



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SOSYAL
GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE BEDEN ALGISI İLE İLİŐKİŐİ: NARSİSİZMİN ARACI
ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emre YİĞİT

Lefkoşa
Haziran, 2022

Emre YİĞİT

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE
SOSYAL MEDYA A KULLANIMININ
SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE
BEDEN ALGISI İLE İLİŐKİŐİ:
NARSİSİZMİN ARACI ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

2022

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SOSYAL
GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE BEDEN ALGISI İLE İLİŐKİŐİ: NARSİSİZMİN ARACI ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Emre YİĞİT

Tez DanıŐmanı

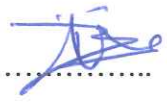


Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ

Lefkoşa
Haziran, 2022


Onay

Emre YİĞİT tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Beden Algısı ile İlişkisi: Narsisizmin Aracı Rolü” başlıklı bu çalışma, gün/ay/yıl tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

Thesis defence was held online. The Jury members declared their acceptance verbally which is recorded. Tez savunması online (çevrim içi) yapılmıştır. Jüri üyeleri onaylarını sözlü olarak vermişlerdir. Tüm süreç kaydedilmiştir.

Jüri Üyeleri	Adı – Soyadı	İmza
Jüri Başkanı:	Dr. Bergül Harmanlı	
Jüri Üyesi:	Yrd. Doç. Dr. Gizem Şenel Uzun	
Danışman:	Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ	

Anabilim/ Anasanat Dalı Başkanı Onayı

 20/09/2022
Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ

Ünvan, Ad-Soyad

Anabilim/Anasanat Dalı Başkanı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

...../...../ 20...
Prof. Dr. Kemal Hüsnü Can Başer
Enstitü Müdürü



Etik İkelere Uygunluk Beyanı

Bu tezin içinde sunduğum verileri, bilgileri ve belgeleri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi; tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu; çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kurallar gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Emre YİĞİT

.../.../2022

Teşekkür

Yapmış olduğum bu çalışmada her türlü bilgi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren tez danışmanım ve değerli hocam. Doç. Dr. Meryem KARAZİZ'e çok kıymetli katkıları için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim süresince kendilerinden çok şey öğrendiğim bilgi ve birikimlerini derslerde ve ders aralarında bizimle paylaşan Yakın Doğu Üniversitesi akademik kadrosuna özellikle değerli hocalarım Prof. Dr. Mehmet ÇAKICI, Prof. Dr. Ebru ÇAKICI ve Dr. Bingül HARMANCI hocama teşekkür ederim.

Yaşamımın her aşamasında olduğu gibi, tez çalışmam sırasında da bana verdikleri sonsuz moral, sevgi ve destekleri için sevgili aileme en içten teşekkürlerimi sunar; ayrıca, tüm tez çalışmam süresince bana güvenen destek veren, dostlarıma da teşekkür ederim.

Emre YİĞİT

Öz

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ile İlişkisi: Narsisizmin Aracı Rolü

Emre YİĞİT

Yüksek Lisans Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

06-2022, 86 sayfa

Üniversite gençliği, genç yetişkinlik döneminin bir aşamasıdır ve fiziksel görünüm, üniversite öğrencileri için oldukça önemli bir konudur. İnsan hayatının merkez noktası haline gelmiş olan iletişim araçları, medya, sosyal medya ve ilgili reklamlar, süreli yayınlar ve programlarla insanlara belirli bir güzellik algısı aşılanmaktadır. Bu durum kişilerin kimliğini, duygularını ve düşüncelerini etkileyebilmektedir. Bu kapsamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ile ilişkisi üzerinde narsisizmin aracı rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma Evreni, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde okuyan üniversite öğrencilerinden oluşturulmuştur. Araştırmanın örneklemi ise 2021-2022 yılında rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 18 yaş ve üzeri 559 katılımcıdan oluşturulmuştur. Katılımcıların kişisel bilgilerini öğrenmek amacıyla Bilgilendirme Formu, Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Vücut Algısı Ölçeği ve Narsistik Kişilik Envanteri veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırma bulgusunda sanal tolerans ile sanal iletişim düzeyleri arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında çok güçlü düzeyde; sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu bulunmuştur. Bireylerde sanal tolerans düzeyleri arttıkça sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçların yanı sıra sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş ve beden algısı ve narsisizm arasındaki ilişkiye yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle yetişkinlerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik daha geniş örneklemlerle çalışmaların yapılması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Görünüş, Beden Algısı, Narsisizm

Abstract**Relation of Social Media Use in University Students With Social Appearance Anxiety, Body Perception: The Intermediary Role of Narcissism****Emre YİĞİT****MA, Department of Clinical Psychology****06-2022, 86 pages**

University youth is a stage of the young adulthood and the physical appearance is a very important issue for university students. Communication tools, media, social media and related advertisements, periodical broadcasts and programs, which have become the center point of human life, are overcome by a certain perception of beauty. This may affect the identity, feelings and thoughts of people. In this context, it is aimed to examine the role of narcissism on the relationship between social appearance anxiety, body perception of social media in university students. The research universe was composed of university students studying in the Turkish Republic of Northern Cyprus. Relational screening model was used in the research. The sample of the study was composed of 559 participants in 2021-2022 by random sampling method. In order to learn the personal information of the participants, the information form, socio-demographic information form, social media addiction scale, social appearance anxiety scale, body perception scale and narcissistic personality inventory were used as a tool of data collection. In the finding of the research, a strong level between virtual tolerance and virtual communication levels; Among the levels of social media addiction; Social appearance anxiety levels were found to have weak positive and significant relationships. Virtual communication, social media addiction and social appearance anxiety levels have increased as virtual tolerance levels increased in individuals. In addition to the results obtained, there are few studies on the relationship between the use of social media, social appearance and body perception and narcissism. For this reason, it can be recommended to carry out wider sample studies to determine the relationship between social appearance, body perception and narcissism levels of social media use.

Keywords: Social Media, Social Appearance, Body Perception, Narcissism

İçindekiler

Onay	1
Etik İlkelere Uygunluk Beyanı	2
Teşekkür.....	3
Öz.....	4
Abstract	5
Tablolar Listesi.....	9
Kısaltmalar	10

BÖLÜM I

Giriş.....	11
Problem Durumu	12
Araştırmanın Amacı	13
Alt Amaçlar.....	13
Araştırmanın Önemi	14
Tanımlar	14

BÖLÜM II

Kuramsal Çerçeve ve İlgili Çalışmalar	16
Sosyal Medya	16
Sosyal Medya Platfromları	17
Facebook.....	17
Twitter.....	17
Instagram	17
Whatsapp	18
Sosyal Medya Etkileri.....	18
Sosyal Görünüş Kaygısı	19
Beden Algısı	21
Beden Algısını Etkileyen Faktörler	23
Biyolojik Risk Faktörleri	23
Cinsiyet	24
Yaş	24
Beden Ağırlığı.....	24
Psikolojik Risk Faktörleri	25

Sosyokültürel Risk Faktörleri	26
Narsisizm.....	27
Sosyal Medya ve Narsisizm	29
İlgili Araştırmalar	31

BÖLÜM III

YÖNTEM.....	34
Araştırmanın Modeli	34
Evren ve Örneklem.....	34
Veri Toplama Araçları.....	36
Sosyo-Demografik Bilgi Formu	36
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	36
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği.....	37
Vücut Algısı Ölçeği	37
Narsistik Kişilik Envanteri (NKE).....	37
Veri Toplama Süreci	38
Çalışmanın Planı ve Süreci.....	38
Veri Analizi	39

BÖLÜM IV

Bulgular.....	41
---------------	----

BÖLÜM V

Tartışma.....	51
---------------	----

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler.....	55
Sonuçlar.....	55
Öneriler.....	56
Kaynakça.....	57
Ekler	70
Ölçek İzinleri.....	76
Özgeçmiş.....	81

İntihal Rapor Oranı	82
Etik Kurul Onayı.....	83

Tablolar Listesi

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı	36
Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Eğilimi Puanlarına Ait Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	40
Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyet Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması	41
Tablo 4. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması	42
Tablo 5. Katılımcıların Instagram Kullanma Sıklığına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması	43
Tablo 6. Katılımcıların Instagram'da Fotoğrafını Paylaşma Sıklığına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması	45
Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları	46
Tablo 8. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ve Narsistik Kişilik Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları	47
Tablo 9. Katılımcılarda Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısının Narsistik Kişilik Üzerindeki Yordayıcı Etkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları ..	48

Kısaltmalar

NKE	:Narsistik Kişilik Envanteri
SGKÖ	:Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
SMBÖ	:Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
VAÖ	:Vücut Algısı Ölçeği
SPSS	:Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı

BÖLÜM I

Giriş

Üniversite gençliği, genç yetişkinlik döneminin bir aşamasıdır ve fiziksel görünüm, üniversite öğrencileri için oldukça önemli bir konudur. İnsan hayatının merkez noktası haline gelmiş olan iletişim araçları, medya, sosyal medya ve ilgili reklamlar, süreli yayınlar ve programlarla insanlara belirli bir güzellik algısı aşılanmaktadır. Bu durum kişilerin kimliğini, duygularını ve düşüncelerini etkileyebilmektedir. Erkeklerde kaslı, kadınlarda ince ve zarif bir vücut son yıllardaki en çarpıcı güzellik algılarıdır (Kılıç, 2015). Bununla beraber kişinin kendi fiziğine ilişkin algısı, özgüvenini ve kişilerarası ilişkilerdeki başarısını etkilemekte; bireye fiziksel, psikolojik ve duygusal olarak fayda sağlayabilmektedir (Öksüz, 2012).

Dış görünüşe verilen bu önem sosyal hayatta da kendini göstermektedir. Bir kişinin dış görünüşü girdiği ortamda ve kurduğu ilişkilerde etkili olabilir. Ancak kişinin kendi beden farkındalığı, kişilerarası ilişkilerde özgüven ve başarıyı etki etmekle birlikte; fiziksel, zihinsel ve duygusal olarak da etkili olabilmektedir (Öksüz, 2012).

Görünüş kaygısı kişinin kilosu, boyu, yüzü ve giyimi gibi faktörleri içermektedir. Beden algısı kötü olan bir kişi, sosyal hayatta kendini gösterebilecek ve kaçınma davranışlarına yol açabilecek kaygı yaşayabilmektedir (Doğan, 2009). Bireyin görünüşü ve bedeni açısından sahip olduğu olumsuz beden imajı, sosyal görünüş kaygısına yol açabilmektedir (Özcan vd., 2013).

Milyarlarca insan, sosyal medyanın interaktif özellikleri sayesinde giderek artan bir şekilde sosyal medyada içerik üretip tüketerek zaman harcamaktadır. Sosyal medyanın kullanıcıların içerik üretmesine olanak sağlaması ve insanların ürettiklerini başkalarına gösterebilmesi narsistik kişilik özelliklerinin artması sebep olabilmektedir. Popülerliği ve kullanıcılara sağladığı göreceli özgürlük nedeniyle sosyal medya bireylerin kişilik özelliklerini sergileyebilmesi için mükemmel bir ortam haline getirmektedir (Oğuz, 2016).

İnsanların kendilerini gündemde tutmak için sosyal medya platformlarını kullandıkları düşünülmektedir (Arğın, 2019). Kişiler toplumsal yaşamdan uzaklaştıkça daha çok bireyselleşmekte ve bunun sonucunda ben merkezci bir yaşam tarzı benimsenmektedir. Ben merkezci bir yaşam tarzını benimseyen insanların narsistik özellikleri kendini sevme ve yüceltmedir. Buffardi ve Campbell (2008)'a göre narsist

eğilime sahip kişiler sosyal medyada sık sık kendileri hakkında paylaşımlarda bulunmaktadır. Carpenter (2012)'a göre ise narsisistik eğilimi yüksek olan bireyler sıklıkla profil fotoğraflarını değiştirmekte, durumlarını güncellemekte veya yeni fotoğraflar paylaşmaktadırlar (Ertürk ve Eray, 2016).

Sosyal medya kullanımı ve narsisizm üzerine yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde, bu araştırmaların odaklandığı konular; sosyal medya kullanıcısı olup olmama durumu ile narsisizm arasındaki ilişki, sosyal medya kullanımında hangi faktörlerin narsisizm ile ilişkili olduğu, sosyal medya kullanım sıklığı ile narsisizm arasındaki bağlantı, narsisizmin sosyal ağlarda nasıl ifade edildiği (Alemdar vd., 2017) narsist eğilimler üzerinde sosyal medyanın etkisi (Malik ve Khan, 2015) şeklinde sıralanmaktadır. Bazı araştırmalar narsisizm ile sosyal ağ kullanımı arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgularken (Panek vd., 2013; Fox ve Rooney, 2015), bu verinin aksine Skues vd. (2012) böyle bir ilişki olmadığını dile getirmektedir.

Problem Durumu

İnternet, bireylerin sosyal gereksinimlerini karşılamada yardımcı bir amaca hizmet ederken, internette geçirilen sürenin ve kullanım sıklığının artması, bireyin hayatında olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Ayrıca, kişiler arası ve yüz yüze ilişkiler şeffaf ve gerçek bir güven sunmasına rağmen, internet tabanlı ilişkiler şeffaf olmayan, gizemli ve gerçekdışı bir güven sağlamaya çalışmaktadır (Mcmillan ve Morrison, 2006).

Başka bir açıdan bakıldığında, internet bireyin kendi dünyasına yabancılaşmasına neden olarak zararlı sonuçlara yol açabilmektedir. Özellikle üniversite öğrencilerinin interneti aktif olarak kullanmaları bu dönemde daha büyük olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. İnternet kullanımının olumsuz davranışsal, fiziksel, zihinsel ve toplumsal sonuçları olabilmektedir. İnterneti problemlerden kaçınmak için daha fazla kullanmak, problemlere yol açacağını bildiği halde interneti kullanmaya devam etmek, evlilikte problemler, kas ağrıları, görme zayıflığı, hatırlama güçlüğü, uykusuzluk, stres, sosyal ve profesyonel ortamlardan uzak durmak internet kullanımının neden olduğu zararlardan bazılarıdır (Balcı ve Günar, 2009; Nalwa ve Anand, 2003). Üniversiteli gençler interneti akademinin, sosyal hayatın ve iş hayatının stresinden uzak bir sığınak olarak görebilmektedirler. Gerçek hayatta kendini ifade edemeyen genç, internet ve sosyal medya aracılığıyla kendini ifade etmenin yollarını arayabilmektedir. İnterneti bu tür nedenlerle kullanmanın, yalnızlığı giderdiği veya

kişinin kendini ifade etmesine izin verdiği için internetin olumlu bir bileşeni olarak görülebilmektedir. Davis'e (2001) göre internet, amaca yönelik ve işlevsel olduğunda, zamanın gerektiği gibi kullanıldığında ve kullanıcıya zorluk çıkarmadığında sağlıklı bir şekilde kullanılmış olmaktadır. Son yıllarda internet kullanım oranının artması ve internetin gençlerin yaşamlarının önemli bir parçası olması nedeniyle sağlıklı internet kullanım oranı da düşmektedir. Dolayısıyla başta gençler olmak üzere her yaştan insan internetin olumsuz sonuçlarından etkilenmektedir.

Narsisizm, beden algısı ve yalnızlık gibi psikolojik durumlar bireylerin sosyal medyadaki davranışlarını etkileyen önemli faktörlerdir (Correa vd., 2010; Kuss ve Griffiths, 2011; Leung, 2013; Marshall vd., 2015). Narsisizm seviyesi yüksek olan kullanıcıların sosyal medyada daha fazla arkadaşına sahip olma ve bu platformlarda daha fazla durum ve fotoğraf paylaşma eğiliminde olduğu belirtilmektedir (Poon ve Leung, 2011; Ong vd., 2011; Mo ve Leung, 2015). Bu nedenle araştırmanın problem cümlesi sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm arasında ilişki var mıdır şeklinde oluşturulmuştur.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ile ilişkisi üzerinde narsisizmin aracı rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

Alt Amaçlar

1. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
2. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi Instagram kullanma sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi Instagram'da fotoğraf paylaşma sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

5. Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
6. Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile narsistik kişilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
7. Katılımcıların sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı narsistik kişilik eğilimini yordamakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Günümüzün en ciddi sorunlarından biri olan sosyal medya bağımlılığının önemi her geçen gün artmaktadır. Bu yükselişin insanların dış görünüş kaygısı, hayranlık, rekabet gibi düşüncelerinden kaynaklanıp kaynaklanmadığı yapılan araştırmaların da konusu olmuştur. Geçmiş araştırmalar narsizm ile sosyal medyayı kullanma sıklığı arasında pozitif yönde bir ilişkiyi kanıtlamaktadır (Mehdizadeh, 2010). Bu sebeple çalışmanın yordayan değişkenleri beden algısı, sosyal görünüş kaygısı ve narsisizm şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca yapılan alan yazın taramasına göre bu üç değişkenin bir arada değerlendirildiği başka bir çalışma olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmanın bulgularının ileride yapılacak olan araştırmalara ışık tutması beklenmektedir.

Sınırlılıklar

Bu araştırma;

1. 18 yaş ve üzeri 559 katılımcı ile,
2. Sosyo-demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal görünüş Kaygısı Ölçeği, Vücut Algısı Ölçeği ve Narsistik Kişilik Envanteri ile sınırlıdır.
3. Araştırma ilişkisel tarama modeli ile sınırlıdır.
4. Araştırmada veri analizinde kullanılan SPSS paket programı ile sınırlıdır.

Tanımlar

Beden Algısı: Kişinin kendisi ve etrafındaki dünya hakkındaki farkındalığını ifade etmektedir. Kendi düşüncelerini, deneyimlerini ve varsayımlarını, kendisini nasıl tanımladığını ve nasıl hissettiğini içermektedir (Aydın, 2015).

Narsisizm: Narsisizm yaşamı kısıtlayan, tutkulu ve kalıcı ilişkileri neredeyse imkansız kılan temel bir kusur şeklinde tanımlanmaktadır (Wardetzki , 2010).

Sosyal Görünüş Kaygısı: Kişilerin görünüşünden dolayı başkaları tarafından olumsuz şekilde yargılanma korkusudur (Hart vd., 2008).

Sosyal Medya: Sosyal medya, bireylerin yetkilendirilmiş bir sistem içerisinde kişisel profiller oluşturmaya, oluşturulan profil ile kişisel çalışmalar yapmaya, diğer kullanıcılarla iletişim kurmaya ve iletişim halindeki kişilerle bilgi paylaşımında bulunmasını olanak sağlayan web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007).

BÖLÜM II

Kuramsal Çerçeve ve İlgili Çalışmalar

Sosyal Medya

W. Christensen ve R. Suess tarafından 1978'de arkadaşlarıyla iletişime geçmek için geliştirilen bir yazılım olan BBS, sosyal medyanın başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Arkadaş gruplarının iletişim kurmasına olanak sağlayan MIRC ve ICQ yazılımları ise 1989'da İsviçre'de kullanılmaya başlanmıştır. 1995 ve 1997 yıllarında kurulan "Classmates.com" ve "SixDegrees.com" siteleri ise Web 2.0 teknolojilerini kullanılarak hizmete sunulmuş ancak benzer platformlar ile rekabet edemeyerek 2001 yılında kapatılmıştır (Ercan, 2016).

