instagram'a çe itli nedenlerden dolayı giremedi im zamanlar da kendimi kötü hissederim.

1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

13. Facebook ve Instagram'a giremedi im zamanlarda sosyal çevremde olup biten olayları kaçırmı gibi hissederim.

1) Nadiren () 2) Bazen () 3) Sık sık () 4) Her zaman ()

EK-4 SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇE

Yönerge: A a ıda sosyal medya kullanımına yönelik çe itli ifadeler yer almaktadır. Her ifadede yer alan durumun sizin için ne kadar uygun oldu unu yanda belirtilen derecelmeli ölçek üzerinde i aretlemeniz (X) istenmektedir. Katkınız için te ekkür ederim.

	Bana Hiç Uygun De il	Bana Az Uygun	Bana Orta Seviyede Uygun	Bana Çok Uygun	Bana Tamamen Uygun
1. Akıllı telefonumdan uzak kaldı ımda kendimi eksik, huzursuz hissedirim.	1	2	3	4	5
2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
3. Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					
4. Bir ey okuyup çalı rken sosyal medya ba lantımı da kesmem.					
5. Sosyal medya ve internet kullanarak her i imi yapabilirim.					
6. Günlük tüm etkinliklerimi (konu ma, oyun, banka alı veri vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.					
7. Ya amımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.					
8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de di er i lerimi					

yapabilirim.					
--------------	--	--	--	--	--

EK-5 ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ - (BENLİK SAYGISI ALT BOYUTU)

Yönerge: Aşağıdaki maddeler, kendiniz hakkında ne düşünüp genel olarak nasıl hissettiğinizi ölçmek için hazırlanmıştır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyun ve kendiniz hakkında nasıl hissettiğinizi karıştırdığınız bölümlerden uygun olanı işaretleyerek belirtiniz. A. Çok doğru B. Doğru C. Yanlış D. Çok yanlış.

	A	B	C	D
1.Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli hissediyorum.	1	2	3	4
2.Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.				
3.Genelde kendimi başarısız biri olarak görmeye ilimindeyim.				
4.Ben de diğer insanların çoğunun yapabileceği kadar başarılar yapabilirim.				
5.Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulmuyorum.				
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 yaradığımı düşünüyorum.				
10. Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığını düşünüyorum.				

EK-6 NARS STL K K L K ENVANTER

Yönerge: A a ındaki her bir tutum çifti içinden, lütfen size en uygun olanı belirtiniz.

1	1	nsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
	2	yi biri oldu umu biliyorum çünkü insanlar genelde böyle söyler.
2		Kalabalık içinde herkesten biri olmayı tercih ederim.
		Igi merkezi olmayı severim.
3		Pek çok insandan ne daha iyi ne de daha kötüyüm.
		Özel biri oldu umu dü ünüyorum.
4		nsanlar üzerinde otorite kurmaktan ho lanırım.
		Emirlere uymaktan rahatsız olurum.
5		nsanları kolayca manipüle ederim.
		nsanları manipüle etti imi dü üdü ümde rahatsız olurum.
6		Layık oldu um saygıyı elde etme konusunda ısrarcıyım.
		Hak etti im saygıyı genellikle görürüm.
7		Gösteri ten kaçınırım.
		Genellikle fırsatını buldu umda ov yaparım.
8		Her zaman ne yaptı ımı bilirim
		Bazen yaptı ım eyden emin de ilimdir.
9		Bazen iyi hikaye anlatırım.
		Herkes hikayelerimi dinlemekten ho lanır.
10		nsanlardan çok ey beklerim.
		Ba kaları için bir eyler yapmaktan ho lanırım.
11		Igi merkezi olmaktan ho lanırım.

		Igi merkezi olmak beni rahatsız eder.
12		Otorite olmanın benim için pek bir anlamı yoktur
		nsanlar daima otoritemi kabul ediyor görünürler.
13		Önemli bir insan olaca ım.
		Ba arılı olmayı umuyorum.
14		nsanlar söylediklerimin bazılarına inanır.

		nsanları istedi im her eye inandırabilirim.
15		Kendi kendime yeterim
		Ba kalarından ö renece im çok ey var.
16.		Herkes gibi biriyim.
		Sıra dı ı biriyim.