Web 1.0'dan web 2.0'a geçiş ile fırsatları artıran ve insanlara internet üzerinden paylaşım yapma olanağı sağlayan dijital yapıya geçişi sonucunda ise sosyal medya kavramı doğmuştur (Abdurrahman, 2016).

Sosyal medya, bireylerin internette bilgi alışverişinde bulunduğu ve bilgi paylaştığı bir ortamdır. Kullanıcılar fikirlerini sosyal web sitelerinde, bloglarda, mesaj panolarında, içerik paylaşım platformlarında ve yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım sitelerinde duyurabilmektedir. Sosyal medya, kullanıcıları üzerindeki etkisinden elde ettiği muazzam bir güce sahiptir. Sosyal medyayı iyi kullanan kişi ve kurumlar, geniş bir kitleye hitap edebilmekte ve seçtikleri amaç doğrultusunda büyük başarılar elde etme olasılığını elde etmektedirler. Özetle sosyal medya bilgi paylaşımında bulunmak, özgün bir bakış açısı sağlamak ve kendini geniş kitlelere tanıtmak gibi çeşitli ihtiyaçları karşılayan bir platformdur (Yeliz, 2010).

İnsanlar sosyal medya platformları aracılığı ile ilgi alanlarını ifade edebilmekte, diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilmekte, arkadaşlıklar kurabilmekte ve kendi sosyal ağ sayfalarında resim, video ve yorum paylaşabilmektedir. Gençler günlerinin önemli ve büyük bir bölümünü bu platformlarda geçirmekte, bilgi paylaşımında bulunarak durumlarını güncellemektedir. Sosyal paylaşım siteleri özellikle gençlere etkinliklere, olaylara veya sohbetlere kolay ve hızlı erişim imkanı sağlamaktadır. Bu sosyal medya programları, gençlerin ve genç yetişkinlerin sosyal medya hesaplarına erişmelerini ve istedikleri zaman birbirleri ile bağlantıya geçmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu programların bildirim özelliği sayesinde kişiler istemediklerinde de hesaplarına bağlı kalmaktadır (Mehmet, 2016).

Dawley (2009)'e göre bir sosyal ağ sitesi, kullanıcılarının profil oluşturabileceği ve çeşitli profesyonel veya kişisel nedenlerle diğer kullanıcılarla bağlantı kurabileceği çevrimiçi bir kişisel ağ sitesidir.

Sosyal medyanın düzenli kullanıcısı olan gruplardan birinin de üniversite öğrencileri olduğu kaydedilmiştir. Üniversite öğrencileri için sosyal medyanın uygun kişilere endişelerini bildirme, ilgi alanlarını daha yakından takip etme, fikirlerini daha hızlı ifade etme, staj veya iş ilanları bulma gibi avantajları bulunmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Sosyal Medya Platformları

Facebook

Facebook, Harvard Üniversitesi'nden Mark Zuckerberg tarafından oluşturulan, geliştirilen ve yaygın olarak kullanılan bir sosyal ağ platformudur. Facebook bağımlılığı, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı ile benzer semptomlar göstermektedir. Kullanıcılarda kişisel yaşamları hakkında farkındalık eksikliği, Facebook'u sürekli kullanma isteği, sosyal kaçış duygusu, bağımlılık semptomlarını maskeleyen için belirli savunma mekanizmaları, beklenen kontrolün kaybı ve zaman içinde eğlencede azalma gibi belirtiler ortaya çıkmaktadır (Daria, 2011).

Twitter

Twitter, bir sosyal ağ sitesi olmanın yanı sıra bir mikroblog hizmetidir. Twitter'da, Facebook'tan farklı olarak mesajları ve güncellemeleri 160 karakterle sınırlaması bulunmaktadır. Kimilerine göre, mesajların kısa olması nedeniyle Twitter'ın daha hızlı bir iletişim modu sağlamaktadır. Mikroblogcular her gün birçok kez güncelleme yapabilirken, ortalama bir blog yazarı yalnızca birkaç günde bir güncelleme yapabilmektedir. Twitter kullanıcılarının cinsiyet oranları hesaplandığı ise kızların (%33), erkeklerden (%22) daha fazla twitter kullandığı görülmektedir (Ariel, 2012).

Instagram

2010 yılında yayına giren Instagram, kısa sürede çok sayıda kullanıcıyı kendine çekerek sosyal medya platformları arasında üst sıralara yükselmiştir. Instagram her gün milyonlarca kişi tarafından birkaç saatliğine kullanılmaktadır. Odak noktasında fotoğraf paylaşımı olan bu sosyal medya uygulaması Kevin Systrom ve Mike Krieger

iş birliği ile ortaya çıkarılmıştır. Bu uygulamada herkesin bir biyografi profili olmasının yanında başkalarını takip etme ve başkaları tarafından takibe alınma özellikleri de bulunmaktadır. Bu ortamda, paylaşılan materyali beğenmek veya yorum yapmak, başkalarıyla ağ oluşturma ve iletişim kurmanın ölçütüdür. Uygulama içerisinde yer alan arama butonu ise kullanıcıların takip etmek istediği hesaplara ulaşmasını sağlamaktadır (Ashley, 2015).

Whatsapp

Whatsapp, yeni nesil akıllı telefonlarda bulunan ve kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan ücretsiz bir mesajlaşma servisedir. Whatsapp üzerinden iletilen metin değiştirilememektedir. Bunun nedeni ise Whatsapp'ın mesaj göndermek için bir internet veri bağlantısı kullanmasıdır. Düz metinden fotoğraflara, ses ve video dosyalarına kadar çok çeşitli mesajların Whatsapp yoluyla gönderimi sağlanabilmektedir (Basma, 2013).

Sosyal Medya Etkileri

Sosyal medya platformları, insanlara yer ve zaman gözetmeksizin iletişim kurmasa, bilgi paylaşma, duygu, düşünce ve fikirlerini paylaşarak ilgi alanlarındaki paydaşlarla bağlantı kurma, haberleri takip etme ve eğlenme imkanları sunmaktadır. Sağbaş vd. (2016) sosyal medya platformlarının, kullanıcıların sosyalleşmesine, benzer ilgi alanlarına sahip diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına, kendilerini geliştirmesine ve işletmelerin reklamlarını yayınlayabilecekleri bir sanal ticaret merkezi işlevi görmesine olanak tanıdığını dile getirmektedir.

Sosyal medya platformları sadece internet erişimi gerektirdiğinden, küresel olaylar, eğitim ve sağlık fırsatları hakkında bilgiler, geniş insan gruplarını kısa sürede bir araya getirebilecek durumları sunarak küreselleşmenin önündeki engeli kaldırmakta ve sosyal faaliyetlerin dinamik kalmasını sağlamaktadır (Gülçay, 2016).

Benzer şekilde, insanların gün içerisinde gerçekleşen olayları veya yeni haberlerinden gazete veya haber kanalları aracılığıyla haberdar olmak için ertesi günü beklemek yerine ilgili haberleri anında takip etmelerini ve dijital basın aracılığıyla bilgilere hızlı erişimleri sağlanabilmektedir (Güney, 2015).

Sosyal medya platformlarının insanların yaşamları üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Öyle ki çoğu sosyal medya sitesinde kullanıcı olmak için yaş sınırı olmadığından reşit olmayanlar ahlaka aykırı ve küfürlü sözleri

görebilmekte, insanlar arasından nefret söylemi hızla yayılabilmekte, insanların kutuplaşabilmekte, sahte hesaplar ile siber zorbalık yapılabilmekte ve kişiler sanal arkadaşlar kurarak gerçek hayattan uzaklaşabilmektedir (Sağbaş vd., 2016).

İnsanların sosyal medya sitelerinde geçirdikleri zamanın giderek artması, bağımlılığa yol açabilmektedir. Kullanıcıların sosyal medya platformlarında geçirdikleri süreyi artırmasında Fear of Missing Out (FOMO)'un yani anlık gelişmeleri kaçırma korkusunun etkili olduğu ve bir süre sonra bu psikolojik rahatsızlığın bireylerin sosyal medyaya bağımlı hale gelmesine yol açtığı düşünülmektedir (Tozkoparan ve Kuzu, 2019).

Terzi (2019) tarafından, kullanıcıların sosyal medya platformlarında ne paylaştığını ve ne yaptığını kaçırma korkusu olarak tanımlanan FOMO, insanlarda sosyal medya bağımlılığına yol açan temel bileşen olarak kabul edilmektedir. Kullanıcılar, anlık gönderileri göremeyecekleri kaygısı ile sosyal medya platformlarına akıllı telefon, tablet veya bilgisayarlarından sürekli ve aşırı giriş yapmaları sonucunda psikolojik sağlıkları olumsuz etkilenmektedir.

Sosyal Görünüş Kaygısı

Sosyal kaygı, bireylerin kişiler arası ilişkileri ve bilişsel durumları ile ilişkilidir. Bireylerin sosyal etkileşimler hakkındaki düşünce ve duyguları, bilişsel, duygusal ve motivasyonel çerçevelerinden etkilenmektedir. Varsayımsal senaryolar bireylerde kaygı uyandırmaktadır ve sıklıkla gerçek hayattan ziyade hayali durumların bir sonucu olarak sosyal kaygı yaşamaktadırlar. Sosyal kaygı ile diğer kaygı türleri arasındaki en temel fark, sosyal kaygının kişiler arası deneyimlerden kaynaklanıyor olmasıdır. Sosyal görünüş kaygısı ise sosyal kaygı ile bağlantılı başka bir kaygı türüdür (Arnett ve Stanley, 2006).

Freud'a göre kaygı, bedensel uyarılmayla ortaya çıkan gerilim ve stres duyularını içeren bir histir. Barow ise kaygıyı, potansiyel olarak meydana gelebilecek durumlara tepki olarak gerçekleşen bir ruh hali olarak tanımlamaktadır. Sosyal kaygı, kaygı türlerinden biridir. Sosyal kaygıdan muzdarip insanlar çok fazla stres ve fiziksel uyarılma yaşamaktadırlar. Günlük hayatta birçok kişi iş görüşmesi gibi stresli durumlarda anlık olarak rahatsız hissedebilmektedir ancak sosyal kaygıdan muzdarip olanlar bu rahatsızlığı sürekli olarak hissetmektedir. İnsanların sosyal ortamlarda veya topluluk önünde konuştuklarında aşırı endişe ve rahatsızlık duymaları sosyal kaygının belirtisidir (Sema, 2020).

Sosyal kaygı bozukluğu çeşitli koşullar tarafından tetiklenebilmektedir. Moscovitch'e göre görünüşte algılanan kusurlar, sosyal kaygı bozukluğu olan kişilerin toplum tarafından yargılanmaktan korkmalarının temel nedenlerinden biridir. Bundan dolayı sosyal kaygı, görünüş kaygısı tarafından tetiklendiği söylenebilmektedir (Levinson ve Rodebaugh, 2012). Hart ve arkadaşlarına göre sosyal görünüş kaygısı, bireyin başkaları tarafından görünüşü, özellikle fiziksel yapısı üzerinde olumsuz yargılanmalara maruz kalacağına dair korkuya sahip olmasıdır (Levinson ve Rodebaugh, 2012). Olumsuz beden algısı olarak nitelendirilen bu durum kişinin çevresindeki insanlara kıyasla kendi yüz, göz, saç, burun gibi vücudun diğer bileşenlerine yönelik sahip olduğu negatif düşünceleri sebebiyle kendini beğenmemesi, kendini daha az çekici görmesi ve kendinden utanmasıdır. Bu durumun tam tersi söz konusu olduğunda ise olumlu beden algısından bahsedilmektedir. Bu durumda birey kendi bedeninden memnundur. Bu kişiler genellikle fiziksel görünümün kişilikle çok az ilgisi olduğunu varsaymaktadırlar. Aynı zamanda, bu bireyler görünüşleriyle ilgili faaliyetlere gereğinden fazla zaman ayırmamaktadırlar. Beden algısı zayıf olan kişilerde ise bu durum tam tersi mevcuttur. Bu kişiler vücutlarında hoşlanmadıkları yerleri saplantı haline getirmekte, sürekli aynada kendilerini incelemekte ve kendilerini başkalarıyla kıyaslamaktadırlar (Doğan, 2009).

Sosyal görünüş kaygısının en sık rastlandığı dönem ergenliktir. Bunun nedeni, ergenlik döneminin vücudun en büyük değişimlerden geçtiği dönem olmasıdır. Ergenlik dönemindeki bireyler, yeni arkadaş çevrelerinden veya içinde buldukları ortamdaki kabul görmeye çalışacaklardır. Vücutları aracılığıyla karşı cinsle etkili bir şekilde iletişim kurabilmenin kendileri için ne kadar hayati olduğunu düşüncesine sahip olan ergen bireyler için karşısındakinden fiziği hakkında iyi geribildirim alması kritik önem taşımaktadır. Bu bakış açısına göre beden algısı ergenler için oldukça önemlidir ve olumsuz eleştirilere maruz kalması sosyal görünüş kaygısına yol açabilmektedir (Özcan vd., 2020).

Sosyal görünüş kaygısı, düşük benlik saygısı ve eleştirilme kaygısı birbiriyle bağlantılı olduğuna inanılan kavramlardır. Sosyal görünüş kaygısının belirtileri arasında titreme, huzursuzluk, sessizlik, çevre ile iletişim eksikliği ve kıyafetlerini düzeltmeye yönelik ısrarlı bir girişim sayılabilmektedir (Leary, 1991).

Beden algısı, sosyal görünüş kaygısı ile bağlantılı olduğu ve birbiriyle ilişkili çok sayıda unsurun bir sonucu olarak ortaya çıktığı için, olumlu bir benlik algısına sahip olmak için hayati öneme sahiptir (Claes vd., 2012). Sosyal görünüş kaygısı ve

olumsuz beden algısının özellikle beden memnuniyetsizliğinin pozitif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu keşfedilmiştir (Claes vd., 2012; Diehl vd., 1998; Frederick ve Morrison, 1998; Hart vd., 2008). Aynı zamanda, sosyal görünüş kaygısı ile Vücut Kitle İndeksi (Claes vd., 2012) ve depresyon (Diehl vd., 1998; Frederick ve Morrison, 1998) arasında olumlu ve anlamlı bir bağlantı olduğu görülmüştür. Ayrıca ergen ve erken yetişkin insanlar üzerinde yapılan bir araştırma, sosyal görünüş kaygısı azaldıkça benlik saygısının arttığı sonucuna varmıştır (Özcan vd., 2013). İkisi arasındaki ilişkiye bakıldığında, sosyal görünüş kaygısı ile öz-şefkat arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu söylenmiştir (Magnus vd., 2010). Sosyal görünüş kaygısı ile öz-şefkatin alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde sosyal görünüş kaygısının öz-sevecenlik, paylaşma bilinci ve farkındalık ile olumsuz; kendini yargılama, soyutlama ve aşırı özdeşleşme ile pozitif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. (Koç ve Ermiş, 2016; Mosewich vd., 2011; Mosewich vd., 2013). Ayrıca literatürde öz şefkatin sosyal görünüş kaygısını yordadığı sonucuna ulaşan araştırmalar da bulunmaktadır (Magnus vd., 2010; Mosewich vd., 2011; Ferguson vd., 2014). Koç ve Ermiş (2016)'e göre, yaşamda zorluklarla karşılaşıldığında, kişinin yargılayıcı bir tutum yerine daha olumlu bir tutumla yaklaşması, zorlukları yaşamın bir parçası olarak kabul etmesi ve bu tutumları dengeli bir şekilde sürdürmesi kişilerin bedenleri hakkında sahip olduğu olumsuz değerlendirmeleri üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır.

Beden Algısı

Psikoloji alanında beden algısı ve ilgili kavramların ele alınmasının tarihsel sürecini incelendiğinde, psikiyatristlerin 1950 ile 1960 yılları arasında Freudyen bakış açısıyla fiziksel görünüşleri ile ilgili sorunlarını açıklamaya çalıştıkları göze çarpmaktadır. Sosyal psikologlar ise 1970'lerde sosyal ilişkilerin beden algısını nasıl etkilediğine odaklanırken; 1990'lardan beri bilişsel davranışçı teorilerin beden algısına odaklandığı görülmektedir (Sarwer ve Polonsky, 2016). Yapılmış olan araştırmalarda beden algısı kavramı yerine beden imajı, beden şeması, beden egosu, beden imgesi ve beden sınırı gibi kavramlar da kullanılmıştır (Uşkun ve Şabaplı, 2013; Erkal İlhan, 2007). Beden algısı ile ilgili çalışmalar, psikolojide yeni görüşlerin etkili olmaya başladığı 1980'lerden itibaren sosyal araştırmalarda önemli bir alan haline gelmiştir (Oğuz, 2005).

Beden algısının üç temel boyutu değerlendirme, duygulanım ve yatırımdır. Değerlendirme boyutunda, kişinin tüm fiziksel özelliklerinden aldığı doyum üzerinde durulmaktadır. Duygulanım boyutunda, bireyin kendisini değerlendirmesi sonucunda ortaya çıkan hisler ve duygusal deneyimler tanımlanmaktadır. Bunların yanında yatırım boyutunda ise kişinin görünüşünün ve benlik algısındaki ayırt edici niteliklerin bilişsel-davranışsal önemi anlatılmaktadır (Sandoval, 2008). Üç boyutu bulunan beden algısının (bireyin kendi bedeninin büyüklüğünü ve orantılarını zihninde nasıl canlandırdığı), tutumlar (gerek bilişsel gerekse duygusal olarak kendi bedeni hakkındaki görüşlerinin incelik idealini nasıl karşıladığı) ve davranışlardan (yeme davranışı sıklığı, aşırı spor ve diyet) etkilendiği de dile getirilmiştir (Botta, 1999; akt. Eşiyok ve Özgen, 2017).

Fiziksel değişimin, bebeklik döneminde gelişmeye başlayan beden algısının yaşam boyu sürekli gelişimi üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte, beden algısı fiziksel değişikliklerin yanından çok çeşitli başka faktörlerden de etkilenmektedir. Uğurlu ve Akın (2008)'in de çalışmalarında belirttiği gibi cinsiyet, kendilik imgesi, öğrenme ve olgunlaşma seviyesi, benlik gücü, dürtüler, motivasyon, güven duygusu, kişinin vücuduna karşı duyarlılığı ve yüklediği anlam, toplumun görünümüne verdiği değer gibi faktörler de beden algısı üzerinde etkilidir. Bireylerdeki beden algısının gelişiminde toplumsal güçler büyük bir paya sahiptir. İnsanların beden görüşleri toplumun ideallerini karşılamaması halinde bu durum kişide mutsuzluk nedeni olabilmektedir. Öyle ki bu durum kişi tarafından kendi kişisel sağlığından bile önemli hale gelebilmektedir (Oğuz, 2005). Çünkü bir kişinin bedeniyle ilgili izlenimi olumsuz ise tüm yaşamının bu durumdan olumsuz etkilenme olasılığı yüksektir (Arslangiray, 2013).

Bireylerin beden algıları yapısal, fonksiyonel, hormonal ve görünüş ile ilgili farklılıklar sonucunda değişebilmektedir (Babacan vd., 2011). Vücudun herhangi bir bölümünün görünümü veya işlevi değiştiğinde beden algısı da önemli ölçüde etkilenmektedir (Ünal, 2014). Bir kişinin fiziksel görünümü değişmese bile beden algısı çarpık ise kendini değerlendirmede problemler ve psikolojik sıkıntılar yaşayacağı iddia edilebilmektedir (Karagöz ve Karagün, 2015). Çünkü benlik algısı ve kişinin kendi bedenine ve onun bölümlerine anlam yüklemesi, kendine güven, benlik saygısı, kimlik ve kişilik ile bağlantılıdır (Uğurlu ve Akın, 2008). Beden algısının zarar gördüğü durumlarda kişide yeme bozuklukları gözlemlenebilmektedir (Springer vd., 1998; akt. Kutlu, 2009).

Beden algısının ilişkili olduğu bir diğer faktör kişiliktir. Ancak benlik algısı kişiliğe göre nispeten daha fazla değişkenlik gösteren bir kavramdır. Bu algı, kişinin yaşamı boyunca, özellikle ilk birkaç on yılda sürekli olarak değişime ve gelişime açıktır (Canatan, 2011). Beden algısının en önemli yönlerinden biri de bu değişim ve gelişim sürecidir çünkü beden algısı belirli niteliklere sahip kalıplaşmış bir özellik değildir. Kısaca, kişinin kendi bedeni hakkındaki algısı sürekli değişim içerisinde. Mevsimler, yaş, yaşam deneyimleri, medya ve moda trendlerinin tümü beden algısının değişimini etkileyebilen faktörlerdir (Hetherington vd., 2006; akt. Arslangiray, 2013). Beden algısının bu değişkenlere göre değişmesiyle birlikte, fiziksel benlik algısı olumlu olan kişilerin kişilerarası etkileşimlerinde ve iş hayatında daha başarılı olması hiç değişmeyen bir özelliktir (Uğurlu ve Akın, 2008). Yetişkin bireylere yönelik olarak yapılmış olan araştırmalar, bireylerdeki beden algısı memnuniyetsizliğinin depresyonun bir sonucu olarak geliştiğini ortaya koymaktadır. Ergenler ve çocuklarda ise bu durumun tam tersi işleyişe sahip olduğu gözlenmiştir. Beden algısı doyumu düşük olan ve kendi bedenini güzel bulmayan çocuk ve ergenlerin daha fazla depresyona girme olasılığı bulunmaktadır (McCabe ve Marvit, 1993; akt. Arslan vd., 1996).

Düzenli olarak gördükleri reklam, magazin programları veya medya tutumları sosyal görünüşünün önemini vurguladığı için bireylerde görünüş kaygıları ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucunda ise bireyler, kaygılarını azaltmak için kendilerini gerçek benliklerinden uzaklaşarak olmak istedikleri ideal benlikleri yaratmaktadırlar. Bu kişilerin sosyal medyayı ideal benliklerini yansıtmak için kullandıkları ve etkileşim kurdukları sürece daha çok kullanacakları düşünülmektedir. Ayrıca Papacharissi ve Rubin (2000)'e göre sosyal medya, sosyal ortamlarda kendini ifade etmekte zorlanan kişilerin kendilerini ifade etmelerine ortam sağlamaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Beden Algısını Etkileyen Faktörler

Biyolojik Risk Faktörleri

Davranış genetiği ve moleküler biyoloji araştırmacıları, beden algısını analiz etmek ve biyolojik faktörler ile beden algısı arasında bir bağlantı olup olmadığını görmek için spesifik genler ve beden algısını ikiz ve adaptasyon araştırmaları ile incelemişlerdir. Erkeklerle yaptıkları ikiz ve adaptasyon araştırmalarında beden algısı ile kalıtım arasında hiçbir bağlantı bulamamışlardır ancak kadınlarda bu durumun tersine döndüğünü dile getirmişlerdir. Boy ve kiloları ölçüldüğünde ise katılımcıların

en az yarısının genleriyle bağlantılı beden algısı problemleri yaşadığını keşfetmişlerdir (Suisman ve Klump, 2011).

Satamenov (2005) beden algısını biyolojik bir unsur olarak ele aldığı çalışmada beden zihinsel bir resmi olarak tanımlanan ve beden temsillerinin bir dizisi olan beden algısının nörolojik süreçlerle tanımlanan bir süreç olduğunu iddia etmiştir.

Cinsiyet

Kadınlar bedenleri ile erkeklerden daha çok ilgilenirken bu ilgileri hayatları boyunca sürmektedir. Alan yazın incelendiğinde kadınların zayıf olduklarında daha güzel gördükleri, erkeklerin ise işlevsel olarak güçlü olmanın görünüşten daha önemli olduğu algısına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bireylerin beden algıları, kadın bedeni ve ideal kadın bedeni ile erkek bedeni ve ideal erkek bedeni ile ilgili medya mesajlarından etkilenmektedir. Reklamlarda ya da dizilerde boy gösteren erkeklerin kaslı bir vücuda sahip olmaları erkek algılarını etkilerken, belirli vücut yapılarına sahip kadınların model olmaları ve reklamlarda boy göstermeleri kadınların algılarında önemli bir etkiye sahiptir. (Aslan 2004; Balcı, 2018; Eşiyok ve Özgen 2017; Kara 2019)

Yaş

Bir kişi oyun evresi boyunca geliştikçe çevresini keşfetmeye başlamaktadır ve bu da sürekli değişen bir bedensel algının oluşmasına yol açmaktadır. Erkekler davranışlarını babalarınınkinden, kızlar ise annelerininkinden modellemektedir. Okula başladığında, kişinin bedeni hakkındaki algısı daha da gelişmektedir. Kişi, okulda başlayan sosyal çevre ve getirileri sonucunda ruhsal zorluklarla karşılaşabilmektedir (Çiftçi, 2012; Teberru Acar, 2010).

Beden Ağırlığı

Kilo alımının beden algısı üzerinde zararlı bir etkiye sahip olduğu konu üzerine yapılmış olan araştırmaların bulgularında yer almaktadır. Başkalarının kendilerini çirkin veya komik bulduklarına ya da kendilerine karşı olumsuz düşünceleri olduğuna inanabilmektedirler (Özgür vd., 2008). Artan vücut ağırlığı, çok sayıda araştırmada vücut memnuniyetsizliği ile ilişkilendirilmiştir. Kişinin kendi fiziği ile ilgili

memnuniyetsizliği, obez olma ve giderek obeziteye dönüşme sürecinde fiziksel olduğu kadar psikolojik sorunlara da yol açmaktadır (Çiftçi, 2012).

Psikolojik Risk Faktörleri

Araştırmacılar, insanların bedenleri hakkındaki fikir ve duygularını içerdiğinden, psikolojik unsurlar ve beden algısı arasındaki ilişkiye odaklanmışlardır. Kişilik (Fisher ve Cleveland, 1968), benlik saygısı ve yeme bozuklukları (Grogan, 2010) gibi beden algısını etkileyen psikolojik yönler üzerinde durulmuştur. Birçok farklı psikoloji kuramı, beden algısı kavramını açıklamaktadır.

Beden ve imaj, insanların algılarını ve düşüncelerini tanımlamak için psikanalitik kurama entegre edilmiştir. 1927'de Sigmund Freud, "Ego her şeyden önce bir beden egosudur; sadece yüzeysel bir varlıktır, ancak beden imajına yaptığı muazzam vurgunun kendisi bir yüzeyin yansımasıdır" açıklamasını yapmıştır (Fisher ve Cleveland, 1968).

İnsanların psikoseksüel gelişiminin çeşitli aşamaları (oral, anal, fallik) ile ilgili takıntılar, yetişkinlikteki psikolojik sorunları açıklamaktadır. Freud bu çerçevede, beden algısını ego oluşumu, libido ve kişilik teorisi için bir temel olarak kabul etmiştir (Fisher ve Cleveland, 1968). Adler, beden algısını, kişinin kendisi hakkında genel olarak yetersizlik duygusuna yol açan organ yetmezliği eksikliği olarak tanımlamıştır (Krueger, 2011). Ayrıca psikodinamik teorisyenler, ego sınırının gelişiminde bakıcı-bebek ilişkisinin önemi üzerinde durmuşlardır (Krueger, 2011). Bebeğin vücudunu diğer dış etkenlerden ayırmanın önemli yönleri arasında emme eylemi, hareketler, jestler, taklitler, annenin davranışları ve şefkatini gösterme şekli (sarılma, öpme ve okşama) bulunmaktadır. Bu dönemdeki obsesyonlar, ayrılık kaygısını ve özerklik arayışında narsisizmi, ayrıca belirli düşünce eksikliğini ve kendini ifade etme becerisini en aza indirmektedir (Krueger, 2011).

Feminist Kuramlar, bedenin önemini vurgulayan bir başka psikolojik teoridir. Bu kuram, sosyal yapının toplumsal cinsiyet ve biyolojik cinsiyet arasındaki ayrımı nasıl şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Kadın bedeni, feminist kuramda kültürel normların bir gerekçesi olarak yönetilmesi ve memnun edilmesi gereken bir nesne olarak görülmektedir (McKinley, 2011).

Sunulan tüm kuramlar, yeme bozuklukları ve beden algısı arasındaki bağlantıyı kabul etmektedir. Yeme problemlerinin en yaygın nedeni beden algısı memnuniyetsizliğidir (APA, 2013). Öte yandan obezite, herhangi bir davranışsal veya

zihinsel sorun içermediği için genellikle bir yeme bozukluğu veya beden algısı memnuniyeti ile bağlantılı değildir (Cooper ve Cooper, 1988).

Sarwer vd. (2005) araştırmalarında, obezite ile zayıf beden algısı arasında bir bağlantı keşfetmişlerdir. Bu araştırmaya göre, obez kişilerin düşük benlik saygısı ve fiziksel görünümelerini olumsuz değerlendirmelerinin bir sonucu olarak depresyona yol açmaktadır.

Benlik saygısı, uzun zamandır psikolojik iyilik halinin ve sosyal bağlantının önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Araştırmalara göre, ergen beden algısının benlik saygısı üzerinde önemli bir etkisi vardır (Sheldon, 2011). Türkiye'de yapılan bir çalışmada da sporcu olan veya olmayan ergen kadınlarda beden algısı ile benlik saygısı arasındaki ilişki araştırılmış; spor yapan kadınların daha yüksek benlik algısı ve benlik saygısına sahip olduğu görülmüştür (Dorak, 2011).

Sosyokültürel Risk Faktörleri

Birçok araştırmaya göre sosyo-kültürel unsurlar beden algısı oluşumu üzerinde en büyük etkiye sahip olan en temel boyuttur (Grammas ve Schwartz, 2008; Fitzmmons-Craft vd., 2012). Beden algısının nedensel unsurlarını belirlemek için Keery vd. (2004) Üçlü Etki Modeli'ni kurmuştur. İki yönlü bir süreçle arkadaşlar, ebeveynler ve medyanın bu paradigmada en önemli üç etken olduğu belirtilmektedir. Üçlü etki mekanizması, özellikle zayıf bedeni idealize etme ve içselleştirme açısından önemlidir.

Cash (1990) 'e göre bireylerin kiloları nedeniyle damgalanmaları ve görünümleri nedeniyle sınıflandırılmaları onlar için korkunç bir deneyimdir. Başkalarının görünüşlerini eleştirmesi veya beğenmesi erken çocuklukta başlamaktadır. Çocuklar, obez akranlarından daha ince ve daha çekici olan çocuklarla oynamayı seçebilmektedir. Ergenlik ve yetişkinlik boyunca bu yargılama devam edebilmektedir. Medya, görsel olarak idealize edilmiş imajları ve tanınmış isimleri insanlara sunarak, toplumsal beden algısı hakkında önemli bilgiler vermektedir (Cash, 2006). İnsanlar rol modelleri benimseyerek onlara benzemeye çalışabilmektedir. Bu medyatik kişilerin dış görünüşünü kendi dış görünüşleriyle bağdaştıramayan ve farklı olduklarına inanan insanlar ise çekici olmadıklarını düşünmekte ve beden algısı memnuniyetsizliği yaşamaktadırlar (Grogan, 2010).

Bandura (1963) bu görüşü destekleyen teorik yaklaşım olan öğrenme kuramı çerçevesinde bireylerin erken gelişimsel dönem itibarıyla ebeveynleri, dış çevredeki

olayları ve akranları model aldıklarını ve söz konusu modelleme ile öğrenme sürecini gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Bu şekilde bireyin görüşleri, tutumları, davranışları ve inançları büyüdüğü ev ortamında modellenerek benimsenmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak birey özellikle ergenlik döneminde beden farkındalığı geliştikçe kendi bedenini keşfetmeye başlamaktadır. Ebeveynlerin kendi beden algılarından memnuniyetsizliği veya uyumsuz yeme alışkanlıkları, çocuklarının öz değerlendirmelerini olumsuz etkileyebilmektedir (Gardner vd., 1997).

Diğer aile üyelerinin onlar hakkındaki yargısı, insanların beden algısı üzerindeki bir başka önemli ebeveyn etkisidir. Beden algısı memnuniyetsizliği ve yeme psikopatolojilerinin başlangıcı, kişinin dış görünüşüne yönelik eleştiriler, kilosuna hakkındaki yorumlar ve diğer bireylerle karşılaştırmalar tarafından tetiklenebilmektedir (Kluck, 2010). Ata vd. (2007) bu çerçevede medyanın etkilerini inceleyen çalışmalarında, beden algısı memnuniyetsizliğinin altında yatan nedenlerin, aile ve arkadaşlardan gelen yorumların yanı sıra genel halkın zayıf ve kaslı olmaya dair algısı olduğu sonucuna varmışlardır.

Narsisizm

Bir Yunan efsanesi olan Narcissus'a göre güzel peri Echo'nun aşkına karşılık vermediği için cezalandırılan Narcissus, bir dağ gölündeki yansımasına aşık olmuş, sudaki yansımasına özlem duymuş ama dokunamadığı için eriyip sonunda bir çiçeğe dönüşmüştür. Narsisizm kavramı ise bu efsaneden gelmektedir (Behary, 2014). Psikoloji teorisyenlerinin dikkatini çeken bu mite göre, narsisizm anlayışında özellikle psikanalitik kuramcılar önemlidir. İlk olarak İngiliz psikolog Havelock Ellis, narsisizmi Narcissus efsanesi ile ilişkilendirmiş ve kendi bedenini cinsel bir nesne gibi gören cinsel sapıklığı tanımlamak için kullanılmıştır. Ellis, 1898'de yayınlanan makalesinde, narsisizmin, kadınlarda daha çok görülen bu hayranlığa karşı aşırı bir kendini beğenmişlik ve takıntı hali olduğunu vurgulamıştır. Nacke ise Ellis'in tabirini yorumlayarak narsisizmi bir tür cinsel sapıklık olarak sınıflandırırken, narsisizm psikanaliz sözlüğüne Sadger tarafından eklemiştir (Kızıltan, 2004).

Ernest Jones (1913) "Tanrı kompleksi" adlı makalesinde büyülenmeci narsist tipini karakterize eden ilk psikoterapisttir. Jones, bu eserde teşhircilik, omnipotent fanteziler, yargılayıcılık, duygusal uzaklık ve soğukluk gibi özellikleri içeren bir insan tipini tanımlamıştır. Bu bireyleri normalden psikotik olana kadar derecelendirme sistemi ile değerlendirmiştir (akt. McWilliams,2014).

Narsisizmin doğası, kavramsallaştırılması ve tedavisinde, Kohut (1977) ve Kernberg(1975)'in yapmış olduğu çalışmalar çok etkili olmuştur (Atay, 2009). Kohut (1971)'a göre narsisizm normal ve beklenen bir gelişim sürecidir ancak patolojik narsisizm bu süreçte ortaya çıkan bir takımdır. Ona göre 'büyüklenmeci benlik' ve 'idealleştirilmiş ebeveyn imagosu', narsistik gelişimin iki aşamasıdır. Süreç içinde birbiri ardına büyümesi gereken bu iki çizginin, bireysel değerlerin ve ideallerin gelecekteki inşasını sağladığı dile getirilmiştir. Büyüklenmeci benlik, sağlıklı bir gelişim sürecinde anne tarafından en uygun şekilde eğitilmektedir. Teşhircilik ve büyüklenme istekleri anne tarafından yansıtılmayan çocuğun hayal kırıklığı, büyüklenmeci kendilik çizgisinde gerçekleşmektedir. Bu durumda, kişi yetişkinlik döneminde "gerçekçi olmayan kendilik değerlendirmesi" ile "aşağılık duyguları" arasında bir girdaba girmektedir. Dışarıdan bakıldığında bu iki duygu arasında gidip gelen kişi yüksek bir kendilik değer duygusuna sahip gibi görünmektedir ancak kendi içerisinde güvensizlik ve aşağılık duyguları yaşamaktadır. Kişinin yaşamış olduğu bu durum narsistik kişilik özelliklerinin kaynağı olarak kabul görmektedir (Anıl ve Bahadır, 2007).

Kernberg (1975), narsist kişiliği, öncelikle ana nesne ilişkileri sorunlarından kaynaklanan benlik saygısı güçlükleri olarak tanımlamıştır. Narsist kişilerin dışarıdan bakıldığında kibirli, kendini beğenmiş, mesafeli ve çekici bir tavır sergiledikleri söylenmektedir. Kernberg'e göre, bu kişiler başkalarıyla sohbet ederken sıklıkla kendileri hakkında konuşmaktadırlar. Bu insanların temel özellikleri, kibir, aşırı bencillik ve başkalarından gelecek onay ve övgüye aşırı ihtiyaç duyma olarak nitelendirilmiştir. Narsist kişilerin başkalarını idealize etme veya onlardan nefret etme eğiliminde oldukları ve başkalarıyla iletişimlerinin sömürüye dayalı olduğu söylenmiştir. Kernberg'e göre bu insanlar, kötü muamele görebilecekleri, kullanılmayacakları veya yapmaları halinde engellenecekleri için başka bir kişiye bağımlı olmaktan korkmaktadırlar. Bu insanların duygusal yaşamlarının da sığ olduğuna inanılmakta ve diğer insanların ne hissettiğini anlamakta kötü oldukları bilinmektedir. Kişisel duygularında önemli bir farklılık bulunmamaktadır ve yoğun melankoli veya depresif duygular yaşamamaktadırlar. Kernberg'e göre, narsist insanlar sıklıkla, örtük şiddet sergileyen soğuk bir ebeveyn figürü ile duygusal olarak yoksun bırakılmış şekilde büyümektedirler (Kernberg, 1975).