ÖLÇEK Z NLER

SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇE

Ideniz@marmara.edu.tr>

Sn. Sude Zeynep DEM R,
Yüksek lisans tezinizde tarafımızdan geli tirilen Sosyal Medya
Kullanımı Ölçe i'ni kullanabilirsiniz. Çalışmanızda başarılar
dilerim.

--

Prof. Dr. Levent DEN Z

M.Ü. Atatürk E itim Fakültesi E itim Bilimleri Bölümü
E itim Programları ve Ö retim Ana Bilim Dalı

Tel: (0216) 777 2655 Dahili: 2655

<http://abys.marmara.edu.tr/levent.deniz/>

ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEK ZN :

Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatrisi Derneği

Turkish Association for Child and Adolescent Psychiatry

LG L MAKAMA

Sude Zeynep Demir'in Rosenberg adlı ölçeği kullanmasına derneğimiz tarafından izin verilmiştir.

Prof. Dr. Eyüp Sabri Ercan Dernek Başkanı

Tel : 90-541-440 33 54 Fax :90 - 312 – 440 33 46

Web: www.cogepder.org.tr E-mail: cogepder@gmail.com Adres: Cinnah
Cad. 35/12 , 06700 Ankara, Türkiye

NARS ST K K L ENVANTER ÖLÇEK ZN :

gizem.vural@cbiko.gov.tr>

Doç. Dr. Salim ATAY' ın bilgisi dahilinde bu maili tarafınıza iletiyorum. Akademik çalı malarınızda faydalanmak üzere, Narsistik Ki ilik Envanterini referans göstererek kullanmanız tarafımızca uygun görölmektedir. Kitabın u anda piyasada satı ta olmaması nedeniyle, adres bilgilerinizi iletmeniz halinde tarafınıza kargo ile kitabı gönderebiliriz.

Kolaylıklar dilerim.

ÖZGEÇM

Sude Zeynep Demir Ordu/Ünye ilçesinde doğmuştur. İlkokul, ortaokul, lise eğitim hayatını Ünye 'de tamamladıktan sonra 2015 yılında Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Psikoloji Bölümünü kazanmıştır. 2019 yılında mezun olmuş ve Yakın Doğu üniversitesinde Klinik Psikoloji masterına devam ederken Yakın Doğu Hastanesinde stajını tamamlamıştır. Kadına şiddet, Cinsel istismar gibi toplumsal konular da gönüllük psikolojik yardım üstlenmektedir. Gönüllü olarak online terapilerine halen devam etmektedir.

NT HAL ORANI

YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BENLİK SAYGISI İLE İLİŞKİSİ: NARSİZMİN ARACI ROLÜ

ÖZETLİK RAPORU

% 15	% 14	% 10	%
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

SİBNEL KAYNAKLAR

1	acikerisim.uludag.edu.tr İnternet Kaynađ	%2
2	openaccess.maltepe.edu.tr İnternet Kaynađ	%2
3	dergipark.gov.tr İnternet Kaynađ	%2
4	www.ijoess.com İnternet Kaynađ	%1
5	dergipark.org.tr İnternet Kaynađ	%1
6	silo.tips İnternet Kaynađ	%1
7	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynađ	%1

ET K KURUL ONAYI



BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK

KURULU

16.12.2020

Sayın Sude Zeynep Demir
Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğumuz YDÜ/SE/2020/322 proje numaralı ve
"Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı ile İlişkisi" başlıklı proje
önerisi kurumunuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte,
başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya
başlayabilirsiniz.

Doçent Doktor Düran Kanoğlu

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü

Not: Fajis bir kurumun resmî bir kabul yazısı sağlamak istiyorsanız, Yakın Doğu Üniversitesi Bilimsel
Araştırmalar Etik Kurulu'na bu yazı ile başvurup, kurulun başkanının imzasına taşıyan resmî bir
yazı temin edebilirsiniz.