Narsist kişiliğe sahip bir kişi birçok yönden diğer insanlardan üstün olduğuna inanmaktadır. Bu nedenle birey sosyal ortamında yanlış anlaşılabilir olduğunu

düşünmektedir ve daha fazla ilgiyi hak ettiğine inanmaktadır. Bunların yanında, fikirlerinin ve duygularının daha fazla dikkat ve önem kazanmasını beklemekte ancak bunları diğer kişilerle paylaşmak zorunda hissetmemektedir. Bu insanlar, bekledikleri ilgi ve özeni görmediklerinde genellikle öfkelenmektedir. Ayrıca hedeflerine ulaşmak için başkalarını sömürmekte ve kötüye kullanmaktadırlar (Lelord ve Andre, 2009).

Bir tehditle karşı karşıya kaldığında, narsist kişilik özelliklerine sahip bir kişi, benlik saygısını artırmak veya tehdidin kaynağını korkutmak için zorbalık davranışında bulunabilmektedir. Bundan dolayı narsisizmin, zorbalık tutumlarını, duygularını, arzularını ve davranışlarını aşılama için bir araç olarak kullanıldığı düşünülmektedir (Washburn vd., 2004).

Sosyal medya platformları üzerine inşa edilen günümüz kültüründe popülerliğin önemi giderek artmaktadır. Günümüz kültüründe ünlü olmak, gündemde olmak, para sahibi olmak ve güzel bir fiziksel görünüme sahip olmak oldukça önemlidir. Sonuç olarak, insanların kendilerini gündemin için tutmak için sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır (Arğın, 2019). Bireyler toplumsal yaşamdan uzaklaştıkça bireyleşmekte ve ben-merkezci bir yaşam tarzı geliştirmektedir. Ben merkezli bir yaşam tarzına sahip olan insanlar, kendini büyütme ve kendini sevme gibi narsistik özellikler sergileyebilmektedir. Buffardi ve Campbell (2008)'a göre narsist eğilimi olan insanlar sosyal medyada kendileri hakkında sık sık paylaşımlarda bulunmaktadır. Carpenter (2012)'a göre belirgin narsistik eğilimlere sahip bireyler sıklıkla sosyal medyada hesaplarında profil fotoğraflarını değiştirmekte, durum veya fotoğraf paylaşımından bulunmaktadır (Ertürk ve Eray, 2016).

Sosyal Medya ve Narsisizm

Sosyal medya kullanıcılarına ideal kimliklerini oluşturma ve sürdürme için ortam hazırlamaktadır (Morf ve Rhodewalt, 2001). Sosyal medya sayesinde bireyler kendilerini ifade edebilmekte, başarılarını büyük kitlelere duyurabilmekte ve başkaları tarafından kabul görmektedir. Bu sebeplerden dolayı sosyal medya narsist taleplerin karşılanması için oldukça uygun bir ortamdır (Alarcón ve Sarabia, 2012).

Narsisizm, Erich Fromm'a göre, kişinin kendi çalışmalarıyla sağladığı faydalardan ziyade, bireyin etkilemediği vücut, fiziksel görünüm, zeka, zenginlik, prestij gibi özellikler nedeniyle kendini üstün görme olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya bu özelliklerin ön plana çıkarılabileceği bir ortam sağlamakta ve kişi bu özelliklere sahip olmasa bile bu özelliklere sahipmiş gibi davranabilmektedir. Sosyal

ağ siteleri, insanlara yüz yüze görüşmeden daha fazla kontrol ve ideal kendi profillerini geliştirmeleri için izin vermektedir. Sonuç olarak sosyal medya, titizlikle hazırlanmış bir benlik imajının yaratılması ve sürdürülmesi gibi narsisistik gereksinimler için elverişli bir atmosfer sağlamaktadır (Morf ve Rhodewalt, 2001).

Bir sosyal medya araştırmacısı olan Campbell'e göre, insanlar sosyal medyayı önemli görünmek, dikkat çekmek, beğeniler ve statü kazanmak için kullanmaktadır. İnsanlar bu hedeflere ulaşmak için en güzel imajlarını seçerek kendileri hakkında en büyüleyici bilgileri paylaşmaktadır. Kendileri hakkında doğru bir imaj sunmamaları takipçilerini de olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Araştırmalara göre sosyal medyada daha fazla zaman geçiren insanlar, diğer insanların hayatlarının kendilerinkinden daha mutlu ve daha iyi olduğuna inanmakta ve sıklıkla kendilerini başkalarıyla kıyaslayarak kendilerini daha kötü hissetmelerine neden olmaktadır (Buffardi, 2008).

Wang vd. (2012)'ın araştırmasına göre, sosyal medya kullanımı dört farklı ihtiyaç türünden (duygusal, bilişsel, sosyal ve alışkanlık) etkilenmekte ancak bunların sadece bir kısmını karşılamaktadır. Karşılanmayan ihtiyaçların zamanla arttığını ve sosyal medya kullanımını etkilediğini belirten araştırmacılara göre, araştırmacılar yalnızlığın ve kişiler arası desteğin sosyal medya kullanımını artırdığını ve karşılanmayan ihtiyaçların sosyal medya kullanımı üzerinde etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Son araştırmalara göre Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformları, bireylerin ideal imajlarını yansıtmalarına ve başkaları tarafından beğeni kazanmalarına olanak sağlamaktadır (Chua ve Chang, 2016).

Clayton ve arkadaşları (2013) kaygı ve yalnızlığın hem Facebook hem de Facebook arkadaşlarına duygusal bağlılığı öngördüğünü keşfetmiştir (örneğin, Facebook kapatılsaydı gerçekten mutsuz olurum düşüncesi). Lee vd. (2013)'ya göre yalnız olan kişiler düşük düzeyde iyi oluşa sahip olsalar da kendilerini sunum ve akranlarından sosyal destek gibi SPS kullanarak iyi oluşlarını pekiştirebilmektedir. Jin (2013) yalnızlık ile aktiviteler, kendini ifade etme, tutumlar ve memnuniyet dahil olmak üzere Facebook kullanımının çeşitli yönleri arasındaki bağlantıyı araştırmıştır.

Savcı ve Aysan (2016), dürtüsellik, sosyal medya kullanımı ve yalnızlığın bağlantı şeklini incelemiş ve çalışmanın bulguları, dürtüsellüğün yalnızlığı dolaylı, olumlu ve önemli ölçüde yordadığını, sosyal medya kullanımının ise yalnızlığı doğrudan, olumlu ve anlamlı bir şekilde yordadığını göstermiştir. Yang (2016)

instagram üzerinde paylaşımlarda bulunmanın yalnızlık duygusu ile ilişkili olduğunu iddia etmektedir. Twitter gibi metin tabanlı sitelerle karşılaştırıldığında, Instagram gibi görüntü tabanlı sosyal medyayı kullanmak, sağladığı gelişmiş yakınlık duygusu nedeniyle yalnızlığı azaltabilmekte ve mutluluğu ve yaşam memnuniyetini artırabilmektedir (Pittman ve Reich, 2016).

İlgili Araştırmalar

Gümüş (2002)'e göre sosyal kaygı, literatürde en az araştırılan kaygı alanıdır. Sosyal kaygı, başkalarının bireyi nasıl gördüğü ve değerlendirdiği korkusudur ve birey bu değerlendirmeleri hissedebilmektedir. Dolayısıyla bu durum bir kişinin günlük yaşamda işlevselliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir.

Bazı kaynaklarda sosyal kaygı ve sosyal fobi için aynı tanımı kullanılırken, bazılarında kaygının şiddetinin iki kavramı birbirinden ayıran şey olduğunu iddia edilmektedir. Sosyal kaygının daha iyi anlaşılması için sosyal fobi kavramından faydalanılması gerekmektedir (Gümüş, 2002).

Her birey, zaman zaman sosyal ortamlarda bir miktar kaygı yaşayabilmektedir (Erkan, 2003). Ancak sosyal kaygı, kişinin günlük yaşamında ifade edildiği şekliyle, başkaları tarafından izlenme ve sosyal ortamlarda bulunmanın neden olduğu şiddetli kaygı olarak tanımlanabilmektedir (Özcan vd., 2013). Bu yaklaşım ilk olarak 1900'lerin başında ortaya çıkmış ve o dönemde popüler olan piyano çalmak, yazı yazmak gibi aktiviteleri yaparken başkaları tarafından görülmekten korkan kişileri tanımlamak için kullanılmıştır. Başlangıçta belirli bir durumu anlatmak için kullanılan sosyal kaygının son yıllarda daha geniş bir anlam kazanmıştır. Bu fikre bugünkü anlamıyla ilk kez DSM-III tanı kitabında kapsamlı bir yer verilmiştir (Erkan, 2003). Amerikan Psikiyatri Birliği ilk olarak 1980'de sosyal kaygıyı ayrı bir durum olarak tartışmıştır (Turan vd., 2000).

Tanıdık olmayan bireyler veya başkaları tarafından yargılanacakları sosyal koşullardan sürekli ve aşırı bir şekilde korkmaya sosyal fobi denilmektedir. Birey, küçük düşürücü veya aşağılayacağı davranışlarda bulunmaktan korkmaktadır. DSM-IV'e göre bu tarz durumların içinde olan kişi donakalma, ağlama veya kendini küçük görme gibi tepkiler sergileyebilmektedir. Bu kaygı mantıksız olsa da bunun bilincinde olmak kişinin kaygı düzeyini etkilememektedir. Sosyal fobisi olan bir kişi sosyal olaylardan kaçınmakta veya sosyalleşirken önemli ölçüde stres yaşamaktadır (Ollendick ve March, 2004).

Sosyal görünüş kaygısı, bireyin bedensel formu da dahil olmak üzere görünüşünün başkaları tarafından olumsuz değerlendirileceği korkusudur (Makas ve Çelik, 2018). Bazı araştırmalar kaygının sebepleri genel fiziksel görünümün yanı sıra davranışlar olduğunu bildirilirken bazılarında bu sebeplere ten rengi ve yüz yapısı gibi özellikler de eklenmiştir (Hart vd., 2008).

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri ile sosyal medyaya ilişkin görüşlerini öğrenmek amacıyla yapılan bir araştırmaya göre öğrencilerin tamamı interneti kullanmakta, zamanlarının çoğunu sosyal medyada geçirmekte ve hemen hemen her gün internet kullanmaktadır (Vural ve Bat, 2010).

Ülkemizde eğitim fakültelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada, erkeklerin Facebook'a kadınlardan daha fazla bağımlı olduğu ve bu bağımlılık arttıkça akademik başarının düştüğü sonucuna varılmıştır (Çam ve İşbulan, 2012). Aynı çalışmada katılımcılara neden Facebook'a giriş yaptıkları ve uygulamada nasıl vakit geçirdikleri sorulmuş ve bu soruların karşılığında kendilerini haklı çıkarmaya ve yaptıklarını saklamaya çalıştıkları görülmüştür. Bu kişiler arasında en yaygın şikayetin tüm çabalarına rağmen facebook kullanım sürelerini sınırlayamamalarıdır. Ayrıca Facebook'a giriş yaptıklarında kendilerini rahat girmediklerinde ise endişeli ve gergin hissettiklerini belirtmişlerdir.

Odacı ve Çelik (2013) üniversite öğrencilerinin problemleri internet alışkanlıkları ile utangaçlık, narsisizm, yalnızlık, saldırganlık ve benlik algısı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Türkiye'de yedi farklı üniversiteden 215 kız ve 219 erkek olmak üzere toplam 424 öğrencinin katıldığı araştırmanın verileri problemleri internet kullanım ölçeği, narsistik kişilik envanteri, sosyal karşılaştırma ölçeği ve kişisel bilgi formu kullanılarak toplanılmıştır. Araştırmanın bulgularında problemleri internet kullanımı ile utangaçlık, saldırganlık arasında pozitif bir ilişki saptanırken; narsisizm, yalnızlık veya benlik algısı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Problemleri internet kullanıcılarının daha utangaç ve saldırgan oldukları, utangaçlık ve saldırganlığın problemleri internet kullanımını yordadığı tespit edilmiştir.

Alikılıç vd. (2013) İzmir Yaşar Üniversitesi öğrencileriyle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına dayalı olarak yaptıkları bir araştırmadan elde ettikleri 406 anket verisini analiz etmişler ve öğrencilerin Facebook'u "eski bağları yeniden kurmak ve güçlendirmek" için kullandıklarını ve onların Facebook'ta en çok eğlence uygulamalarını kullandıklarını görmüşlerdir.

Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yapılan 225 anketten elde edilen sonuçlara göre, öğrenciler sosyal medyayı duygusal tatmin sağlamak için kullanmayı tercih etmekte ve daha çok mesaj paylaşımı için kullanmaktadır (Alioğlu, 2016).

Bir başka araştırma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İnsani Bilimler Fakültesi öğrencilerinin Twitter kullanımına ilişkin kullanımlar ve doyumlar tekniği kullanılarak 120 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların Twitter'ı öncelikle başkalarının tweet'lerini okumak ve dünyadaki güncel olaylardan haberdar olmak için kullandıkları kısaca Twitter'ın öğrenciler tarafından yarar ve doyum amacıyla kullanıldığı belirtilmiştir (Özer, 2017).

Alhabash ve Ma (2017) tarafından Michigan State Üniversitesi öğrencilerinden Facebook, Instagram, Twitter ve Snapchat kullanım yoğunluk ve sürelerini incelemek amacıyla toplanan verilere göre, öğrenciler en çok Instagram ve Snapchat'te vakit geçirmektedir. Ve bu uygulamaları çoğunlukla eğlence ve kolaylık için kullanmayı tercih etmektedirler.

Bir kişinin sosyal kaygı derecesi geliştikçe, reddedilme, eleştiri ve olumsuz yargılama gibi durumlara karşı daha duyarlı hale gelebilmektedir. Birey kaygılı olduğu için hakkını aramakta, kendine güvenmekte ve kendine saygı duymakta zorlanabilmektedir (Mercan ve Yavuzer, 2017).

Yayla (2018), Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde öğrenim gören 151 öğrenciyle Instagram kullanım alışkanlıklarını öğrenmek için bir anket yapmıştır. Üç bölümden oluşan ankette toplam 45 soru bulunmaktadır. Birinci bölüm internet ve Instagram kullanımının belirlenmesi, ikinci bölüm bu araçların kullanım amaçlarının belirlenmesi ve üçüncü bölüm demografik bilgilerin belirlenmesi için tasarlanmıştır. Anket sonucunda elde edilen bulgulara göre, demografik özelliklere göre Instagram'ı kullanma motivasyonunda önemli farklılıklar bulunmaktadır.

Ergenlik döneminde fiziksel değişim çok hızlı gerçekleşmektedir. Ergen bu değişime hem kendisinde hem de yaşatlarında tanık olmaktadır. Bir kişinin kendi bedeni ile ideal olduğuna inandığı beden arasında büyük bir farklılık varsa, kişi fiziğinden memnun kalmayacak ve diğer insanların da ondan hoşlanmayacağına inanabilecektir (Doğru, 2018).

BÖLÜM III

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ile ilişkisinin incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama paradigması, iki veya daha fazla değişkenin ortak varyasyonu paylaşıp paylaşmadığını belirlemektedir. İlişkisel tarama modelinde değişkenler aynı anda değişiyorsa değişimin nasıl meydana geldiği açıklanmaya çalışılmaktadır (Karasar, 2011).

Evren ve Örneklem

Araştırma evreni, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyet’inde okuyan üniversite öğrencilerinden oluşturulmuştur. Araştırmanın örnekleme ise 2021-2022 yılında Gelişigüzel örnekleme yöntemiyle seçilen 18 yaş ve üzeri 559 katılımcıdan oluşturulmuştur. Katılımcılara ait betimsel bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir. Araştırma örnekleminde yer alacak kişinin sayısının belirlenmesi için evreni bilinmeyen formülü kullanılmıştır. Formülle ilgili detaylar aşağıda yer almaktadır.

Örneklem sayısı ;

n:Örnekleme alınacak birey sayısı

p:İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q:İncelenen olayın görülmeyiş sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

z:Belirli bir anlamlılık düzeyinde, z tablosuna göre bulunan teorik değer

d:Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örnekleme hatasıdır.

$$n = \frac{z^2 p * q}{d^2} \quad n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2} = 384$$

Buna göre evreni bilinmeyen örnekleme formülü kullanılarak %95 güven düzeyinde ve %5 örnekleme hatasında araştırmaya katılması gereken örnekleme sayısının 384 kişilik olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada yer alacak olan örnekleme sayısı belirlendikten sonra araştırmada kullanılacak olan örnekleme yöntemine geçilmiştir. Araştırmada Gelişigüzel örnekleme yöntemi kullanılmıştır. araştırmacının saptanan örnekleme büyüklüğüne göre herhangi bir şekilde evrenin bir parçasını

seçmesidir. Herhangi bir okula gidip saptanacak sayıda (100 öğrenci gibi) rastlanan öğrenciyi olasılıklı olmadan örnekleme alma gelişigüzel örneklemedir (Dawson ve Trapp, 2001).

Katılımcılara Ait Bilgiler

Tablo1.

Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	350	62,6
	Erkek	209	37,4
Medeni Durumu	Evli	56	10
	Bekar	503	90
	Nadiren	188	33,6
Facebook'u ne kadar sıklıkta kullanırsınız?	Bazen	110	19,7
	Sık sık	64	11,4
	Her zaman	197	35,2
	Nadiren	47	8,4
Instagram'ı ne kadar sıklıkta kullanırsınız?	Bazen	94	16,8
	Sık sık	394	70,5
	Her zaman	24	4,3
	Nadiren	205	36,7
Instagram'da ne sıklıkla fotoğraflarınızı paylaşırsınız?	Bazen	172	30,8
	Sık sık	140	25
	Her zaman	42	7,5
	Nadiren	149	26,7
Facebook ve Instagram'a giremediğim zamanlarda sosyal çevremde olup biten olayları kaçırmış gibi hissedirim.	Bazen	160	28,6
	Sık sık	124	22,2
	Her zaman	126	22,5
	Nadiren	149	26,7

Tablo incelendiğinde katılımcıların %62,6'sının kadın, %37,4'ünün erkek olduğu anlaşılmaktadır. Medeni durumlara bakıldığında katılımcıların %10'unun evli, %90'ının bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %33,6'sı Facebook'u nadiren, %19,7'si bazen, %11,4'ü sık sık ve %35,2'si her zaman kullandığını bildirmektedir. Instagram'ı nadiren kullanan kullanıcı oranı %8,4, bazen kullanan kullanıcı oranı %16,8, sık sık kullanan kullanıcı oranı %70,5 ve her zaman kullanan kullanıcı oranı %4,3'tür. Instagram'da kendi fotoğrafını paylaşma sıklığına göre katılımcıların %36,7'si nadiren, %30,8'i bazen, %25'i sık sık ve %7,5'i her zaman Instagram'da kendi fotoğraflarını paylaşmaktadır. Facebook ve Instagram'a giremediği zamanlarda sosyal çevresinde olup biten olayları kaçırmış hissetme durumuna göre katılımcıların

%26,7'si nadiren, %28,6'sı bazen, %22,2'si sık sık ve %22,5'i her zaman Facebook ve Instagram'a giremediği zamanlarda sosyal çevresinde olup biten olayları kaçırmış gibi hissetmektedir.

Veri Toplama Araçları

Katılımcıların kişisel bilgilerini öğrenmek amacıyla Bilgilendirme Formu, Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Vücut Algısı Ölçeği ve Narsistik Kişilik Envanteri veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Sosyo-Demografik Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan bilgi formunda cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu, Facebook'u ne kadar sıklıkta kullanırsınız?, Instagram'ı ne kadar sıklıkta kullanırsınız?, Instagram'da ne sıklıkla fotoğraflarınızı paylaşırsınız? ve Facebook ve Instagram'a giremediğim zamanlarda sosyal çevremde olup biten olayları kaçırmış gibi hissedirim soruları yer almaktadır. Kişisel bilgi formunda toplam 8 soru yer almaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, 2017 yılında Şahin ve Yağcı tarafından 18-65 yaş arası kişilerde "sosyal medya bağımlılık düzeylerini" değerlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. "Sanal Tolerans" ve "Sanal İletişim" olmak üzere iki alt boyut içeren 20 maddeli bir ölçektir. 5'li Likert tipi ölçeğin derecelendirmesi "Bana hiç uygun değil (1)", "Bana uygun değil (2)", "Kararsızım (3)", "Bana uygun (4)" ve "Bana çok uygun (5)" şeklindedir. Ölçekten en yüksek 100, en düşük 20 puan alınabilmektedir. Yüksek puan kişinin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak gördüğüne işaret etmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017).

Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek için yapılan açımlayıcı faktör analizi, ölçeğin öz değeri 1'den büyük 2 faktörlü bir yapı olduğunu ve toplam varyansın yüzde 59,16'sını açıkladığını ortaya koymuştur. 20 maddelik ölçeğin KMO değeri.945; Barlett değeri $\chi^2=7051.32$ (sd=190, p=0.00) şeklinde ölçülmüştür. Birinci alt ölçek olan "sanal tolerans" faktörü, faktör yükleri .68 ile.77 arasında değişen 11 maddeye sahipken, ikinci alt ölçek olan "sanal iletişim" faktörü faktör değerleri .61 ile.87 arasında değişen 9 maddede oluşmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi (χ^2 /sd=3.05,

RMSA=.059; SRMR=.060; NFI=.59; CFI=.96; GFI=.90; AGFI=.88), ölçeğin ortaya çıkan iki boyutlu yapısının iyi uyumlu olduğunu göstermiştir. Ölçek maddelerinden elde edilen ham puanların büyükten küçüğe sıralanması ve alt yüzde 27 ile üst yüzde 27'nin puanları arasındaki farkın test edilmesiyle yapılan analiz sonucunda ölçek maddelerinin ayırt edici bir özelliğe sahip olduğu keşfedilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek için hesaplanan Cronbach alfa güvenirlik katsayısı sanal tolerans alt boyutu için .92, sanal iletişim alt boyutu için .91 ve ölçeğin tamamı için .94'tür (Şahin ve Yağcı, 2017).

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği bir öz bildirim ölçeğidir. Bir kişinin görünüşüyle ilgili duygusal, bilişsel ve davranışsal kaygılarını ölçmek için tasarlanmıştır (Doğan,2010). Ölçeğin Türkçe uyarlaması 2010 yılında Doğan tarafından gerçekleştirilmiştir.

5'li Likert tipi olan ölçek 16 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri Hiç Uygun Değil(1) ile (5) Tamamen Uygun(5) arasında derecelendirilmektedir. Doğan (2010) yaptığı geçerlik ve güvenirlik çalışması sonucunda ölçeğin iç tutarlılık katsayısını 0.93, test-tekrar test güvenirlik katsayısını 0.85 olarak belirlemiştir. Ölçek orijinal formunda olduğu gibi tek faktörlü bir yapıdadır. Ölçeğin ilk maddesi ters kodlama içermektedir.

Vücut Algısı Ölçeği

Secord ve Jourard Vücut Algısı Ölçeği'ni 1953 yılında oluşturmuştur. Orijinal ölçek ilki 46, ikincisi ise 55 maddeden oluşan iki bölüme ayrılmıştır. Hovardaoğlu(1993)'nun araştırması ile ölçeğin 40 maddeli bir Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Ölçeğe verilen cevaplar 5'li Likert tipinde derecelendirmektedir. Ölçeğin en düşük ve en yüksek puanları sırasıyla 40 ve 200 olarak sıralanmıştır. Puanın artması olumlu değerlendirmenin arttığını göstermektedir. Testin Türkçe uyarlamasında iki yarı güvenirliği 0.75, madde korelasyonları 0.45 ile 0.89 arasında değişmekte ve Cronbach Alpha puanı 0.91'dir (Hovardaoğlu, 1993).

Narsistik Kişilik Envanteri (NKE)

Raskin ve Hall (1979), narsistik bileşendeki bireysel farklılaşmayı değerlendirmek için Narsistik Kişilik Envanteri'ni geliştirmiştir. Yıllar içinde sayısız

revizyona uğrayan bu envanter, en son Dr. Ames ve arkadaşları (2006) tarafından 16 soruya kısaltılmıştır. 16 soruluk envantere katılımcılardan her sorudaki ikili tutumdan kendilerine en yakın olan tutumu seçmeleri istenmektedir. Atay (2009) bu envanterin Türkçe standardizasyonunu ve Türkçe eşdeğerlik ve güvenilirlik değerlendirmesini yapmıştır. Bu çalışmada kullanılan Narsistik Kişilik Envanteri, 0.713 Cronbach Alfa değerine sahiptir. Bu değer, kısa sayıda soru içeren bir psikometrik ölçek için beklenenden daha yüksek bir iç güvenilirlik katsayısıdır Atay'ın Türkçe eşdeğerlik ve güvenilirlik araştırmalarında Narsistik Kişilik Envanteri'nin iç güvenilirlik değeri 0.652 şeklinde hesaplanmıştır.

Veri Toplama Süreci

Yakın Doğu Üniversitesi Etik Kurul Daire Başkanlığı'na başvuru yapılarak verilerin toplanması için gerekli izinler alınmıştır. Katılımcılara öncesinden katılımcı bilgilendirme ve aydınlatılmış onam formu verilmiştir. Katılımcı bilgilendirme ve aydınlatılmış onam formunda araştırmanın içeriği ve gönüllülük esasına bağlı olduğu bilgisi verilmiştir. Kişisel bilgi formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Çalışma verileri pandemi sürecinden dolayı gönüllük esasına dayalı şekilde çevrimiçi online olarak toplanmıştır. Anketlerin cevaplanması tahmini 15 dakika sürmüştür.

Çalışmanın Planı ve Süreci

Araştırmanın ilk aşamasında Ocak 2022'de Narsistik Kişilik Envanteri ölçeği, Vücut Algısı Ölçeği, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve Görünüş Kaygısı Ölçeği'ni geliştiren veya uyarlayan araştırmacılardan izinler alınmıştır.

İkinci aşamada Mart 2022'de Yakın Doğu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu'na başvurularak Etik Kurul izni alınmış ve araştırmaya başlanmıştır.

Üçüncü aşamada Mart- Nisan 2022'de araştırma başlama tarihinde pandemi süreci devam ettiği için ölçekler ve kişisel bilgi formu, katılımcı bilgilendirme ve katılımcı onam formları Google Form ile çevrimiçi olarak düzenlenmiştir.

Kavramsal temeller ve ilgili araştırmaların incelenmesi 30 Mart 2022- Nisan 2022 tarihleri arasında yapılmıştır.

Araştırma için uygun örnekleme yöntemiyle belirlenen 18-25 yaş arası 350 gönüllü bireye ölçekler Mart-Nisan 2022 tarihlerinde online olarak ulaştırılmış ve veriler toplanmıştır.

Örneklem grubundan elde edilen verilerle yapılan istatistik analizleri sonucunda ulaşılan bulgular, literatür doğrultusunda tartışılarak sonuç ve önerilerde bulunulmuştur. Nisan 2022

Veri Analizi

İstatistiksel işlemler uygulanmadan önce sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsistik kişilik envanterinden elde edilen puanların dağılımı incelenmiştir. Bunun için çarpıklık ve basıklık katsayıları temel alınmıştır.+1 ve -1 aralığında bulunan çarpıklık ve basıklık katsayıları puanların normal dağılıma sahip olduğunu işaret etmiştir (Büyüköztürk, 2007). Çarpıklık ve basıklık katsayıları, ölçme araçlarından elde edilen puanların dağılıma sahip olduğunu göstermiştir (Tablo 2). Bu doğrultuda parametrik analiz teknikleri kullanılarak veriler analiz edilmiştir.

Tablo 2.

Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Eğilimi Puanlarına Ait Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişkenler	N	Min.	Maks.	Ss	Çarpıklık		Basıklık	
					z	SH	z	SH
Sosyal Medya Bağımlılığı	559	20	96	14,17	0,19	0,10	-0,14	0,20
Sosyal Görünüş Kaygısı	559	16	80	14,48	0,76	0,10	0,01	0,20
Beden Algısı	559	40	175	26,51	0,30	0,10	0,01	0,20
Narsistik Kişilik	559	17	29	2,13	0,30	0,10	0,48	0,20

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi puanlarını iki kategorili değişkenler için bağımsız t-testi, ikiden fazla kategorili değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsistik kişilik eğilimi arasındaki ilişkileri incelemek için Pearson Korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. SPSS (Sosyal

Bilimler için İstatistik Programı) 22.0 istatistik paket programı kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

BÖLÜM IV

Bulgular

Tablo 3.

Katılımcıların Cinsiyet Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort.	Ss.	T	P
Sanal Tolerans	Kadın	350	24,99	6,52	4,60	0,00
	Erkek	209	22,35	6,56		
Sanal İletişim	Kadın	350	26,33	8,01	3,12	0,00
	Erkek	209	24,19	7,56		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	350	54,52	13,97	4,64	0,00
	Erkek	209	48,83	14,02		
Sosyal Görünüş Kaygısı	Kadın	349	38,04	14,19	-0,41	0,67
	Erkek	208	38,57	15,13		
Beden Algısı	Kadın	350	85,94	25,24	2,43	0,01
	Erkek	209	80,19	28,01		
Otorite	Kadın	350	2,97	0,53	-0,68	0,49
	Erkek	208	3	0,62		
Kendine Yeterlik	Kadın	350	4,52	0,77	2,23	0,02
	Erkek	209	4,36	0,84		
Üstünlük	Kadın	350	3,89	0,99	-3,44	0,00
	Erkek	209	4,2	1,07		
Teşhircilik	Kadın	350	4,15	0,65	0,96	0,33
	Erkek	207	4,1	0,63		
Sömürücülük	Kadın	349	4,55	0,82	-0,6	0,52
	Erkek	207	4,59	0,72		
Narsistik Kişilik	Kadın	346	22,79	2,07	-0,24	0,80
	Erkek	206	22,83	2,22		

p<0,05

Tablo incelendiğinde, katılımcıların cinsiyet durumuna göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı, kendine yeterlik ve üstünlük puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (p<0,05). Bununla birlikte, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve kendine yeterlik puan ortalamalarının kadınlarda; üstünlük puan ortalamalarının ise erkeklerde en yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo incelendiğinde katılımcıların cinsiyet durumuna göre, sosyal görünüş kaygısı, otorite, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik puan ortalamalarının bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (p>0,05). Bununla birlikte, bu boyutlardaki kadın ve erkek puan ortalamalarının benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 4.

Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Medeni Durumu	N	Ort.	Ss.	T	p
Sanal Tolerans	Evli	56	20,71	6,57	-3,94	0,00
	Bekar	503	24,37	6,57		
Sanal İletişim	Evli	56	23,29	8,44	-2,24	0,02
	Bekar	503	25,78	7,82		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Evli	56	46,63	14,59	-3,21	0,00
	Bekar	503	53,03	14,08		
Sosyal Görünüş Kaygısı	Evli	56	35,43	13,81	-1,52	0,12
	Bekar	501	38,55	14,60		
Beden Algısı	Evli	56	75,66	24,98	-2,43	0,01
	Bekar	503	84,69	26,46		
Otorite	Evli	56	3	0,38	0,41	0,67
	Bekar	502	2,98	0,58		
Kendine Yeterlik	Evli	56	4,41	0,70	-0,49	0,61
	Bekar	503	4,47	0,81		
Üstünlük	Evli	56	3,88	0,99	-1,00	0,31
	Bekar	503	4,02	1,04		
Teşhircilik	Evli	56	3,93	0,71	-2,46	0,01
	Bekar	501	4,15	0,64		
Sömürücülük	Evli	55	4,4	0,73	-1,62	0,10
	Bekar	501	4,58	0,79		
Narsistik Kişilik	Evli	55	22,42	1,85	-1,42	0,15
	Bekar	497	22,85	2,15		

p<0,05

Tablo incelendiğinde, katılımcıların medeni durumuna göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve teşhircilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (p<0,05). Bununla birlikte, bu boyutlardaki bekar puan ortalamalarının evlilerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların medeni durumuna göre, sosyal görünüş kaygısı, otorite, kendine yeterlik, üstünlük, sömürücülük ve narsistik kişilik puan ortalamalarının bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (p>0,05). Bununla birlikte, bu boyutlardaki evli ve bekar puan ortalamalarının benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 5.

Katılımcıların Instagram Kullanma Sıklığına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Instagram kullanma sıklığı	N	Ort.	Ss.	F	P
Sanal Tolerans	Nadiren	47	20,26	7,25	15,32	0,00
	Bazen	94	22,72	6,78		
	Sık sık	394	25,07	6,16		
	Her zaman	24	18,88	7,26		
Sanal İletişim	Nadiren	47	22,49	7,28	7,68	0,00
	Bazen	94	25,86	8,04		
	Sık sık	394	26,16	7,74		
	Her zaman	24	19,79	8,07		
Sosyal Bağımlılığı	Nadiren	47	44,68	14,47	13,77	0,00
	Bazen	94	51	15,10		
	Sık sık	394	54,36	13,26		
	Her zaman	24	40,58	15,46		
Sosyal Kaygısı	Nadiren	47	40,89	11,94	5,79	0,00
	Bazen	94	39,53	11,67		
	Sık sık	392	36,99	14,61		
	Her zaman	24	48,42	22,16		
Beden Algısı	Nadiren	47	85	34,15	3,69	0,01
	Bazen	94	84,71	24,53		
	Sık sık	394	82,4	24,45		
	Her zaman	24	100,54	40,54		
Otorite	Nadiren	47	3,04	0,55	1,48	0,21
	Bazen	93	2,91	0,54		
	Sık sık	394	2,97	0,57		
	Her zaman	24	3,17	0,56		
Kendine Yeterlik	Nadiren	47	4,28	0,85	1,61	0,18
	Bazen	94	4,47	0,71		
	Sık sık	394	4,49	0,82		
	Her zaman	24	4,25	0,60		
Üstünlük	Nadiren	47	4,06	1,11	2,02	0,11
	Bazen	94	3,78	0,86		
	Sık sık	394	4,06	1,05		
	Her zaman	24	3,92	1,13		
Teşhircilik	Nadiren	47	4,36	0,76	4,13	0,00
	Bazen	92	3,98	0,67		
	Sık sık	394	4,15	0,63		
	Her zaman	24	4	0,41		
Sömürücülük	Nadiren	46	4,61	0,77	1,45	0,22
	Bazen	93	4,41	0,72		
	Sık sık	394	4,59	0,80		
Narsistik Kişilik	Her zaman	23	4,57	0,66	4,08	0,00
	Nadiren	46	22,87	2,79		
	Bazen	92	22,11	2,10		

Sık sık	393	22,96	2,04
Her zaman	21	22,76	1,64

$p < 0,05$

Tablo incelendiğinde, katılımcıların Instagram kullanma sıklığına göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, teşhircilik ve narsistik kişilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Bununla birlikte sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, teşhircilik ve narsistik kişilik puan ortalamalarının Instagram'ı sık sık kullanma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı puan ortalamalarının ise Instagram'ı her zaman kullanma durumunda en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların Instagram kullanma sıklığına göre otorite, kendine yeterlik, üstünlük ve sömürücülük puan ortalamalarının bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p > 0,05$). Bununla birlikte, bu boyutlarda tüm Instagram kullanma sıklığı gruplarının puan ortalamalarının benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 6.

Katılımcıların Instagram'da Fotoğrafını Paylaşma Sıklığına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Beden Algısı ve Narsistik Kişilik Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Instagram'da kendi fotoğrafını paylaşma sıklığı	N	Ort.	Ss.	F	p
Sanal Tolerans	Nadiren	205	22,49	6,13	16,73	0,00
	Bazen	172	24,51	6,76		
	Sık sık	140	26,68	6,20		
	Her zaman	42	20,43	6,68		
Sanal İletişim	Nadiren	205	24,06	6,91	21,91	0,00
	Bazen	172	25,53	7,35		
	Sık sık	140	29,31	8,65		
	Her zaman	42	20,07	6,68		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Nadiren	205	49,2	12,67	24,33	0,00
	Bazen	172	52,97	13,59		
	Sık sık	140	59,36	14,36		
	Her zaman	42	42,36	13,18		
Sosyal Görünüş Kaygısı	Nadiren	204	38,02	14,76	2,94	0,03
	Bazen	171	36,54	12,47		
	Sık sık	140	38,98	15,03		
	Her zaman	42	43,74	18,24		
Beden Algısı	Nadiren	205	82,85	28,04	9,50	0,00
	Bazen	172	83,56	22,65		
	Sık sık	140	79,51	23,70		
	Her zaman	42	103,5	33,04		
Otorite	Nadiren	204	3	0,53	0,49	0,68
	Bazen	172	2,94	0,53		
	Sık sık	140	2,99	0,68		
	Her zaman	42	3	0,44		
Kendine Yeterlik	Nadiren	205	4,57	0,81	5,08	0,00
	Bazen	172	4,53	0,83		
	Sık sık	140	4,29	0,77		
	Her zaman	42	4,24	0,57		
Üstünlük	Nadiren	205	3,99	1,04	5,60	0,00
	Bazen	172	3,83	0,96		
	Sık sık	140	4,29	1,07		
	Her zaman	42	3,9	0,98		
Teşhircilik	Nadiren	203	4,07	0,69	6,23	0,00
	Bazen	172	4,09	0,60		
	Sık sık	140	4,32	0,64		
	Her zaman	42	3,93	0,46		
Sömürücülük	Nadiren	203	4,53	0,74	3,26	0,02
	Bazen	172	4,45	0,75		

Narsistik Kişilik	Sık sık	140	4,72	0,89	2,72	0,04
	Her zaman	41	4,63	0,66		
	Nadiren	201	22,89	2,01		
	Bazen	171	22,49	2,12		
	Sık sık	140	23,14	2,42		
	Her zaman	40	22,55	1,31		

p<0,05

Tablo incelendiğinde, katılımcıların Instagram’da fotoğrafını paylaşma sıklığına göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (p<0,05). Bununla birlikte sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik puan ortalamalarının Instagram’da sık sık kendi fotoğrafını paylaşma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı puan ortalamalarının ise Instagram’da her zaman kendi fotoğrafını paylaşma durumunda en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo incelendiğinde katılımcıların Instagram’da fotoğrafını paylaşma sıklığına göre otorite puan ortalamalarının bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (p>0,05). Bununla birlikte, otorite puan ortalamaların tüm Instagram’da fotoğrafını paylaşma sıklığı gruplarında benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 7.

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1	2	3	4
	r 1			
Sanal Tolerans	p			
	N 559			
	r ,689**	1		
Sanal İletişim	p 0,00			
	N 559	559		
	r ,907**	,924**	1	
Sosyal Medya Bağımlılığı	p 0,00	0,00		
	N 559	559	559	
	r ,181**	,147**	,169**	1
Sosyal Görünüş Kaygısı	p 0,00	0,00	0,00	
	N 557	557	557	557

** p<0.01

Tablo incelendiğinde, katılımcıların sanal tolerans ile sanal iletişim ($r=0,689$; $p<0,01$) puanları arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı ($r=0,907$; $p<0,01$) puanları arasında çok güçlü düzeyde; sosyal görünüş kaygısı ($r=0,181$; $p<0,019$) puanları arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin bulunduğu görülmektedir. Bireylerde sanal tolerans puanları arttıkça sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı puanları da artmaktadır.

Tablo 8.

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ve Narsistik Kişilik Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	R 1								
Sanal Tolerans	P								
	N 559								
Sanal İletişim	R ,689**	1							
	P 0,00								
	N 559	559							
Sosyal Medya Bağımlılığı	R ,907**	,924**	1						
	P 0,00	0,00							
	N 559	559	559						
Otorite	R 0,029	0,062	0,046	1					
	P 0,48	0,14	0,27						
	N 558	558	558	558					
Kendine Yeterlik	R ,141**	0,031	,089*	-0,025	1				
	P 0,00	0,45	0,03	0,55					
	N 559	559	559	558	559				
Üstünlük	R ,103*	,150**	,145**	,198**	,126**	1			
	P 0,01	0,00	0,00	0,00	0,00				
	N 559	559	559	558	559	559			
Teşhircilik	R ,230**	,279**	,277**	,212**	-0,023	,342**	1		
	P 0,00	0,00	0,00	0,00	0,58	0,00			
	N 557	557	557	557	557	557	557		
Sömürücülük	R 0,023	0,044	0,04	,104*	-0,042	,168**	,157**	1	
	P 0,58	0,30	0,35	0,01	0,32	0,00	0,00		
	N 556	556	556	556	556	556	555	556	552
Narsistik Kişilik	R ,145**	,164**	,171**	,452**	,290**	,665**	,578**	,541**	1
	P 0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	N 552	552	552	552	552	552	552	552	552

** p<0,01 * p<0,05

Tablo incelendiğinde, katılımcıların sanal tolerans ile sanal iletişim ($r=0,689$; $p<0,01$) puanları arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı ($r=0,907$; $p<0,01$) puanları arasında çok güçlü düzeyde; kendine yeterlik ($r=0,141$; $p<0,01$), üstünlük ($r=0,103$; $p<0,01$), teşhircilik ($r=0,230$; $p<0,01$) ve narsistik kişilik ($r=0,145$; $p<0,01$) puanları arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Bireylerde sanal tolerans puanları arttıkça ile sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik puanları da artmaktadır.

Bunula birlikte katılımcıların sanal tolerans ile otorite ($r=0,029$; $p>0,01$) ve sömürücülük ($r=0,023$; $p>0,01$) puanları arasında anlamsız ilişkilerin bulunduğu

görülmektedir. Bundan dolayı sanal tolerans ile otorite ve sömürücülük boyutları arasında herhangi bir yorumlama yapılamamaktadır.

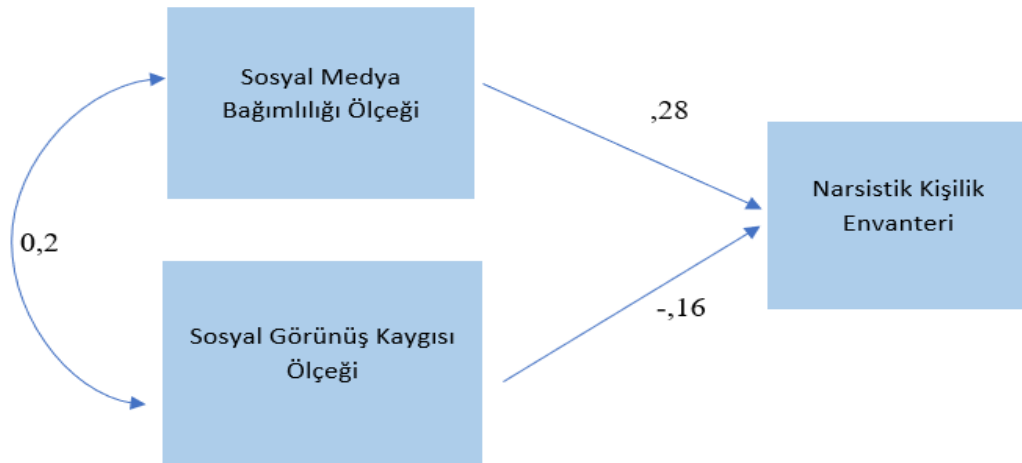
Tablo 10.

Katılımcılarda Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısının Narsistik Kişilik Üzerindeki Yordayıcı Etkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Sh	B	T	P
(Sabit)	22,183	0,39		56,89	0,00
Sanal Tolerans	-0,02	0,08	-0,06	-0,23	0,81
Sanal İletişim	-0,01	0,07	-0,03	-0,12	0,90
Sosyal Medya Bağımlılığı	0,04	0,07	0,28	0,57	0,56
Sosyal Görünüş Kaygısı	-0,02	0,00	-0,16	-3,83	0,00
R=0,23	R2=0,05		F=7,99		p<0,05

Bağımlı Değişken= Narsistik kişilik

Tablo incelendiğinden sosyal görünüş kaygısı ($\beta = -3,83$; $p < 0,05$) düzeyinin narsistik kişiliği negatif yönde yordadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, katılımcılarda sanal tolerans ($\beta = -0,06$; $p > 0,05$), sanal iletişim ($\beta = -0,03$; $p > 0,05$) ve sosyal medya bağımlılığı ($\beta = 0,28$; $p > 0,05$) düzeylerinin narsistik kişiliği yordamadağı görülmektedir. Katılımcılarda narsistik kişilik değişiminin %23'ü sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı tarafından açıklanmaktadır.



Şekil 1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği arasındaki ilişkide Narsistik Kişilik Envanterinin aracı rolü

Şekil 1’de araştırmaya katılan bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği arasındaki ilişkide Narsistik Kişilik rolünün incelenmesine ilişkin yol analizi sonuçları gösterilmiştir.

Şekil 1. İncelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı ($\beta=0,28$; $p>0,05$) düzeylerinin narsistik kişiliği anlamlı düzeyde ve pozitif yönde yordadığı görülmektedir. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinden aldıkları puanların Narsistik Kişilik Envanter puanlarını istatistik olarak anlamlı düzeyde ve negatif yönde yordadığı belirlenmiştir ($\beta=-0,16$; $p>0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği arasındaki ilişkide Narsistik Kişilik aracı rolünün olmadığı, hem Sosyal Medya Bağımlılığı hem de Sosyal Görünüş Kaygısı üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

BÖLÜM V

Tartışma

Araştırmada cinsiyet durumuna göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı, kendine yeterlik ve üstünlüğün değiştiği tespit edilmiştir. Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve kendine yeterlik düzeylerinin kadınlarda; üstünlük düzeylerinin ise erkeklerde en yüksek olduğu gözlenmiştir. Uslu (2019) ve Yılmaz (2017) araştırmasında kadınların erkeklere göre daha yüksek beden farkındalığına sahip olduğunu belirtmiştir. Literatürdeki ilgili araştırmalar bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Ayrıca bu araştırmada cinsiyet durumuna göre, sosyal görünüş kaygısı, otorite, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik düzeylerinin değişmediği görülmüştür. Bununla birlikte, bu boyutlardaki kadın ve erkek puan ortalamalarının benzer olduğu görülmektedir. Alan yazında bu sonuçlar destekleyen bulgular mevcuttur. Levinson ve Rodebaugh (2012), Levinson vd. (2013), Ersanli (2013), Göksel (2018) ve Yorulmaz ve Kurutçu (2019) yaptıkları çalışmada, bu çalışmanın bulgularına benzer şekilde cinsiyet ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını belirtmiştir. Beden bakımı için kullanılan ürünlerin ya da ziyaret edilen yerlerin ağırlıklı olarak kadınlara yönelik olduğunu anlayabiliyoruz, bunun da kadınların vücutlarına erkeklere göre daha kolay bakmalarını ve daha iyi beden algısına sahip olmalarını sağladığını düşündürebilir.

Araştırmanın bir diğer alt amacında medeni durumuna göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve teşhircilik düzeylerinin değiştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, bu boyutlardaki bekar ortalamalarının evlilerden daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Literatürde bu çalışmayı destekleyen çalışmalar mevcuttur. Akman (2019) yaptığı çalışmada beden algısı ve medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur ve bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir. Tutgun-Ünal (2015) ve Gazi vd. (2017) yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı medeni durumuna göre farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Ayrıca bu araştırmada sosyal görünüş kaygısı, otorite, kendine yeterlik, üstünlük, sömürücülük ve narsistik kişilik düzeylerinin medeni durumuna göre değişmediği tespit edilmiştir. Alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde Yorulmaz ve Kurutçu (2018) yapmış oldukları çalışmalarında, sosyal görünüş kaygısının medeni duruma göre anlamlı bir

farklılık göstermediğini belirtmiştir. Yapılan çalışma bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir.

Instagram kullanma sıklığına göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeylerinin değiştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeylerinin Instagram'ı sık sık kullanma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı düzeylerinin ise Instagram'ı her zaman kullanma durumunda en yüksek olduğu gözlenmiştir. McKinney vd. (2012) ve Pettijohn vd. (2012) sosyal medya kullanım sıklığının bireylerde narsisizm ve beden algısını etkilediği sonucuna varmıştır. Amaghani (2015) yetişkinlerle yaptığı çalışmasında da sosyal medya kullanım sıklığının bireylerde narsisizmi artırdığını belirtmiştir. Bu nedenle sosyal medya kullanımı, beden algısı ve narsisizmin sosyal medya kullanım sıklığına göre farklılık gösterebileceği söylenebilir.

Araştırmada Instagram'da fotoğrafını paylaşma sıklığına göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik düzeylerinin değişmediği tespit edilmiştir. Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik düzeylerinin Instagram'da sık sık fotoğrafını paylaşma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı düzeylerinin ise Instagram'da her zaman kedi fotoğrafını paylaşma durumunda en yüksek olduğu gözlenmiştir. Literatürde yapılan çalışmalar da bu araştırmada elde edilen sonuçları desteklemektedir (Stefano vd., 2010; Weiser, 2015; Sheldon, 2016; Ertük ve Eray, 2016).

Araştırmanın önemli bulgusunda sanal tolerans ile sanal iletişim düzeyleri arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında çok güçlü düzeyde; sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu bulunmuştur. Bireylerde sanal tolerans düzeyleri arttıkça sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Literatürde bu araştırmada elde edilen bulguyu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Balcı ve Sarıtaş, 2019). Caplan (2007) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Olumsuz yargılanmaktan korkan, insanlarla özel olarak konuşmaktan kaçınan ve onlarla iletişim kurmayı riskli gören kişilerin sosyal

ağları daha güvenilir buldukları ve sosyal ağlar üzerinden iletişim kurmayı tercih ettikleri görülmüştür (Çakıcı ve Ciba, 2018). Benzer şekilde, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünümle ilgili kaygıyı artırabilmektedir. Ağırtaş ve Güler (2020) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları bir çalışmada internet bağımlılığı düzeyi arttıkça sosyal görünüşe ilişkin kaygı düzeyinin de arttığı sonucuna varmışlardır. Sosyal görünüş kaygısı, sosyal medyada çok zaman geçiren kişilerin olumsuz geri bildirim alması veya başkalarıyla kıyaslanması durumunda ortaya çıkabilmektedir. Sosyal medya bağımlıları bu ortamda beğenilmek ve ilgi görmek için riskler alabilmektedir ve sosyal ağlarda hayatta kalmaya çalışsalar da olumsuz geri bildirimler aldıklarında sosyal görünüş ile ilgili kaygıları artabilmektedir.

Araştırmada sanal tolerans ile sanal iletişim düzeyleri arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında çok güçlü düzeyde; kendine yeterli, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bireylerde sanal tolerans düzeyleri arttıkça ile sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterli, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeyleri de arttığı gözlenmiştir. Alanyazında yapılan araştırmalar da narsist kişiliğin sosyal medya kullanımını etkileyen önemli faktörlerden biri olduğunu göstermektedir (Mehdizadeh, 2010; Correa vd., 2010; Kuss ve Griffiths, 2011; Leung, 2013; Oğuz, 2016). Bu nedenle narsist kişiliğe sahip kişiler genellikle kendilerini sosyal medyalarda paylaşmak ve ifade etmek istedikleri için sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanım düzeyleri arttıkça sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlilik, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeylerinin de arttığı söylenebilir.

Sosyal görünüş kaygısı düzeyinin narsistik kişiliği negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, katılımcılarda sanal tolerans, sanal iletişim ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin narsistik kişiliği yordamadağı gözlenmiştir. Katılımcılarda narsistik kişilik değişiminin %23'ü sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı tarafından açıklanmaktadır. Alan yazın incelendiğinde bu araştırma bulgularını destekleyen çalışmalar mevcuttur (Demirci ve Ekşi, 2017; Pantic vd., 2017). Bazı araştırmacılar, insanların sosyal medyayı daha çok “görünüşlerini sergilemek” için kullandıklarını ve dolayısıyla narsist eğilimlerini artırdıklarını öne sürmüşlerdir (Şafak ve Kahraman, 2019). Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde sosyal görünüş kaygısı düzeyinin narsistik kişiliği negatif yönde yordadığı bulunmuştur. Sosyal medya, gerçeklikten çok uzak bir sanal alemdir. Sanal dünyada

birey kendini gerçek dünyada gösteremediği belirli kalıplarla burada gösterebilmektedir. Bu noktada bireyin istediği Őekle girmesi kolaylaŐır ve asıl tehlike buralarda baŐlar. Bireyin sosyal medyada yansıttığı kişiye iyi yorumlar ve beğeniler geldiğinde narsistik eğilimleri yükselir ve bu dış uyaranlarla beden algısını korumak isteyebilmektedirler. Sonuç olarak, sosyal medya bağımlılığı narsisizme yol açabilmektedir. Araştırmanın örneklemini oluŐturan bireylerden online olarak anket toplanmasından ötürü elde edilen örnekleme verilerinin güvenirlik düzeyinin nasıl olduğu bilinmektedir. Bu çalışmanın bir sınırlılığı olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm arasındaki ilişkiyi birlikte inceleyen ilk araştırma olması çalışmanın güçlü yönlerindedir.

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler

Sonuçlar

Bu araştırma ile üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile ilişkisi narsisizmin aracı rolü incelenerek alanyazına katkıda bulunulmaya çalışılmıştır. Sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizmi bi arada çalışılmıştır. Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve kendine yeterlik düzeylerinin kadınlarda; üstünlük düzeylerinin ise erkeklerde en yüksektir. Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve teşhircilik düzeylerinde farklılık bulunmuştur. Bununla birlikte, bu boyutlardaki bekar düzeylerinin evlilerden daha yüksektir. Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeylerinin Instagram'ı sık sık kullanma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı düzeylerinin ise Instagram'ı her zaman kullanma durumunda en yüksektir. Instagram'da fotoğrafını paylaşma sıklığına göre sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve narsistik kişilik düzeylerinin Instagram'da sık sık fotoğrafını paylaşma durumunda; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı düzeylerinin ise Instagram'da her zaman kedi fotoğrafını paylaşma durumunda en yüksektir. Sanal tolerans ile sanal iletişim düzeyleri arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında çok güçlü düzeyde; sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bireylerde sanal tolerans puanları arttıkça sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı düzeyleri de artmıştır. Sanal tolerans ile sanal iletişim puanları arasında güçlü düzeyde; sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında çok güçlü düzeyde; kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bireylerde sanal tolerans düzeyleri arttıkça ile sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, kendine yeterlik, üstünlük, teşhircilik ve narsistik kişilik düzeyleri de artmıştır. Sosyal görünüş kaygısı düzeyinin narsistik kişiliği negatif yönde yordadığı bulunmuştur.

Öneriler

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Alan yazında sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm arasındaki ilişkiye yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmanın sınırlı örneklem ile gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, bireylerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik daha geniş örneklemli çalışmaların yapılması önerilebilir.

Gençler arasındaki problemlerli internet kullanımının her geçen gün artış gösterdiği düşünüldüğünde, problemlerli internet kullanımı arttıran faktörlerin belirlenmesine yönelik detaylı araştırmaların yapılması önerilebilir.

Devlete Yönelik Öneriler

Sosyal medya kullanımının ve olumsuz etkilerinin sınırlandırılması için sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı ve narsisizm düzeyleri ile ilgili seminerler düzenlenebilir. Öğrencilerin sosyal medyayı bilinçli kullanabilmeleri için sosyal görünüş kaygısı ve beden algısını artıracak etkinliklerin, kendi beden algılarının farkına varmalarını sağlayacak eğitimlerin düzenlenmesinin faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Klinisyenlere Yönelik Öneriler

Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve narsistik kişilik arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin artması ile sosyal görünüş kaygısı ve narsistik kişilik özellikleri düzeylerinin de arttığı göz önüne alındığında kontrollü internet kullanımının önemi ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda bireylerdeki sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin azaltılması adına uzman psikologlar tarafından çeşitli psikoeğitim programlarının düzenlenmesi önerilebilir.

Üniversite öğrencilerinde sosyal görünüş kaygısına yönelik olarak düzenlenecek psikolojik danışma seanslarında olumlu beden algısı oluşturma üzerinde durulması önerilebilir.

Kaynakça

- Abdurrahman, E. (2016). *Sosyal Medya ve Kutuplaşma*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Ağırtaş, A. ve Güler, Ç. (2020). Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ve sosyal kaygı durumlarının değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 85-86.
- Akman, G. (2019). *Fazla Kilolu ve Obez Bireylerde Beden Algısı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Desteğin Yaşam Doyumuyla İlişkisinin İncelenmesi*. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Alemdar, M. Y., İşbilen, D., Demirel, K. ve Telli, N. G. (2017). Özçekim Davranışı Narsisizm Göstergesi Olabilir Mi? Özçekim ve Narsisizm Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Nitel Bir Araştırma, *Global Medya Journal TR*, 8(15), 71-97.
- Alhabash, S.ve Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*.
- Alikılıç, Ö., Gülay, G. ve Binbir, S. (2013). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. İletişim Kuram ve Araştırma, 37, 40–67.
- Alioğlu, N. (2016). A Field Research on Social Media As Means of Emotional Satisfaction. *Bujss*, 2(9), 1–27.
- Amaghanı, F. (2016). *10. ve 11. Sınıf lise öğrencilerinin yalnızlık ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul).
- Amerikan Psikiyatri Birliği, Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı, Beşinci Baskı (DSM-5), (2013). Tanı Ölçütleri Başvuru Elkitabı'ndan, çev. Köroğlu E, *Hekimler Yayın Birliği*, Ankara.
- Anlı, İ. ve Bahadır, G. (2007). Kendilik psikolojisine göre narsisistik ve sınır kişilik bozukluğu. *İstanbul Üniversitesi Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 27, 1-12.
- Arğın, E. (2019). Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ve narsist eğilimler: Elazığ ili örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(6), 166-183.
- Ariel, D. (2012). Study: *Girls More Plugged in Than Boys*, Retrieved From Slate.

- Arnett, J. J. (2006). G. Stanley Hall's Adolescence: Brilliance and nonsense. *History of psychology*, 9(3), 186.
- Arslan, H. S., Eşigüzel, Ş., Hacıyakupoğlu, G. ve Avcı, A. (1996). Gözlük takan ergenlerde beden imajı doyumu ve depresyon: Karşılaştırmalı bir çalışma. *Düşünen Adam*, 9(1), 4-7.
- Arslangiray, N. (2013). *Üniversite öğrencilerinde beden imajının yordayıcıları olarak bağlanma stilleri ve toplumsal cinsiyet rolleri*. Ankara Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Ashley H.A. (2015). *An Experiment: Instagram Marketing Techniques and Their Effectiveness*. San Luis Obispo, CA: California Polytechnic State University.
- Aslan, D. (2004) Beden algısı ile ilgili sorunların yaratabileceği beslenme sorunları. *STED*, 13 (9), 326-329.
- Ata, R. N., Ludden, A. B., ve Laly, M. M. (2007). The effects of gender and family, friend, and media influences on eating behaviors and body image during adolescence. *Journal of Youth Adolescence*, 36, 1024-1037.
- Atay, S. (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11, 181-196.
- Atay, S. (2010). *Çalışan narsist: Örgütler, liderler, yöneticiler ve astlar*. İstanbul: Namar Yayınları.
- Aydın, Y.: (2015), *Alkol ve Madde Bağımlılığında Beden Algısı, Benlik Saygısı Düzeyleri ve Sosyal Fobi Görülme Sıklığı: Karşılaştırmalı Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Babacan, G. A., Çevik, N., Hataf H. S., Biçen, Ş., Keskin, G. ve Tuna M. A. (2011). Gebelikte benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkili özellikler. *Anadolu Tıbbi Araştırmalar Dergisi* 5(1), 7-14.
- Balcı, B. (2018). *Lise öğrencilerinde algılanan anne baba tutumunun beden algısı üzerindeki etkisinde biriciklik algısının aracılık rolü* (Yüksek lisans tezi).
- Balcı, Ş., ve Gülnar, B. (2009). Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(1), 5-22.
- Balcı, Ş., ve Sarıtaş, H. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya'da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31: 689-709.

- Bandura, A. (1963). The role of imitation in personality. *The Journal of Nursery Education*, 18(3), 205-215.
- Basma-Issa A. A. (2013). "The Effect Of "Whatsapp" Electronic Dialogue Journaling On Improving Writing Vocabulary Word Choice and Voice of Efl Undergraduate Saudi Students". *Arab World English Journal*, Cilt: 4,Sayı:3, 213-225, s.218.
- Behary, W.T. (2014). Narsistle Ateşkes (M, Caner, ve N, Azizlerli, Çev.). İstanbul: *Psikonet Yayınları*.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N.B. (2007). Social Network: Definition History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Buffardi, L. E., and Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking Web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, pp 1303–1314.
- Canatan, K. (2011). Beden Sosyolojisi, İstanbul: *Açılım Kitap*, sayfa no 371-393.
- Cash, T. F. (2006). The influence of socio-cultural factors on body image: Searching for constructs. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12, 438-442. doi:10.1093/clipsy/bpi055.
- Chua T. ve Chang L. (2016). "Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media" *Computers in Human Behavior*
- Claes, L., Hart, T. A., Smits, D., Van Den Eynde, F., Mueller, A. ve Mitchell, J. E. (2012). Validation of the social appearance anxiety scale in female eating disorder patients. *European Eating Disorders Review*, 20(5), 406-409.
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K. ve Oberle, C. D. (2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 687–693.
- Cooper, P. J. ve Cooper, Z. (1988). Eating disorders. E. Miller, & P. J. Cooper (Eds.) *Adult abnormal psychology*. (pp. 268-299). London: *Longman*.
- Correa, T., Hinsley, A. W. ve De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- Çakıcı, E. ve Ciba, B. (2018). *Üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi).

- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 14-19.
- Çiftçi, F. S. (2012). *Üniversite öğrencilerinin beden algısı ve yeme tutumları arasındaki ilişki* (Yüksek lisans tezi).
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Çömleçi, M.F., Başol O Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-178.
- Daria, J. K. ve Mark, D. G. (2011). “Addiction To Social Networks On The İnternet: A Literature Review Of Empirical Research”. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8(9), 3528-3552, s.3547.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Dawley, L. (2009). Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy. *On theHorizon*, 17(2), 2009, s. 111; Sosyal medya, kimlik ve mahremiyet: geç ergen grupların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının Elazığ örneğinde incelenmesi, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 2019, s. 76, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Dawson, B. ve Trapp, R.G. (2001). Probability&related topics for making inferences about data. Basic&Clinical Biostatistics. 3rd Edition, *Lange medical Books/McGraw-Hill Medical Publishing Division*, 2001, 69-72.
- Demirci, İ. ve Ekşi, F. (2017). Büyüklenmeci narsisizmin iki farklı yüzü: Narsistik hayranlık ve rekabetin mutlulukla ilişkisi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 37-54.
- Diehl, N. S., Johnson, C. E., Rogers, R. L. ve Petrie, T. A. (1998). Social physique anxiety and disordered eating: What’s the connection? *Addictive Behaviors*, 23, 1-6.
- Doğan, T. (2009). *Bilişsel ve kendini değerlendirme süreçlerinin sosyal anksiyete açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Doğan, T. (2010). “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği’nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 151-159.

- Doğru, B. (2018). *Ergenlik d6nemindeki bireylerde Sosyal G6r6n6ş Kaygısının Benlik Saygısı ve Otomatik D6şünceler Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dorak, F. (2011). Self-esteem and body image of Turkish adolescent girls. *Social Behavior and Personality*, 39, 553-562.
- Ercan, G. (2016). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları Ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.16, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Erkan, Z. (2003). Sosyal Kaçınma ve Huzursuzluk ile Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma Ölçeklerinin Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(25), 112-117.
- Ertürk, Y. D. ve Eray, T. E. (2016). Fenomenolojik bir kavram olarak kendilik ve sosyal ağlarda kendilik sunumu ile narsistik eğilimler ilişkisi: İletişim fakültesi (İ.Ü.İ.F.) öğrencileri üzerine bir ön çalışma. *Intermedia International e-Journal*, 3(1), 12-29.
- Eşiyok, S. E. ve Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 78-95.
- Ferguson, L. J., Kowalski, K. C., Mack, D. E. ve Sabiston, C. M. (2014). Exploring selfcompassion and eudaimonic well-being in young women athletes. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 36, 203-216.
- Fisher, S. ve Cleveland, S. E. (1968). *Body image and personality*. New York, NY : *Dover Publications*.
- Fitzsimmons-Craft, E. E., Harney, M. B., Koehler, L. G., Danzi, L. E., Riddell, M. K. ve Bardone-Cone, A. M. (2012). Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body Image*, 9, 43-49.
- Fox, J. ve Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and Trait Self-Objectification as Predictors of Men's Use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165.
- Frederick, C. M. ve Morrison, C. S. (1998). A mediational model of social physique anxiety and eating disordered behaviors. *Perceptual and Motor Skills*, 86, 139-145.

- Gardner, R. M., Sorter, R. G., ve Friedman, B. N. (1997). Developmental changes in children's body images. *Journal of Social Behavior and Personality*, 12, 1019-1036.
- Gazi, M. A., Çetin, M. ve Çakı, C. (2017). The research of the level of social media addiction of university students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 549-559.
- Göksel, A. G., Caz, Ç., Yazıcı, Ö. F., ve Zorba, E. (2018). Spor hizmeti alan bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve öznel mutluluklarının incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3), 88- 101.
- Grammas, D. L. ve Schwartz, J. P. (2008). Internalization of messages from society and perfectionism as predictors of male body image. *Body Image*, 6, 31-36.
- Grogan, S. (2010). Promoting positive body image in males and females: Contemporary issues and future directions. *Sex Roles*, 63, 757-765.
- Gülçay, H. (2016). Sosyal medyanın iletişim alanlarındaki etkileri, 7. *Hukukun Gençleri Sempozyum Dizisi: Sosyal Medya ve Gündelik Hayata Etkisi*, 1(7), 1-10
- Gümüş, A. E. (2002). Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık ve Beden İmgelerinden Doyum Sosyal Kaygı Düzeyleri ile İlişkinin İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 001-010.
- Gündoğan, F. (2006). *Sirozlu Hastaların Beden İmajı ve Benlik Saygılarının Değerlendirilmesi*. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- Güney, S. (2015). *Sosyal medyada yer alan pazarlama faaliyetlerinin toplum üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. ve Heimberg, R. G. (2008). Development and examination of the social appearance anxiety scale. *Assessment*, 15(1), 48-59.
- İlkay, E. (2002). Cerrahpaşa Psikiyatri. İstanbul Üniversitesi, Yayın No: 4326, İstanbul. Hyman, Steven (1989), Acil Psikiyatri, Çev: İ. Doğaner, A. Ayan, Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, No:133, İzmir.
- Jin, B. (2013). How lonely people use and perceive Facebook. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2463–2470.

- Kara, Ç. (2019). *Genç yetişkin bireylerin vücut algısı ve sosyal görünüş kaygısının cinsel doyuma etkisinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi).
- Karagöz, N. ve Karagün, E. (2015). Profesyonel sporcuların beden imajı üzerine betimsel bir çalışma. *Sport Sciences* 10(4), 34-43.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Keery, H., van den Berg, P. ve Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1, 236–251.
- Kernberg, O. F. (1975). *Borderline conditions and pathological narcissism*. New York: Jason Aronson.
- Kılıç, M. (2015). *Üniversite öğrencilerinin sosyal görünüş kaygıları ile benlik saygıları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kızıltan, H. (2004). Narsisizm ve Psikopatolojisi. <http://www.psikomitoloji.com> (18.08.2013).
- Kluck, A. S. (2010). Family influence on disordered eating: The role of body image dissatisfaction. *Body Image*, 7, 8-14.
- Koç, H. E. ve Ermiş, E. (2016). Self-compassion as a predictor of social physique anxiety in athletes. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 5214-5222.
- Kohut, H. (1971). *The analysis of the self*. New York: International Universities Press.
- Kohut, H. (1977). *The restoration of the self*. New York: International Universities Press.
- Krueger, D. W. (2011). Psychodynamic perspectives on body image. T. F. Cash, & L. Smolak, (Eds.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. (pp. 30-37). New York, NY: Guilford Press.
- 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.
- Kutlu, B. (2009). *Beden imajının gelişimi ve sağlıklı beden araştırmalarının korunmasında yemeye ilgili tutumlar, temel inançlar ve ebeveyne bağlanmanın rolü*. Ege Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Leary, M.(1991)Social anxiety, shyness and related Constructs: In Robinson, J.P., Shaver, P.R., & Wrightsman, L.S. (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (s. 182-184). San Diego: Academic Press.

- Lee, K., Noh, M. ve Koo, D. (2013). Lonely People Are No Longer Lonely on Social Networking Sites: The Mediating Role of Self-Disclosure and Social Support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(6), 413–418.
- Lelord, F. ve Andre, C. (2009). Zor Kişiliklerle Yaşamak, (Çev. Rıfat Madenci), *İletişim Yayınları*, İstanbul.
- Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., White, E. K., Menatti, A. R., Weeks, J. W., Iacovino, J. M., ve Warren, C. S. (2013). Social appearance anxiety, perfectionism, and fear of negative evaluation. Distinct or shared risk factors for social anxiety and eating disorders?. *Appetite*, 67, 125-133.
- Levinson, C. A., ve Rodebaugh, T. L. (2012). Social anxiety and eating disorder comorbidity: The role of negative social evaluation fears. *Eating Behaviors*, 13(1), 27-35.
- Magnus, C. M. R., Kowalski, K. C. ve McHugh, T. L. F. (2010). The role of selfcompassion in women's self-determined motives to exercise and exercise-related outcomes. *Self and Identity*, 9, 4, 363–382.
- Makas, S. ve Çelik, E. (2018). Erken Dönem Uyumsuz şemalar ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(67), 926-937.
- Malik, S. ve Khan, M. (2015). Impact of Facebook Addiction on Narcissistic Behavior and SelfEsteem among Students. *Journal of Pakistan Medical Association*, 65, 260–263.
- Marshall, T.C., Lefringhausen, K. ve Ferenczi, N. (2015).The Big Five, Self-Esteem, and Narcissism as Predictors of the Topics People Write about in Facebook Status Updates. *Personality and Individual Differences*, 85, 35-40.
- McKinley, N. M. (2011). Feminist perspectives and objectified body consciousness. T. F. Cash, & L. Smolak, (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*. (pp. 55-62). New York, NY: *Guilford Press*.
- 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.
- McMillan, S. ve Morrison, M. (2006). Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet hasbecome an integral part of young people's lives. *New Media & Society*, 8(1), 73-95.

- McWilliams, N. (2014). *Psikanalitik Tanı*.(E, Kalem, Çev.). İstanbul:*Bilgi Üniversitesi Yayınları*.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism And Self-Esteem On Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13(4). 357-364.
- Mehmet, E.G. (2016). “Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün Geçerlilik ve Güvenirliliğinin Değerlendirilmesi”, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2016, 17(1), 52-59 s.54.
- Mercan, Ç. S. ve Yavuzer, H. (2007). Bilişsel-davranışçı yaklaşımla bütünleştirilmiş sosyal beceri eğitiminin ergenlerin sosyal kaygı düzeyine etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63), 1187-1202.
- Mo, R. ve Leung, L. (2015). Exploring the Roles of Narcissism, Gratifications of Microblog Use, and Affinity- Seeking on Social Capital. *Asian Journal of Social Psychology*, 18(2), 152-162.
- Morf, C. C. ve Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177-196
- Mosewich, A. D., Crocker, R. R. E, Kowalski, K. C. ve DeLongis, A. (2013). Applying self-compassion in sport: An intervention with women athletes. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 35, 514-524.
- Mosewich, A. D., Kowalski, K, C. Sabiston, C. M., Sedgwick, W. A. ve Tracy, J. L. (2011). Self-compassion: A potential resource for young women athletes. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 33, 103-123.
- Nalwa, K., ve Anand, A. (2003). Internet addiction in students: a cause of concern. *Cyberpsychology and Behavior*, 6 (6), 653- 656.
- Odacı, H. ve Çelik, Ç. B. (2013). Who are problematic internet users? An investigation of the correlations between problematic internet use and shyness, loneliness, narcissism, aggression and self-perception. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2382-2387.
- Oğuz T. (2016). Çağdaş Narkisisos’lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları ve Narsisizm. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 51-68.
- Oğuz, G. Y. (2005). Bir güzellik miti olarak incelik ve kadınlarla ilgili beden imgesinin televizyonda sunumu. *Selçuk İletişim* 4(1), 31-37.

- Oğuz, T. (2016). Çağdaş Narkisisos'lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları ve Narsisizm, *Selçuk İletişim*, 9(2), 51-68
- Ollendick, T. H. ve March, J. S. (Eds.). (2004). Phobic and anxiety disorders in children and adolescents: A clinician's guide to effective psychosocial and pharmacological interventions. *Oxford University Press*, USA.
- Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S. ve Chua, A. Y. (2011). Narcissism, Extraversion and Adolescents' Self- Presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180-185.
- Öksüz, Y., (2012). Üniversite öğrencilerinin özerklik düzeyleri ile vücut algıları arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 69-77.
- Özcan, H., Subaşı, B., Budak, B., Çelik, M., Gürel, İ. C. ve Yıldız, M. (2013). Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi. *Journal of Mood Disorders*, 3(3), 107-13.
- Özdamar, K. (2001). Örneklem Yöntemleri. *SPSS ile Biyoistatistik*. 4ncü Baskı, 261-65.
- Özer, Ö. (2017). International Journal of Intermedia. *Intermedia International PeerReviewed E-Journal Of Communication Sciences*, 4(6), 40-58.
- Özgür, G., Babacan Gümüş, A. ve Palaz, C. (2008). Obez bireylerin depresif belirti düzeylerinin ve etkileyen faktörlerin incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 11(3), 77-85.
- Panek, E. T., Nardis, Y. ve Konrath, S. (2013). Mirror or Mega Phone? How Relationships between Narcissism and Social Net Working Site Use Differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29, 2004-2012.
- Pantic, I., Milanovic, A., Loboda, B., Blachnio, A., Przepiorka, A., Nestic, D., et al. (2017). Association between physiological oscillations in self-esteem, narcissism and internet addiction: A cross-sectional study. *Psychiatri Research*, 258.
- Pettijohn, T. F. II., LaPiene, K. E., Pettijohn, T. F., ve Horting, A. L. (2012). Relationships between Facebook İntensity, Friendship Contingent Self-Esteem, and Personality İn U.S. College Students. *Cyberpsychology*, 6, 1-7.

- Pittman, M. ve Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167.
- Poon, D. C. H. ve Leung, L. (2011). Effects Of Narcissism, Leisure Boredom And Gratification Sought On Net- Generation User- Generated Content. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology & Learning*, 1(3), 1-14.
- Sağbaşı, E. A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal medya ve gençler üzerindeki etkileri. Muğla: *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Geçlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*.
- Sandoval, E. L. (2008). *Secure attachment, self-esteem, and optimism as predictors of positive body image in women*. Texas A&M University: Doctoral dissertation.
- Sarwer, D. B., Thompson, J. K. ve Cash, T. F. (2005). Body image and obesity in adulthood. *Psychiatrics Clinics of North America*, 28, 69-87.
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2016). Relationship between Impulsivity, Social Media Usage and Loneliness. *Educational Process: International Journal*, 5(2), 106–115.
- Sheldon, P. (2010). Pressure to be perfect: Influences on college students' body esteem. *Southern Communication Journal*, 75, 277-298.
- Sheldon, P. (2016). Self-Monitoring, Covert Narcissism, and Sex as Predictors of Self-Presentational Activities on Facebook, *The Journal of Social Media in Society*, 5 (3): 70-91.
- Skues, J. L., Williams, B. ve Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414-2419.
- 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.
- Suisman, J. L. ve Klump, K. L. (2011) Genetic and neuroscientific perspectives on body image. T. F. Cash, & L. Smolak, (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*. (pp. 29-39). New York, NY: *Guilford Press*.
- Şafak, B. ve Kahraman, S. (2019). Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özelliği belirtileri ile ilgili ilişkinin incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 67.

- Şahin, C. ve Mustafa, Y. M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* (KEFAD). c.18. s.1: 523-538.
- Teberru Acar, Ö. (2010). *Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi Yüksekokulu ve Mimarlık- Mühendislik Fakültesi öğrencilerinde beden algısı ve iyilik halinin beden kitle indeksi ve vücut yağı dağılımı ile ilgisi* (Uzmanlık Tezi).
- Terzi, A. Y. (2019). *Doğu Marmara Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı ve kişisel iyi oluş ilişkisinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Tozkoparan, S. B. ve Kuzu, A. (2019). Öğretmen adaylarının gelişmeleri kaçırma korkusu (FOMO) düzeyleri ve siberaylaklık davranışları arasındaki ilişki. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 9(1), 87-110.
- Turan, M., Çilli, A. S., Aşkın, R., Herken, H., Kaya, N. ve Kucur, R. (2000). Sosyal fobinin diğer psikiyatrik hastalıklarla birlikteliği. *Klinik Psikiyatri*, 3(3), 170-175.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul
- Uğurlu, N. ve Akın, H. (2008). Muğla Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin beden benlik algısı ve psikolojik sıkıntı belirtileri ile ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi* 11(4), 38-47.
- Uslu, D. (2019). *Bedeni Beğenme - Sosyal Yetkinlik Arasındaki İlişkilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Uşkun, E. ve Şabaplı, A. (2013). Lise öğrencilerinin beden algıları ile yeme tutumları arasındaki ilişki. *TAF Preventive Medicine Bulletin* 12(5), 519-528.
- Ünal, N. (2014). *Planlı ve plansız ortopedi ameliyatlarının hastaların benlik saygısı, beden algısı ve durumluk kaygıları üzerine etkisi*. Gazi Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Vural, B. A., ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Wardetzki, B. (2010). *Dişi narsisizm uçlarda yaşayanlar kabul görmeye olan açlık* (F. S. Öztürk ve M. Ögünmez, Çev.). İstanbul: *Sistem Yayıncılık*.

- Washburn, J. J., McMahon, S. D., King, C. A., Reinecke, M. A. and Silver, C. (2004). Narcissistic Features İn Young Adolescents: Relations To Aggression And Internalizing Symptoms. *Journal Of Youth And Adolescence*, 33(3), 247-260.
- Weiser, E. B. (2015). Narcissism and its Facets as Predictors of Selfie-posting Frequency, *Personality and Individual Differences*, 86: 477-481.
- Yang, C. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703–708.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 40–65.
- Yeliz, K. (2010). Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, İkinci Medya Çağında İnternet. *Alfa Yayınları*, s.23.
- Yılmaz, B. (2017). *Bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi*(Master's thesis, Işık Üniversitesi).
- Yorulmaz, M. ve Kurutçu, Ş. (2019). Vücut Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 195-208.

Ekler

EK-1 AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU

Değerli Katılımcı;

Bu çalışma, Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ danışmanlığında Yakın Doğu Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programı öğrencisi Psk. Emre YİĞİT üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile ilişkisi: narsisizmin aracı rolü amacıyla yürütülen bir tez çalışmasıdır.

Bu araştırmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına bağlıdır. Aşağıdaki onay kutucuğunu “evet” şeklinde işaretlerseniz araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul etmiş sayılırsınız. Araştırma kapsamında kimlik bilgileri gibi özel bilgiler istenmemektedir. Bu çalışma süresince toplanan veriler yalnızca akademik araştırma amacı ile kullanılacaktır ve yalnızca ulusal/uluslararası akademik toplantılarda ve/veya yayınlarda sunulacaktır. Araştırmadan herhangi bir sebeple ayrılmak isterseniz, araştırma ekibi ile aşağıda yer alan bilgileri kullanarak iletişime geçebilirsiniz. Uygulama yaklaşık olarak 15-20 dakika sürmektedir. Çalışmaya katılmayı Kabul edip, ölçek maddelerini doldurmaya başladıktan sonra herhangi bir nedenle bataryayı tamamlamak istemezseniz, ölçeği yarıda bırakıp süreci sonlandırabilirsiniz. Bu konu ile ilgili herhangi bir sorunuz ya da endişeniz olursa aşağıdaki iletişim bilgilerinden ulaşabilirsiniz.

İlginiz ve katılımınız için şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarız.

Araştırma Ekibi:

Psk. Emre YİĞİT

e-posta

:

Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.

Evet ()

Hayır ()

EK-2 BİLGİLENDİRME FORMU

Değerli Katılımcılar,

Yakın Doğu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programında yürüteceğim tez çalışmam için araştırma yapmaktayım. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile ilişkisi: narsisizmin aracı rolüdür. Bu çalışmada size demografik bilgi formu ve ölçekler verilecektir. Demografik bilgi formunda cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelir durumu ile ilgili veri toplamaya yönelik kişisel sorulardan oluşmaktadır. Verilen ölçekler Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Vücut Algısı Ölçeği ve Narsistik Kişilik Envanteri uygulanacaktır. Ölçeklerde ve bilgi formunda isminiz yazılmayacaktır ve verdiğiniz cevaplar gizli kalacaktır. Tamamen gönüllük esasına bağlı olacaktır. Araştırma sonuçları bireysel bilgi olarak değil, grup ortalaması olarak bilimsel raporda kullanılacaktır. Eğer çalışmayla ilgili bir şikayetiniz, görüşünüz veya sorunuz varsa bunu çalışmanın araştırmacısı Psk. Emre YİĞİT'e iletebilirsiniz.

Katılımınız için teşekkür ederim.

Psk. Emre YİĞİT

Yakın Doğu Üniversitesi, Klinik Psikoloji Bölümü

Lefkoşa

Mail:

EK-3: SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU**1. Cinsiyet.**

- 1) Kadın 2) Erkek

2. Yaş

- 1) 18-26
2) 27-35
3) 36 ve üzeri

3. Medeni Durumu.

- 1) Evli 2) Bekar

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ					
	Cok Beğeniyorum	Oldukça Beğeniyorum	Kararsızım	Pek Beğenmiyorum	Hiç Beğenmiyorum
1.Saçlarım					
2.Yüzümün Rengi					
3.İştahım					
4.Ellerim					
5.Vücudumdaki Kal Dağılımı					
6.Burnum					
7.Fiziksel Gücüm					
8.İdrar Dışı Düzenim					
9.Kas Kuvvetim					
10.Belim					
11.Enerji Düzeyim					
12.Sırtım					
13.Kulaklarım					
14.Yaşım					
15.Çenem					
16.Vücut Yapım					
17.Profilim					
18.Boyum					
19.Duyularımın Keskinliği					
20.Ağrıya Dayanıklılığım					
21.Omuzların Genişliği					
22.Kollarım					
23.Göğüslerim					
24.Gözlerimin Şekli					
25.Sindirim Sistemim					
26.Kačalarım					
27.Hastalığa Direncim					
28.Bacaklarım					
29.Dişlerimin Şekli					
30.Cinsel Gücüm					
31.Ayaklarım					
32.Uyku Düzenim					
33.Sesim					
34.Sağlığım					
35.Cinsel Faaliyetlerim					
36.Dizlerim					
37.Vucudumun Duruş Şekli					
38.Yüzümün Şekli					
39.Kilom					
40.Cinsel Organlarım					

EK-4 SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ-YETİŞKİN FORMU (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

1 Bana Hiç Uygun Değil 2 Bana Uygun Değil 3 Kararsızım 4 Bana Uygun 5 Bana Çok

Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.					
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.					

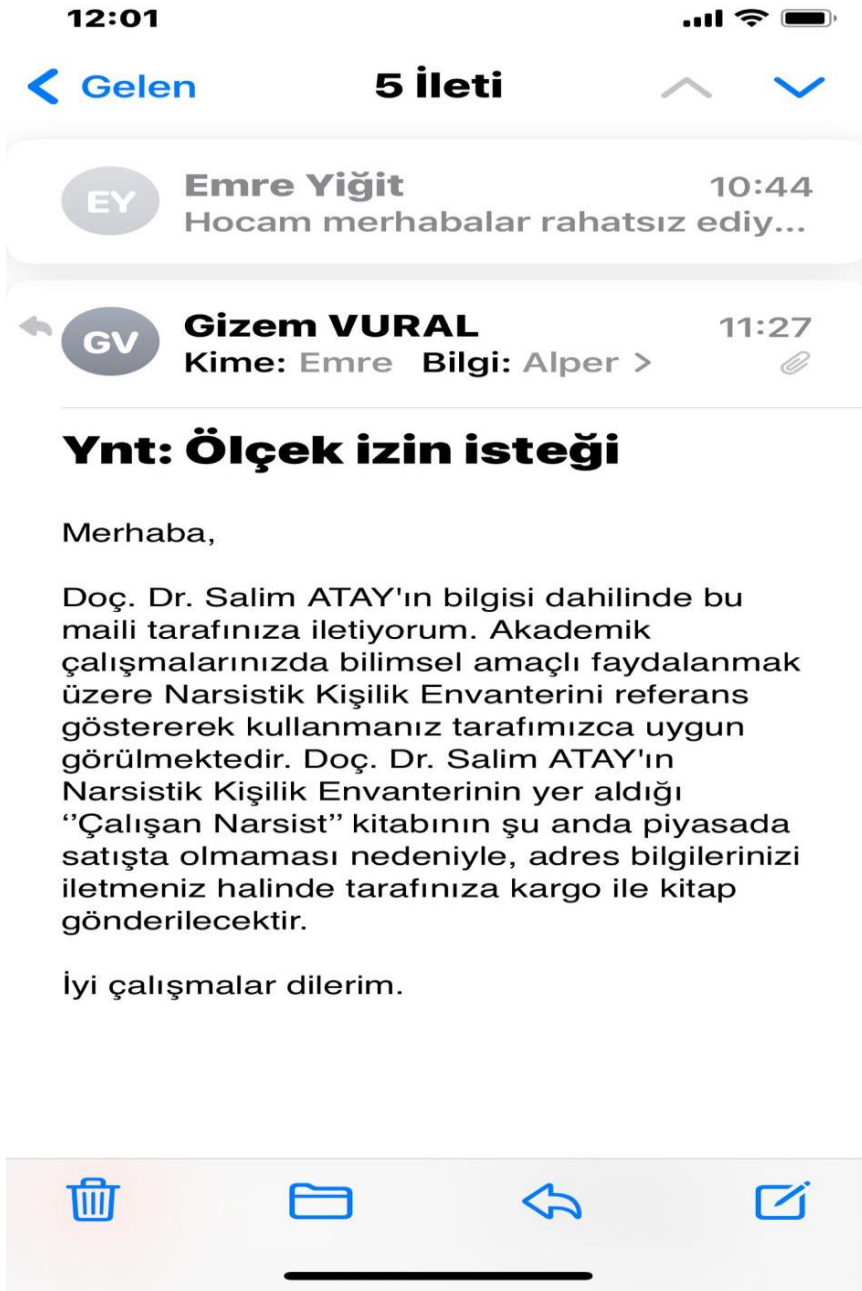
EK-5 SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI ÖLÇEĞİ

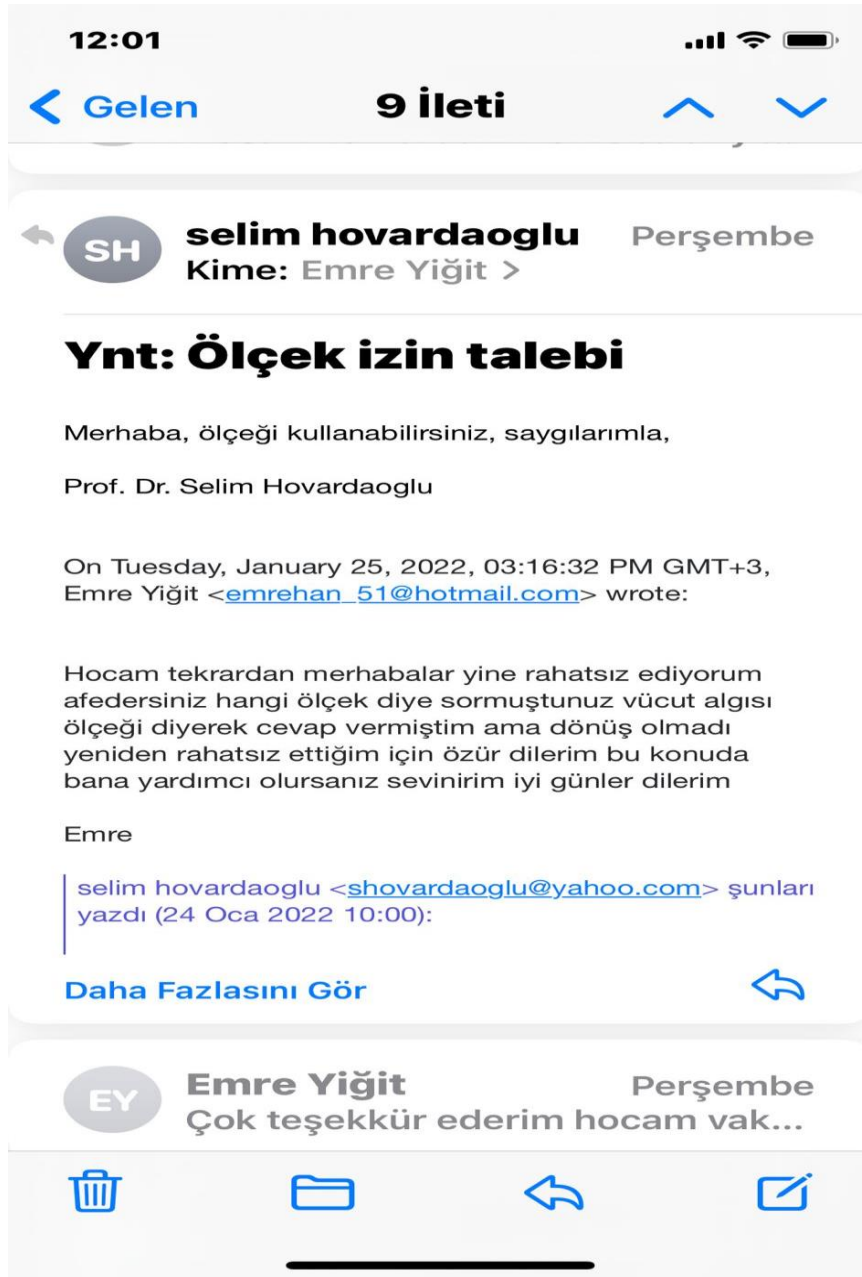
		Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1	Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.	1	2	3	4	5
2	Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.					
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.					

EK-6 NARSİSTLİK KİŞİLİK ENVANTERİ

Yönerge: Aşağıdaki her bir tutum çifti içinden, lütfen size en uygun olanı belirtiniz.

1	1	İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
	2	İyi biri olduğumu biliyorum çünkü insanlar genelde böyle söyler.
2		Kalabalık içinde herkesten biri olmayı tercih ederim.
		İlgi merkezi olmayı severim.
3		Pek çok insandan ne daha iyi ne de daha kötüyüm.
		Özel biri olduğumu düşünüyorum.









Özgeçmiş

Emre YİĞİT, 12 Şubat 1986 tarihinde Niğde’de doğdum. İlköğretim ve ortaöğretim eğitimimi Niğde’de , lise eğitimimi Niğde Anadolu Fatih lisesinde tamamladım. 2004 2008 yıllarında Niğde üniversite işletme fakültesinde eğitim aldım. 2008 yılında yakın doğu üniversitesi psikoloji bölümüne kaydoldum 2013 yılında yakın Doğu üniversitesi psikoloji (%100 ingilizce) lisans eğitimimi tamamladıktan sonra aynı yılın güz döneminde askerlik görevimi yerine getirmek üzere yedek subay olarak görevime başladım. Türk silahlı kuvvetlerinde RDM (rehberlik danışma merkezinde) sorumlu psikolog amir olarak görev yaptım. Askerlik görevimden sonra 2015 yılında Lösev vakfını niğde şubesini kurarak lösemili çocuklara destek ve yardımda bulundum. Okullarda lösemi hastalığına farkındalık oluşturmak için seminerler verdim. 2018 ile 2020 yılları arasında psikoteknik merkezinde faaliyet gösterdim. 2019 yılında Eskişehir üniversitesi uluslar arası ilişkiler bölümüne kayıt oldum. 2020 yılında yakın Doğu üniversitesi klinik psikoloji yüksek lisans programına kayıt oldum. 2022 yılında UCİM (çocuk istismarı derneğinin)’ de çocuklara destek olmak için gönüllü olarak hizmet vermekteyim. Ayrıca Niğde göç dairesi geri gönderme merkezinde sorumlu psikolog olarak görev yapmaktayım. Lisans eğitim dönemlerinde staj programlarını Manisa Ruh ve Sinir Hastalıkları hastanesinde başarı belgesi ile tamamladım. Yüksek lisans stajımı Niğde eğitim ve araştırma hastanesi psikiyatri servisinde tamamladım. Mesleki gelişimim için Bilişsel Davranışçı Terapi, aile danışmanlığı, psikodrama eğitimi, cinsel terapi ve madde bağımlılığı terapisi üzerine sertifikalara sahibim.

İntihal Rapor Oranı

KT

ORJİNALLİK RAPORU

% 13	% 12	% 3	% 6
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	% 2
2	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynağı	% 2
3	acikerisim.nku.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
4	openaccess.maltepe.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
5	Submitted to Istanbul Gelisim University Öğrenci Ödevi	% 1
6	iksadyayinevi.com İnternet Kaynağı	% 1
7	dspace.yildiz.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
8	iletisim.akdeniz.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
9	acikerisim.gelisim.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1

Etik Kurul Onayı



BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

09.03.2022

Sayın Emre Yiğit

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2022/1234 proje numaralı ve **“Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile ilişkisi: narsisizmin aracı rolü”** başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.



Doçent Doktor Direnç Kanol

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü