



**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA KULLANAN YETİŞKİNLERDE GÖRÜNÜM  
ALGISI, SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISININ NARSİSİSTİK  
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİYLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Seher KOLAĞASIOĞLU**

**Lefkoşa**

**Haziran, 2023**

**Seher  
KOLAĞASIOĞLU**

**Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal  
Görünüş Kaygısının Narsisistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin  
İncelenmesi**

**YÜKSEK  
LİSANS TEZİ**

**2023**

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA KULLANAN YETİŞKİNLERDE GÖRÜNÜM  
ALGISI, SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISININ NARSİSİSTİK  
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİYLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Seher KOLAĞASIOĞLU**

**Tez DanıŐmanı**

**DoÇ. Dr. Ece E. MÜEZZİN**




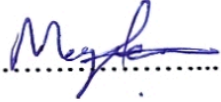

**DoÇ. Dr. Meryem KARAAZİZ**

**Lefkoşa**

**Haziran, 2023**

## Onay

Seher KOLAĞASIOĞLU tarafından hazırlanan “Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal Görünüş Kaygısının Narsisistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışma, 14/06/2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz Tarafından Yüksek Lisans Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	Adı – Soyadı	İmza
Jüri Başkanı:	Dr.Fahriye BALKIR	..... 
Jüri Üyesi:	Yar. Doç.Dr. Buse KESKİNDAG	..... 
Jüri Üyesi:	Yar. Doç.Dr. İpek ALKAN	..... 
Danışman:	Doç.Dr. Meryem KARAAZİZ	..... 
Eş Danışman:	Doç. Dr. Ece MÜEZZİN	..... 

Anabilim/ Anasanat Dalı Başkanı Onayı

...../...../20...

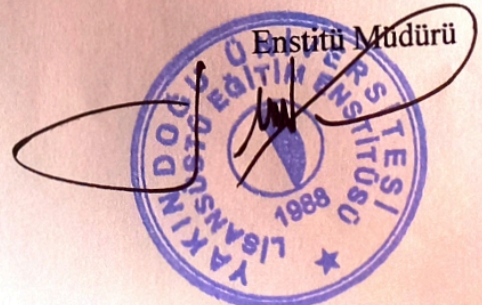
  
Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ

Anabilim/Anasanat Dalı Başkanı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

...../...../ 20...

Prof. Dr. Kemal Hüsnu Can Başer



## **Etik İlkelerine 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.

**Seher KOLAĞASIOĞLU**

**.../.../2023**

## Teşekkür

Bu çalışmamın ortaya çıkmasında desteğini asla esirgemeyen, kendisinin danışmanlığında bir çalışma ortaya koyma şerefine nail olduğum için kendimi şanslı hissettiğim, her pes edişimde cesaretlendiren, ilham veren, tez eş danışmanım Doç. Dr. Ece E. MÜEZZİN' e sonsuz şükranlarımı sunar ve teşekkür ederim.

Çalışmam boyunca yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ'e teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca değerli bilgi ve birikimlerini aktaran tüm değerli hocalarıma teşekkür ederim.

Tez çalışma sürecimde ve hayatımın her alanında yanımda oldukları, sevgi ve desteklerini hiç esirgemedikleri için varlıklarına minnettar olduğum babam Mehmet KOLAĞASIOĞLU ve annem Azize KOLAĞASIOĞLU olmak üzere; kardeşlerim Berivan KOLAĞASIOĞLU, Eyyüp KOLAĞASIOĞLU ve abim Veli KOLAĞASIOĞLUNA'na sonsuz sevgimi ve teşekkürlerimi sunarım.

Yoğun ve stresli zamanlarımda yanımda olup elinden gelen tüm desteği sağlayan canım arkadaşlarıma en içten sonsuz sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

**Seher KOLAĞASIOĞLU**

## Öz

### Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal Görünüş Kaygısının Narsisistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin İncelenmesi

Seher KOLAĞASIOĞLU

Yüksek Lisans Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

06-2023, 114 sayfa

Bu araştırma da sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısı ve narsisistik kişilik özelliklerinin İncelenmesi amaçlanmaktadır. Bu araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu çalışmanın evreni yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise uygun örnekleme yöntemi ile 18 yaş ve üzeri 401 yetişkin bireyden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SAAS), Narsisistik Kişilik Envanteri (NPI) ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ) uygulanmıştır. Araştırma bulgusunda, Korelasyon analizi sonucu; sosyal görünüş kaygısı ile görünüşle ilgili sosyal medya bilinç düzeyi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır.

Analiz sonucunda sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde düşük düzeyde, otoriteyle negatif yönde düşük düzeyde, hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ilişki saptanmıştır. Analiz neticesinde sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan üstünlük, sömürücülük ve öz yeterlilik arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Yapılan analiz sonucunda görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde orta düzeyde, üstünlükle, sömürücülükle ve hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ilişki saptanmıştır. Analiz neticesinde görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan otorite ve öz yeterlilik arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Sosyal medyayı gereken düzeyde kullanan bireylerin sosyal görünüş kaygılarının daha az olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda sosyal medyayı kontrolsüz kullanan bireylere yönelik verilecek klinik destek programlarında sosyal medyayı faydalı ve kontrollü bir şekilde kullanması için bireylere psiko-eğitim programları düzenlemeleri önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Sosyal Görünüş Kaygısı, Narsisistik Kişilik

## **Abstract**

### **Perception of Appearance in Adults Using Social Media Investigation of the Relationship of Social Appearance Anxiety with Narcissistic Personality Traits**

**Seher KOLAĞASIOĞLU**

**Msc, Department of Clinical Psychology**

**06-2023, 114pages**

The purpose of this research; investigation of appearance perception, social appearance anxiety and narcissistic personality traits in adults using social media. Relational screening model is used in this study. this study consists of adult individuals. The sample of the study consists of 401 adult individuals aged 18 and above, using the convenience sampling method. Socio-Demographic Information Form, Social Appearance Anxiety Scale (SAAS), Narcissistic Personality Inventory (NPI), and Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (GISMBS) are used as data collection tools in the study. In the research finding, the result of the correlation analysis; A low level of positive correlation is found between social appearance anxiety and social media awareness about appearance.

As a result of the analysis, a statistically significant relationship is found between social appearance anxiety and the sub-dimensions of the narcissistic personality scale in the positive direction at a low level; Between claiming rights in a positive direction at a low level. As a result of the analysis, no statistically significant relationship is found between social appearance anxiety and narcissistic personality scale sub-dimensions such as superiority, exploitation and self-efficacy.

As a result of the analysis, it was determined that the social media awareness level related to appearance and the narcissistic personality scale sub-dimensions were positively moderately correlated, and positively low-level statistically significant with superiority, exploitation and claiming rights. As a result of the analysis, no statistically significant relationship was found between the social media awareness level related to appearance and the sub-dimensions of the narcissistic personality scale, authority and self-efficacy. It has been observed that individuals who use social media at the required level have less social appearance anxiety. In this context, psycho-educational programs are recommended for individuals to use social media in a beneficial and controlled manner in clinical support programs to be given to individuals who use social media uncontrollably.

**Keywords:** Social Media, Social Appearance Anxiety, Narcissistic Personality

## İçindekiler

Onay .....	i
Etik İlkeler Uygunluk Beyanı .....	ii
Teşekkür.....	iii
Öz .....	iv
Abstract .....	v
İçindekiler Tablosu.....	vi
Tablolar Listesi.....	ix
Kısaltmalar .....	x

## BÖLÜM I

Giriş.....	1
Problem Durumu.....	3
Çalışmanın Amacı.....	4
Araştırmanın Önemi.....	5
Sınırlılıklar .....	5
Tanımlar .....	5

## BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar.....	7
Tarihsel Açıdan Narsizm .....	7
Narsisistik Kişilik Bozukluğu .....	8
Narsisistik Kişilik Bozukluğu ve Tanımı.....	8
Narsisistik Kişilik Bozukluğu .....	8
Narsizme Kuramsal Bakış.....	10
Narsizmin Boyutları .....	11
Narsizmin Türleri.....	14
Büyükleme Narsizm.....	14



Kırılgan Narsizm.....	15
Normal ve Patolojik Narsizm.....	18
Narsizm Tanı Kriterleri.....	19
Sosyal Görünüş Kaygısı.....	22
Kaygı Kavramı.....	22
Normal Anksiyete ve Patolojik Anksiyete.....	23
Sosyal Kaygı.....	24
Beden İmgesi.....	26
Olumsuz Değerlendirme Korkusu.....	27
Sosyal Görünüş Kaygısı.....	29
Sosyal Medya.....	32
Sosyal Medya Tanımı ve Gelişimi.....	32
Sosyal Medyanın Özellikleri.....	34
Sosyal Medya Avantajları ve Dezavantajları.....	35
Sosyal Medyanın Avantajları.....	35
Sosyal Medyanın Dezavantajları.....	36
En Çok Kullanılan Sosyal Medya Ağları.....	37
Facebook.....	37
Twitter.....	37
İnstagram.....	38
Snapchat.....	38
Sosyal Medya Bağımlılığı.....	39
İlgili Araştırmalar.....	41

### BÖLÜM III

Yöntem.....	45
Araştırma Modeli.....	45
Evren ve Örneklem.....	45

Veri toplama araçlar.....	46
Kişisel bilgi formu .....	46
Narsisistik Kişilik Envanteri (NKE) .....	47
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ).....	48
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği.....	48
Veri Toplama Süreci .....	49
Veri Analizi.....	49

#### **BÖLÜM IV**

Bulgular.....	52
---------------	----

#### **BÖLÜM V**

Tartışma.....	66
---------------	----

#### **BÖLÜM VI**

Sonuç ve Öneriler.....	72
Sonuçlar.....	72
Öneriler .....	74
Kaynakça.....	76
Ekler .....	89
Ölçek İzinleri.....	97
İntihal Rapor Oranı .....	100
Etik Kurul Onayı.....	101
Öz Geçmiş.....	102

## Tablolar Listesi

<b>Tablo1.</b> Cinsiyet, Medeni Durum, Eğitim Durumu, Sosyo-Ekonomik Düzey Dağılım Tablosu.....	46
<b>Tablo 2.</b> Ölçeklere İlişkin Normallik Testi Tablosu.....	50
<b>Tablo 3.</b> Cinsiyete Göre Narsisistik Kişilik Özellikleri, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu .....	52
<b>Tablo 4.</b> Eğitim Durumuna Göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu .....	54
<b>Tablo 5.</b> Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu.....	56
<b>Tablo 6.</b> Sık Fotoğraf Paylaşma Durumuna Göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu.....	58
<b>Tablo 7.</b> Fotoğraflarda Filtre Kullanma Durumuna Göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu .....	60
<b>Tablo 8.</b> Fotoğraflarının Beğenilmemesi Korkusuna göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu .....	62
<b>Tablo 9.</b> Sosyal Görünüş Kaygısı, Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyi, Narsisistik Kişilik Özellikleri, İlişki Tablosu.....	64

## Kısaltmalar

**APA:** American Psychiatric Association- Amerika Psikiyatri Birliği

**DSM:** Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

**GİSMBÖ:** Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

**NKE:** Narsisistik Kişilik Envanteri

**SGKÖ:** Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

**SPSS:** Statistical Package for Social Sciences

**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu

## BÖLÜM I

### Giriş

İnternete, akıllı telefonlarla erişim sağlanmasıyla birlikte artık herhangi bir bilgiye erişmek çok kolay bir hal almış bununla birlikte daha hızlı ve kolay bir şekilde duygu ve düşünceler paylaşılabilir. Sosyal medya bireylerin internet ağları üzerinden diğer bireylerle karşılıklı olarak duygu ve düşüncelerini paylaşmasına olanak sağlayan bir topluluk oluşumudur (Preeti, 2009).

Sosyal medya ile bireyler içerik üretmeye başlayıp diğer insanlarla paylaşmaya başlamıştır. Teknolojiyle ayrı bir boyut haline gelen sosyal ağlar ilk olarak internetle boy göstermiş ve artık hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011). Bireyler çok fazla sosyal medya da vakit geçirdiklerin de birçok sosyal medya içeriğiyle karşı karşıya kalırlar. Bu aşırı yoğunluk nedeniyle bireyler fiziksel ve ruhsal olarak birçok sorunla karşılaşabilmektedir (Zenelaj, 2014).

Günümüzde çoğu kişi sosyal medya platformlarından en az birini kullanmaktadır. Bireyler gününün çoğunu fotoğraf, video ve yazılar gibi paylaşımlar yaparak diğer bireylerle iletişim kurmaktadır (Komito & Bates, 2009).

Sosyal medya gerçeğin dışında sanal bir dünya kurarak kişinin zaman, hız ve mekân gibi algılarını değiştirebilmektedir. Sosyal medya da bireyler istedikleri görünüş ve özelliklere sahip bir profil oluşturarak istedikleri gibi bir kimliğe sahip olabilmekte (Kietzmann vd., 2011).

Kişi oluşturduğu profille sanal alemde istediği mükemmeliyetçiliğe sahip bir kişi gibi kendini sunabilmektedir (McKenna & Bargh, 2000). Sosyal medyanın kişinin benliğini beslediğini söylemekle birlikte kişinin kendi inandıkları ve olmak istedikleri kişileri oluşturmalarına imkân sağlamaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın narsisizmi besleyen bir tarafının olduğunu söylenebilir. Yapılan araştırmalar sonucunda sosyal medya ile narsizm arasında bir ilişki olduğu, sosyal medyada paylaşılan içeriklere yapılan yorumların ve beğenilerin sayısının narsisizm özelliklerini beslediğini belirten sonuçlar bulunmuştur. Bu yüzden son dönemlerde sosyal medya ve narsizm ilişkisi merak edilen bir konu haline gelmiştir. Narsisist kişilik özelliklerine sahip sosyal medya kullanıcılarının paylaştıkları fotoğraf, video ve yazılar gibi içeriklerine yapılan yorumlar ve beğeniler onların kendilerine karşı olumlu beden algısına sahip olmalarıyla birlikte benlik saygılarını arttırdığı yapılan çalışmalarla gözlemlenmiştir (Çaycı & Eken, 2019).

Narsisist kişiler kendilerini ne kadar başarılı ve mükemmel göstermek için uğraş içerisine girseler de en büyük kaygıları diğer kişiler tarafından görünmektir. Diğer kişiler tarafından beğenilmek, onay almak onlar için büyük önem arz eder. Narsisist bireyler diğer kişilerin gözünde kendi güzelliklerine olan hayranlığı görmek isterken, sevmediği yönlerini, kendinde kusur gördüğü şeyleri gizlemek için büyük çaba sarf ederler. İnsanlar yaşamları boyunca diğer insanlarla etkileşim ve paylaşım içerisinde olurlar. Etkileşim içerisinde olduğu kişiler üzerinde olumlu izlenim bırakmak isterler ve bunun için büyük çaba sarf ederler. Olumlu bir beden algısına sahip olan bireylerin öz güvenlerinin de aynı orantıda yüksek olduğu görülmektedir. Sosyalleşmek için kişinin olumlu beden algısına sahip olması çok önemli bir unsurdur (Erdoğan & Tütüncü, 2015; Yılmaz, 2015; Matera & ark., 2013; Kalafat, 2006, Clark & Tiggemann, 2006; Tarhan, 1995).

Sosyal medya araçlarının günümüzde çok fazla kullanılmaya başlanması ile “Beden algısı” kavramı bireyin hayatını büyük ölçüde etkilemeye başladığını ve sosyal medyanın etkisiyle çok fazla fiziksel görünümün ön plana çıkmaya başladığı görülmektedir. Bunun sonucunda sosyal medyada belli bir “beden imajı” kavramı ortaya çıkmaya başladı. Özellikle genç yetişkinler sosyal medyada oluşmuş bu “ideal beden imajı” kavramına göre kendi beden imajını oluşturmaya başladığını görmekteyiz (Meral, 2018).

Bireyin diğer insanlar tarafından değerlendirmesi sonucu kendine karşı oluşturduğu algı sonucu hissettiği kaygıya sosyal görünüş kaygısı denir (Çınar & Keskin, 2015).

Özellikle son zamanlarda medya araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte dergiler, programlar ve sosyal medya araçlarının hayatımızın merkezine gelmesiyle birlikte fiziksel görünüş daha da ön plana çıkmıştır. Sosyal medyanın da varlığıyla oluşan belli bir kalıp ve ölçülerin oluşturduğu bir güzellik algısı oluştu. Bireyler var olan bu güzellik anlayışının standartlarına erişmek için büyük çabalar sarf etmektedir. Bu güzellik algısından dolayı kişiler kendileri gibi olmakta sıkıntılar yaşamakta ve bu durum kişinin duygu ve düşüncelerini büyük ölçüde etkilemeye başladığı görülmektedir (Kılıç, 2015).

Kişiler bu yüzden hem kendi görünüşüne hem de diğer bireylerin görünüşüne dikkat ederler. Kişi eğer istediği beden imajına sahip değilse bunun için büyük kaygı

yaşar ve bu kaygıdan kurtulmak için beden imajında bazı değişikliklere gider (Akgül, 2018).

Son zamanlarda fiziksel görünüşün ön plana çıkmasıyla birey olumsuz değerlendirme ve değerlendirilme korkusu içerisine girerler ve bu durum kişinin sosyal görünüş kaygısı yaşamasına neden olur (Kılıç & Karakuş, 2016).

### **Problem durumu**

Kişiler diğer insanlar tarafından konuşmasıyla, görünüşüyle ilgi çekmek ister. Diğer bireylerin kendisi hakkındaki olumlu veya olumsuz düşüncelerini büyük ölçüde önemsemektedir. Genel olarak baktığımızda bireyler çağın en büyük buluşlarından olan sosyal medya araçlarında kendini göstermeye başlamış belli bir standarda bağlı ideal beden imajı kavramını kendine rol model olarak aldığını ve kişiler bu var olan beden imajına bürünebilmek adına birçok işlemden geçtiğini yapılan araştırmalarda görülebilmektedir. Bu durum kişinin belli bir zaman sonra sağlık açısından olumsuz etkilediği ve işlevselliğinin bozulabildiği görülmektedir. Bireyler için toplumdaki diğer bireyler tarafından nasıl görüldüğünün önemi çok fazladır. Fiziksel görünüşünün iyi olması, kişinin kendi bedeninden olan memnuniyeti var olduğu toplumdaki varlığı açısından çok önemlidir. Kişi eğer istediği beden imajına sahip değilse bunun için büyük kaygı yaşar ve bu kaygıdan kurtulmak için beden imajında bazı değişikliklere gider (Akgül, 2018).

Özellikle son zamanlarda medya araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte dergiler, programlar ve sosyal medya araçlarının hayatımızın merkezine gelmesiyle birlikte fiziksel görünüş daha da ön plana çıkmıştır. Sosyal medyanın da varlığıyla oluşan belli bir kalıp ve ölçülerin oluşturduğu bir güzellik algısı oluştu. Bireyler var olan bu güzellik anlayışının standartlarına erişmek için büyük çabalar sarf etmektedir. Bu güzellik algısından dolayı kişiler kendileri gibi olmakta sıkıntılar yaşamakta ve bu durum kişinin duygu ve düşüncelerini büyük ölçüde etkilemeye başladığı görülmektedir (Kılıç, 2015).

Yapılan literatür taramaları benlik yapısı ve etkileşimli kişilerarası ilişkilerde narsizmi, ben merkezci, kendine yüksek değer atfetme ve diğer bireyleri ve benlikleri görmezden gelme ile bağlantılandırmıştır (Kealy& Rasmussen, 2012).

## **Problem Cümlesi**

Araştırmanın problem cümlesi “Sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısı ve narsisistik kişilik özelliklerinin birbiriyle ilişkisi var mıdır?” şeklindedir.

## **Alt problemler**

1. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri cinsiyete göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
2. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri eğitim durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri sosyo-ekonomik düzeye göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
4. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri sık fotoğraf paylaşma durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
5. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri fotoğraflarda filtre kullanma durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
6. Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri paylaşılan fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?
7. Yetişkinlerde sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki var mıdır?



### **Araştırmanın önemi**

Sosyal ağlarla bireydeki narsisistik eğilimler arasındaki ilişki güncel bir araştırma konusudur. İnternetin her geçen gün gelişmesiyle birlikte çağımızın vazgeçilmezi olan sosyal ağların yaşamımıza etkileri gitgide artmaktadır. Günümüzde internet ve sosyal ağ kullanıcıları da artış göstermektedir (We Are Social, 2020). Bundan dolayı sosyal medya uygulamalarının bireyin kişiliği üzerindeki olumlu olumsuz etkilerinin araştırılması bireylerin kendilik algısı açısından önem arz etmektedir (Özkaya, 2018; Kaya, 2017; Fardouly vd., 2015; Weiser, 2015). Bireylerin sosyal medyada gördüğü “ideal beden” e ulaşmak için büyük çaba sarf etmektedirler. Ancak istediği görünüme ulaşamayan bireyler kaygılanmaya başlayıp kendilerini sürekli olumsuz bir şekilde değerlendirirler (Öksüz, 2012; Çam vd., 2010). Bu durum olumsuz benlik algısına neden olmaktadır (Moscovitch, Rowa, Paulitzki, Ierullo, Chiang, Antony, McCabe, 2013). Bu çalışmada sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısı ve narsisistik kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelenmektedir. Ayrıca çalışmayı özgün kılan nokta, alan yazında genellikle ergenler üzerinde çalışılan bu konunun 18 yaş üstü farklı yaş grupları ve farklı yetişkin kitleler gibi örnekleme araştırılmış olmasıdır.

### **Sınırlılıklar**

Bu çalışma;

1. Bu çalışma 18 yaş ve üzeri 401 yetişkin birey ile sınırlı tutulmuştur.
2. Araştırmada elde edilen veriler, katılımcıların araştırma için kullanılan formlarda işaretlediği cevaplar ile sınırlıdır.
3. Araştırma Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Narsisistik Kişilik Envanteri ile sınırlıdır.

### **Tanımlar**

**Narsizm:** Kişinin kendisini aşırı derecede sevmesi, her zaman ön planda olma isteği, kendine ve özellikle görünümü ile ilgili olan aşırı hayranlık duygusu olarak tanımlanmaktadır (Seward, 2007).

**Sosyal Medya:** Bireylerin kişisel profillerini oluşturdukları, aynı ilgi alanlarına sahip olduğu kişilerle paylaşım ve iletişim içerisinde oldukları web tabanlı uygulamalar sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Vural & Bat, 2010).

**Sosyal Görünüş Kaygısı:** Kişilerin fiziksel görünüşlerinin başka insanlar tarafından nasıl değerlendirildiği ile ilgili yaşadıkları kaygıdır (Çınar & Keskin, 2015).

## BÖLÜM II

### Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

#### Narsizm

##### Tarihsel Açıdan Narsizm

Narsizm sözcüğü, yunanca narke terimi ile bağlantılıdır, narke duyarsızlık anlamına gelmektedir. Narsizm, Türk dil kurumunca Türkçeye öz severlik olarak alınmıştır. Terim köken olarak Narkisos isimli bir Yunan kahramanın efsanesine dayanmaktadır. Bu efsane bireyin kendi İmgesine duyduğu aşkı kavramlaştırır. Narkissos miti; suda kendi yansımasıyla karşılaştığında kendi görünümüne âşık olup gözlerini kendi yansımasından çekemez, bunun sonucunda narkissos aşık olduğu bu görüntüye sarılmak isterken suya düşerek boğulmasını anlatır (Karaaziz & Atak, 2013).

Ellis bu efsaneyi psikolojideki bir fenomeni açıklamak için ilk terimleştiren kişidir. Bu sebeple narsizm terimi Yunan mitolojisinde ki narkissos efsanesine dayanmaktadır. Ellis 1898 de bu terimin “narcissus-like” olarak kullanarak psikoloji literatürüne giriş yapmasını sağlamıştır (Ellis, 1898; Akt. Raskin & Terry, 1988). Paul Nacke bu terimi 1899 yılında, kişinin kendi bedenine cinsel bir nesne olarak davranmasına işaret ederek, “Narcissismus” terimini kullanmıştır. Paul Nacke, Ellis’in makalesini özetleyerek Almancaya çevirmiş, narsizm terimini ilk kez bu yayında kullanmıştır (Akt., Kızıltan, 2006).

Narsizm kavramı Freud üzerinde derin bir etki yaratmıştır. Narsizm çalışmaları sonucunda Freud narsizmi birincil narsizm ve ikincil narsizm olarak sınıflandırarak iki kategoride incelemiştir. Birincil narsizm benlik şişmesi olarak adlandırılabilir ve libidal enerji kişinin kendisinde bulunur objelere yönelmez. İkincil narsizmde kişilerin obje ile olan ilişkilerinde engellemeler yaşanır. Hayal kırıklıkları sonucunda libido objelerden uzaklaşarak tekrardan egoya döner (Kocakula, 2015).

Narsizm terimini 1967 yılında Kernberg nesne ilişkileri ekölüyle, Kohut; ise 1968 yılında kendilik psikolojisiyle bu kavramı ait tanımlamalara yer vermiştir. 1983’te ilk kez dsm3 te narsistik kişilik bozukluğu olarak yer almıştır. Kişinin kendilik değerinin aşırı yüksek ve yahut aşırı düşük olması kendini değerlendirmede önemli bir yerededir. Narsizm’in düşük olması durumunda kişi kendini yetersiz ve değersiz hissedecek sevmeye layık olmayan biri olarak hissedecektir. Eğer ki

Narsizm çok yüksek olursa, kendisi dışındaki insanları umursamayacak ve ben merkezci odaklı biri olmasına sebep olacaktır. DSM- 5'te de narsistik kişilik bozukluğu için gerekli tanı kriteri, büyüklenmeci patolojik narsizm odaklıdır (Akt., Gabbard, 2000).

## **Narsistik Kişilik Bozukluğu**

### **Narsistik Kişilik Bozukluğu ve Tanımı**

Narsizm terimini Oxford Advanced Learnes Dictionary 2020 kişinin kendine ve özellikle görünümü ile ilgili olan aşırı hayranlık duygusu olarak tanımlamaktadır. Narsizm aynı zamanda kişinin benliğine ve kimliğine aşırı bağlılık gösteren dönemleri ve çevresel faktörlere karşı olan empati yoksunluğu olarak tanımlanmaktadır (Seward, 2007).

Emmos'a göre 1987 yılında yaptığı tanımlamada narsizm kişinin kendine duyduğu hayranlıktır.

### **Narsistik kişilik bozukluğu**

Bireyin benlik yapısını açıklarken birden fazla sıfat ya da terim ile açıklama yapılabilir. Ancak bu açıklanan sıfatlardan bazıları davranış olarak kesintisiz biçimde devam ediyorsa bu durumda o kişinin benliğinin bir parçasıdır denilebilir. Kişiliğin oluşumunda biyopsikososyal etkenler yer almaktadır. Kimi benlik yapısındaki bireyler çevresindeki insanlara ve onlarla geliştirdikleri ilişkilere ağırlıklı olarak önem atfetmekteyken bazı kişiler ben merkezci bir tavır içerisinde yalnızca kendilerine önem vermektedir. Bu kişilik tutumlarımızla beraber çevresel algımız etkileşim halindedir bu sebeple olumlu ya da olumsuz tutum sergilenebilmektedir. Çevresel algılarımızı kişilik tutumlarımızla birlikte yönetme biçimimiz kişilik bozukluklarının başlangıcı olarak atfedilebilecek durumlara yer açabilmektedir ancak kişilik bozukluğu sıklıkla gözlemlenebilen bir şey olmamasına karşın içerisinde belli başlı özellikler yer almaktadır. Kişilik bozukluğuna sebep olabilecek birçok etkenden bahsedilebilir. Çevresel faktörler, ekonomik koşullar, travmatik yaşam deneyimleri gibi etkenlerden söz edilmesi olasıdır (Cihangiroğlu vd., 2015).

Sosyal bilimlerde ağırlıklı olarak narsistik benlik normal bir durum olarak algılanabilse de psikoloji ve psikiyatri alanlarında narsistik kişiliği bir patoloji olarak yazabilmekteyiz. Narsistik kişilik bozukluğu gözlemlenen bireyler, olaylar sırasında çoğunlukla çevresel etkenleri çok fazla dikkate almaktadırlar. Bir işin nasıl

yapıldığı ve çevrelerinden gelen tepkiler, neyi ne kadar iyi yaptıklarından daha fazla önem halindedir. Bu beğenilme arzusu narsistik bozukluğa sahip bireylerin öz saygı düşüklüğünden sebep olduğu için yapılan yapıcı eleştirilere karşı bile seçici ve kırılabilir olabildikleri söylenebilir. Genelde sahip olduklarından daha fazla özgüven göstermeleri onları başarılı kılabildiği gibi başarısızda yapabilir. Ancak bu hayali özgüven onları genelde “özel” atfettikleri insanlarla iletişim içinde olma isteği ile donatır, etkileşimli empatiden uzak ve soğuk yapıya sahip bireyler olarak gözlemlenebilirler (Köroğlu & Bayraktar, 2010). Amerikan psikiyatri birliği bin dokuz yüz seksen yılında zihinsel bozukluklarının tanılmasına ve istatistiksel el kitabında narsizmi patolojik bir bozukluk olarak tanımlamıştır. 2013’te ise narsistik kişilik bozukluğu özsever narsistik kişilik olarak DSM- 5’te tanımlamıştır. Klinik psikolojide son dönemlerde rağbet gören konular başında narsistik kişilik bozukluğu yer almaktadır. Artan ilgiden dolayı Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) narsistik kişilik bozukluğu kavramını tanılmasına sınıflandırmasına katmıştır (Timuroğlu & İşcan, 2008).

Narsistik kişilik bozukluğunun nedenleri söz konusu olduğunda pek çok bakış açısı ile birçok değerlendirme yapılabilmektedir ancak psikodinamik kuramcılarının daha kapsamlı açıklamaları bulunduğu söylenebilir. Ağırlıklı olarak nesne ilişkileri ve kendilik psikolojisinin narsistik kişilik bozukluğu ile yakın ilişkide olduğu gözlemlenir. Yapılan literatür taramaları benlik yapısı ve etkileşimli kişilerarası ilişkilerde narsizmi, ben merkezci, kendine yüksek değer atfetme ve diğer bireyleri ve benlikleri görmezden gelme ile bağlantılandırmıştır (Kealy & Rasmussen, 2012). Bu narsistik kişilik yapısının sürekli bir olumsuz dönüt içerisinde olmayacağı üstüne bireyin kendiliğine ait olumlu tutumunun ve kişilerarası empati yeteneğinin olması normal narsizm olarak tanımlanmıştır. Normal narsizmin bireyin hedeflere yönelik ve başarısızlık durumunda tekrar toparlanması için koruyucu bir etkisinin olduğu söylenmektedir. Yine de bireyin pozitif kişilik algısında ve benlik işlevinde karşı çıkma ve baş etme stratejilerinde negatif etkilerle karşılaşmıştır. Bu sebeple normal narsizmin patolojik narsizme giden bir süreç olduğu düşünülebilmektedir. Patolojik narsizm ise birey baş etme mekanizmalarını kullanamamakta, tehdit ve tehlike anlarında stratejilerini yönetememekte sonuç olarak işlevsellik kaybının getirdiği sorunlarla baş başa kalma durumu olarak söylenebilir (Timuroğlu & İşcan, 2008; Foster & Campbell, 2007).

## Narsizme Kuramsal Bakış

Psikanalitik kuramcılardan narsizm terimini 1898’de kullanarak literatüre sokan Havelock Ellistir. Havelock Ellis (1898) kişinin bedeninin doyuma ulaştırana kadar kendi bedenine bakan, hayranlık duyguları besleyen ve seven kişinin sapkınlık tutumu ile ilişki kurmuştur (Kızıltan, 2000). Kadınların cinsellik üzerine olan dürtülerini, kişinin kendi vücuduna duyduğu aşırı sevgi olarak nitelendirmiştir (Rozenblatt, 2022 ; Uçar & Konal, 2018).

Freud, Havelock Ellis’in çalışmalarından etkilenmiştir. Narsizm kavramını psikoanalitik literatürde 1910 yılında yayınladığı “Three Essays On The Theory of Sexuality” isimli makalesinde kullanmıştır. Bu Freud’un narsizm üzerine yayınladığı ilk çalışmadır. Genel itibari ile psikoanalitik kuramcılar, erken çocukluk dönemlerinden arta kalan sorunların narsizme sebep olacağına işaret etmişlerdir. 1911 yılında Freud gelişimsel bir dönem olarak narsizmi açıklamış, kibirlenme ve kişinin benlik hayranlığı olarak ifade etmiştir. Rank Freud’dan sonra 1911’de narsizmi kişinin kendi bedenine duyduğu hazzın yalnızca cinsellikle ifade edilemeyeceğini söylemiştir. 1913’te Freud’un yayınladığı “Totem ve Tabu” kaynağında (1913) “aministik omnipotensini ve insanın megalomanyasını” narsizmle ilişkilendirmiştir”. 1914’te Freud erkek eşcinsellerin nesne seçimini “Cinsellik Üzerine Üç Deneme” eserinde anlatmıştır (Laplanche & Pontalis, 1988). Erkek eşcinselleri bir sapık olarak belirtmekle beraber eşcinsellerin libidinal gelişimlerinin bir aşaması olarak narsizmden bahsetmektedir (Kızıltan, 2006).

Alfred Adler (1912) narsizmi diğer bireyler ile kıyas sebebiyle gelişen aşağılık duygusuna karşılık telafi aşamaları olarak tanımlamıştır. Kendisini yetersiz ve değersiz olarak düşünen bireyin bu süreci aşabilmek için geliştirdiği başa çıkma tutumları sonucu narsistik kişilik olarak ortaya çıkmasıdır (Adler, 1912; akt., Çakır, 2018).

1977 yılında Kohut “Kendilik Psikolojisi” etrafında “Kendilik Bozuklukları” olarak narsisizmi incelemiştir. Kohut (1977) büyüklenmeci kendiliğin sağlıklı olduğunu söyler.

Kohut’a göre; erken çocuklukta büyüklenmeci narsizme çocuğun yapabileceklerin sınırı olmayan olarak düşündüğü ilgi gösterenle birlikte olma isteği ve kendi yapabileceklerinin en üst limitini göstererek bu duruma yani kendi benliğine hayran olma ihtiyacıdır. Sağlıklı olmayan yani patolojik narsizm; narsistik kişiliğin gelişimindeki erken süreçteki saplanma durumundan kaynaklanır. Kohut’a göre

narsist bireyler “iç deneyimden yoksundur”. Bu sebeple narsist bireyler, kendi benliklerine anlam yükleyebilmek için diğer bireylerin tepkilerine muhtaçtır (Kohut, 1977; akt., Peker, 2015).

Kernberg'in görüşleri temel olarak Melanie Klein'in nesne ilişkileri kuramından gelir. Kernberg çalışmalarını ağırlıklı olarak sınır kişilik yapısındaki danışanlarla yürütmüştür bu sebeple Kohut'un aksine narsizmi bir patoloji olarak ele almaktadır. Narsisistik bireylerin nesne ilişkilerindeki bozulmalar sebebiyle benlik saygılarında meydana geldiğini gözlemlemiştir (Campbell, Hoffman, Campbell & Marchisio, 2011). Kernberg narsisistik kişilik gelişmesinde ebeveynler tarafından görülen ilgisizliğin ve ebeveynler arasındaki çatışmalarında etkili olduğunu söylemiştir. Çocuk kusursuz olmadığı sürece sevilmeceğini ele alıp kusursuz olmak istediği için narsisistik kişilik geliştirir. Aslında reddedilmeye karşı geliştirdiği bir savunma mekanizmasının ürünüdür. Şema terapi kuramı patolojik narsizmin kaynağı olarak duygusal açıdan yoksunluk duyma, kendini kusurlu görme ve büyüklenmecilik olarak ele alır. Şema terapi; hak görme şemasının narsisist bireylerdeki büyüklenmeci kişiliğin temelinde olduğunu söyler. Güvensizlik, suistimal edilme, sosyal izolasyon, yabancılaşma, başarısızlık, yetersiz özdenetim, boyun eğicilik, onay arayıcılık, yüksek standartlar, aşırı eleştiricilik ve cezalandırma şemaları erken dönem uyumsuz şemalarının narsisistik bireylerde bulunduğu belirtilmektedir (Kıvırcık, 2019).

Karen Horney göre; narsizmi bir olağan bir patolojik durum olarak ele almak yerine, birtakım durumlar ve koşulların meydana gelmesiyle beraber ortaya çıkan nevrotik bir kişilik yapısı olarak incelemiştir. İlgiden yoksun büyüyen çocukların bu ilgisizliğe karşı, ilgi gösterilmesi ve sevilmesi için sahte benliği ile aşmaya çalışmasından kaynaklandığı öne sürmüştür. Horney (1939) narsizmin aslında kendine yabancılaşmayı ifade ettiğini belirtir. Birey sahte benliğine sarıldıkça gerçek benliğinden de kendi içerisinde uzaklaşır ve zamanla yalnızca kendisinden değil kendisine olduğu kadar diğer insanlardan da uzaklaşır.

### **Narsizm'in Boyutları**

Narsizm'in ölçümü için yapılmış ilk çalışmalardan olan NPI ölçeği, 54 maddeden oluşmaktadır, Ruskin ve Hall tarafından 1979 yılında geliştirilmiştir. Bu ölçeğin devam eden çalışmaları sonucu ölçek 40 maddeye indirgenmiş ve 7 ayrı boyutu içermekteydi. Bu boyutlar otorite, kendine yeterlilik, hak iddia etme,

teşhircilik, üstünlük, sömürücülük ve kendini beğenmedir. Daha sonrasında 2006 yılında Dr. Ames tarafından tekrar düzenlenerek NP-16 oluşturulmuştur. Bu ölçekte 40 yerine 16 soru yer almaktadır(Ames, 2006). NPI-40 ölçeğinden bir diğer farkı da 7 boyut yerine 6 boyut içermesidir. Boyutlar; otorite, hak iddia etme, teşhircilik, üstünlük, sömürücülük ve kendine yeterli değildir. Ölçekteki birbirinden taban tabana farklı olarak 16 çift madde bulunur ve bu maddelerden narsist olan değerlendirmeye alınır. Verilen cevaplara göre maddeye 1 ya da 0 puanı verilerek hesaplama yapılır. Sonucun yüksekliği narsist kişiliğin derecesini ifade etmektedir. Atay tarafından Türkçeye uyarlanılan NKE'nin güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılarak iç güvenilirliği test edilmiş ve ilk revizyonunda Cronbach Alpha değeri .57 olarak bulunmuş ancak daha sonra tekrardan revize edilen envanterin güvenilirliği .627 hesaplanmış ve istenen bir değer bulunmuştur. Bu çalışmada analizler sonucu narsistik kişilik envanterinin cronbach's alfa değeri .71 olarak hesaplanmıştır.

### **Otorite:**

Narsist bireyler diğer bireylere karşı bağımlılık göstermekten kaçınırlar. Otoritesini sağlamak ve aslında olmayan bilişlerin kendisinde var olduğuna kendisini de ikna etmek isterler. Otoritenin sağlandığı durumlarda yanlış bilişlerle kendilerini de yönlendirirler. Narsist bireylerin bu bilişleri onların pozitif yanlarını da öne çıkarmaktadır çünkü sosyal anlamda özgüvenli, baskın, cana yakın ve dışa dönüklük gibi olumlu kişilik özelliklerini besleyerek uyumluluk özellikleri sağlamalarına neden olur (Bogart, 2004).

### **Hak İddia Etme:**

Freud'a göre narsizm bireyin çocukluk döneminde karşı karşıya kaldığı olumsuz deneyimler ve hak iddia etme istekleri bulunan bireylerdir. Bu bireyler bilinçlerinde yeterince acı olaylar ve olumsuzluklar yaşadığı için bundan sonra ki acı olaylardan ve olumsuzluklardan uzak durmaları gerektiği bilişlerindedirler (Kets De Vries, 2004).

Narsist kişilik yapısına sahip bireyler, diğer insanlara kıyasla onlardan daha üstün olduklarını düşünmeye meyillidirler, bu düşünce onların diğer bireylere kıyasla daha fazla ilgi ve ayrıcalık ve özel davranışa ihtiyaçları olduğunu hissettirir. Bu his onların bu davranışları hak ettiği düşüncelerine kapılmasına sebebiyet vermektedir



(Rapier, 2006). Arda kalan bireylerin duygu ve düşüncelerine önem vermeksizin kendilerini daha ileriye atmaya yönelik davranışlara sahiptirler (Ziegler-Hill, 2006).

### **Teşhircilik:**

Davranışçı kuram, teşhirciliğin ergenlikteki cinsel hazzın teşhircilik ile kesişip öyle algılandığını ve yaşanan tesadüfi deneyimlerle birlikte geliştiğini öne sürmektedir. Bu deneyim sürekli etki yaratmamakta anca diğer deneyimler ile pekiştirilip giderek artacağı düşünülmektedir. Bireyin sosyal işlevindeki noksanlıkların teşhirciliğe zemin hazırlayıp uyarladığı görülmektedir. Psikanalitik kuramcılar ise, oedipal çatışmaların çözülmemesi ve çocukluk çağında anneleri nesne olarak bırakamayan ve babaları tarafından hadım edileceği korkusunu aşamayan bireylerin teşhircilik özelliği taşıdığını söylemektedir (Davidson, Neale & Kring, 2003).

### **Sömürücülük.**

Bu kişiler sadece kendi faydalarını sağlamak amacıyla diğer bireylerden yararlanmaya çalışırlar. Onlar için diğer bireylerin ne hissettiği önemsizdir. Sadece kendi çıkarlarına göre hareket ederler. Ancak bunu doğrudan yapmak yerine belirli kurgularla karşısındaki insanları sömürme girişiminde bulunurlar (Atay, 2010). Sömürücülüğe sahip bu bireyler diğer insanlardan kendilerini üstün görüp diğer bireylerin haklarını hiçe sayıp kendi çıkarlarına göre hareket ederler (Svrakic, 1985).

### **Üstünlük.**

Narsisist bireyler her zaman her şeyin en mükemmelinin kendilerinin yaptığını savunup çevresindeki kişilerden sürekli övgü beklerler ve yaptıkları işlerin üstünlük duygularıyla doğru orantılı olduğu inancına sahiptirler (Wonneberg, 2007).

### **Kendine yeterlilik:**

Kendine yeterlilik kavramını Bandura öz yeterlilik kavramıyla açıklamıştır. Bandura'ya göre kendine yeterlilik kişinin yapabileceğine olan inancıdır. Kişinin kendine yetebilmesi ve çevresinden bu konuda övgüler almak istemesidir (Lee, 2005). Kernberge göre kendine yeterlilik kişinin benlik saygısını koruması ve çaresizlik duygusunu bastırması ile kendi benliğini geliştirdiğinin göstergesidir (Raskin & Terry, 1988).

## Narsizm'in Türleri

### Büyüklenmeci Boyut

Büyüklenmeci boyut, narsisizmin bir alt boyutu olarak görülmektedir ve genellikle kişinin kendini diğerlerinden üstün ve özel hissetmesiyle ilgilidir. Kişinin kendisine aşırı hayranlık duyması, övünme ihtiyacı hissetmesi, diğer insanlarla karşılaştırıldığında daha üstün olduğuna inanması, başkalarının takdirine ihtiyaç duyması gibi özellikler bu boyutun göstergeleri arasında yer alır. Büyüklenmeci boyutunun narsisizm açısından önemi, kişinin kendisine aşırı hayranlık duyması ve diğer insanlarla karşılaştırıldığında kendisini üstün görmesi nedeniyle, sosyal ilişkilerindeki problemlerdir. Özellikle iş hayatında, bu tür bir kişilik yapısı, çalışma arkadaşları arasında anlaşmazlıklara, rekabetçi bir ortama ve liderlik pozisyonları için mücadelelere neden olabilir. Aynı zamanda, bu tür bir kişilik yapısı, diğer insanlarla etkileşimde kişinin sosyal becerilerini de olumsuz yönde etkileyebilir. Büyüklenmeci boyutunun tanımlanması ve ölçülmesi için farklı ölçekler geliştirilmiştir. Bunlar arasında en sık kullanılanlarından biri, Paulhus ve John'un 1998 yılında geliştirdiği "Büyüklenmeci Kişilik Envanteri"dir. Bu ölçeğin 12 maddeden oluşması, kişinin kendisine yönelik hayranlık duyma, kendini diğer insanlarla karşılaştırma, başkalarına üstünlük hissi ve övünme ihtiyacı gibi boyutları ölçmektedir (Machado vd., 2020).

Büyüklenmeci boyutunun narsisistik kişilik bozukluğu ve diğer psikolojik rahatsızlıklarla olan ilişkisi de araştırılmıştır. Örneğin, bir çalışmada, büyüklenmeci boyutunun depresyon, kaygı ve stres düzeyleri ile negatif bir ilişkisi olduğu bulunmuştur (Zhang vd., 2021). Bununla birlikte, diğer araştırmalar, büyüklenmeci boyutunun antisosyal kişilik bozukluğu, borderline kişilik bozukluğu ve obsesif-kompulsif kişilik bozukluğu ile ilişkili olduğunu göstermektedir (Vater vd., 2013).

Örneğin, bir araştırma, ABD ve Japonya'daki katılımcıların büyüklenmeci boyutu ile ilgili tutumlarını karşılaştırmıştır. Bu çalışma, Japon katılımcıların daha düşük bir narsisistik kişilik yapısına sahip olduğunu ve Amerikan katılımcıların daha yüksek bir narsisistik kişilik yapısına sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, bu farklılıkların kültürel değerlerden ve toplumsal normlardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Japonya gibi bazı Doğu kültürleri, kolektivist yapıya sahiptir ve bireysel başarı ve özgüven yerine uyumlu davranışlar ve toplumda uyumlu bir rol oynama önemlidir. Bu nedenle, narsisizmin daha az kabul edilmesi muhtemeldir (Morling & Lamoreaux, 2008).

Diğer bir araştırma, Hindistan'da yaşayan katılımcıların büyüklenmeci boyutu ile ilgili tutumlarını incelenmiştir. Bu çalışma, Hindistan kültüründe narsisizmin daha az yaygın olduğunu ve insanların daha çok özgüvenli ve yaratıcı olmayı tercih ettiklerini ortaya koymuştur (Mukhopadhyay, 2015).

Yukarıdaki araştırmaların sonuçları, büyüklenmeci boyutunun kültürel faktörlerden etkilenebileceğini ve farklı kültürlerde farklılık gösterebileceğini göstermektedir. Yapılan bir araştırmada büyüklenmeci kişilik özelliklerinin "yapıcı" ve "yıkıcı" tipler olarak ikiye ayrılabilirliği öne sürülmüştür. Yapıcı büyüklenmeci kişilik, özgüveni artıran, kendine güvenen, olumlu bir benlik algısı olan ve başarılı olmaya yönelik motivasyonu artıran özellikleri içermektedir. Yıkıcı büyüklenmeci kişilik ise, diğer insanları aşağılamak, manipüle etmek, kibirli ve agresif davranmak gibi yıkıcı özellikleri içermektedir. Her ne kadar bu iki tip arasında belirgin bir ayrım olmasa da yapılan çalışmalar, büyüklenmeci kişilik özelliklerinin bazen pozitif, bazen de negatif sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir (Kohut, 2009).

Sonuç olarak, narsizm'in büyüklenmeci boyutu, kişinin kendisini yüceltme, başarıya yönelme, olumlu bir benlik algısı geliştirme ve diğer insanların takdirini kazanma ihtiyacı gibi özellikleri içeren bir kişilik özelliğidir. Ancak, bu özelliklerin yıkıcı hale gelme riski de bulunmaktadır. Bu nedenle, büyüklenmeci kişilik özelliklerinin yapıcı ya da yıkıcı bir şekilde yönlendirilmesi, kişinin kendisi için ve çevresi için önemlidir (Mukhopadhyay, 2015).

### **Kırılgan Narsizm**

Narsizm psikolojisinde en çok dikkat çeken özelliklerden biri, kırılganlık boyutudur. Narsistik kişilerin genellikle kendilerini üstün, özel ve özgün olarak algılamalarına rağmen, aslında derinlerde kendilerini yetersiz ve başarısız hissettikleri de sıkça görülmektedir. Bu çelişki, narsizmin kırılgan boyutunu yansıtmaktadır. Narsizmin kırılgan boyutu, kişinin kendisine yönelik güvensizlik, eleştirilere karşı aşırı hassasiyet, reddedilme ve aşağılanma korkusu gibi özellikleri içeren bir kişilik özelliğidir. Bu boyuttaki kişiler genellikle kendi değerlerini yargılamakta zorlanırlar ve bu nedenle sürekli olarak başkalarının onayına ihtiyaç duyarlar (Wink, 1991).

Bu konuyla ilgili yapılan araştırmalar, narsistik kişilerin kırılganlık boyutunun altında yatan nedenleri ortaya koymaktadır. Bu nedenler arasında, çocukluk döneminde yaşanan olumsuz deneyimler, aile dinamikleri, aşağılanma,

suistimal veya reddedilme gibi travmatik yaşantılar yer almaktadır. Bununla birlikte, narsisistik kişilik bozukluğunun kırılğan boyutu sadece geçmişte yaşanan olumsuz deneyimlerden kaynaklanmamaktadır. Aynı zamanda, bu boyuttaki kişilerin sürekli olarak kendilerini yargılamaları, eleştirileri kabul edememeleri ve reddedilmeye karşı aşırı hassasiyet göstermeleri de bu kişilik özelliğinin gelişimine katkıda bulunmaktadır (Dickinson & Pincus, 2003).

Narsizmin kırılğan boyutunun bir diğer belirleyici özelliği ise, bu kişilerin başarılarını kendilerine özgü bir şekilde yorumlamalarıdır. Kendilerini her zaman mükemmel, başarılı ve kusursuz olarak görürler. Ancak, başarısızlık durumunda, hemen kendilerini aşağılamaya başlarlar. Bu nedenle, narsisistik kişilerin çoğunun yüksek bir özgüven düzeyine sahip olmasına rağmen, aslında içlerinde büyük bir kaygı ve kırılğanlık hissi vardır. Bu kırılğanlık boyutu, narsisistik kişilerin diğer insanlarla ilişkilerini de etkilemektedir. Özellikle romantik ilişkilerde, narsisistik kişilerin kırılğanlıkları ortaya çıkmaktadır. Bu kişiler genellikle, partnerlerinden sürekli olarak onay ve destek ararlar ve herhangi bir eleştiriye karşı aşırı hassasiyet gösterirler. Ayrıca, kendilerini özel ve üstün hissettikleri için, partnerlerinin de kendilerine özel bir ilgi göstermelerini beklerler. Bu durum, ilişkinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesine engel olabilir (Gabbard, 1989; Wink, 1991).

Narsizmin kırılğan boyutu, aynı zamanda iş hayatında da görülebilmektedir. Bu kişiler, kendilerine her zaman özel bir ilgi gösterilmesini ve başarılarının takdir edilmesini beklerler. Ancak, eleştirilere karşı aşırı hassasiyet gösterdikleri için, iş ortamında takım çalışması ve iş birliği yapma konusunda zorluk yaşayabilirler. Ayrıca, iş yerindeki diğer çalışanların kendilerine özel bir ilgi göstermemesi durumunda, hemen işten ayrılma veya diğer olumsuz davranışlar sergileme eğiliminde olabilirler. Narsisistik kırılğanlık boyutunun, kişinin kendisine zarar verdiği kadar çevresindeki insanlara da zarar verebileceği unutulmamalıdır. Narsisistik kişilerin diğer insanların ihtiyaçlarını göz ardı etmesi, manipülatif davranışlar sergilemesi ve her zaman kendi çıkarlarını düşünmesi, ilişkilerde çatışmalara neden olabilir. Ayrıca, iş ortamında da bu kişilerin bencil davranışları, takım çalışmasını olumsuz yönde etkileyebilir ve iş verimliliğini düşürebilir (Akhtar & Thomson, 1982; Wink, 1991).

Narsizmin kırılğan boyutunun tedavisi, psikoterapi ve destekleyici terapi yoluyla mümkündür. Narsisistik kişilerin kendi kendilerine yardım etmeleri çok zordur, bu nedenle bir uzman yardımı almaları önemlidir. Terapinin amacı, kişinin

narsisistik düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını anlamasına yardımcı olmak, gerçekçi benlik algısı geliştirmesine destek olmak ve sağlıklı ilişkiler kurabilmesini sağlamaktır. Terapinin etkisi, kişinin istekliliği ve çalışma süreciyle ilişkilidir. Sonuç olarak, narsizmin kırılabilir boyutu, narsisistik kişilik özelliklerinin diğer insanlarla ilişkilerinde ve iş hayatında yarattığı olumsuz etkileri vurgulayan bir kavramdır. Bu boyut, kişinin kendisine olan güvenini sarsarak, kırılabilirlik hissi yaratabilir ve diğer insanların onay ve takdirine ihtiyaç duyulmasına neden olabilir. Narsisistik kırılabilirlik boyutu, psikolojik açıdan ele alındığında, kişinin öz benliğine olan güveni ve takdir edilme ihtiyacı arasındaki dengesizliğe işaret etmektedir. Narsisistik kırılabilirlik boyutunun etkileri, kişinin kendisiyle ve çevresiyle ilişkisinde ciddi sorunlara neden olabilir. Özellikle romantik ilişkilerde, narsisistik kişilerin kırılabilirlikleri, partnerlerini yıpratıcı bir şekilde etkileyebilir. Birçok araştırma, narsisistik kişilik özellikleri ile ilişki memnuniyetsizliği arasındaki bağlantıyı ortaya koymuştur. Örneğin, bir çalışmada, narsisistik kişilik özellikleri taşıyan bireylerin romantik ilişkilerinde daha fazla çekişme, tartışma ve ayrılık yaşadıkları bulunmuştur (Kernberg, Yeomans, Clarkin & Levy, 2008).

Bunun yanı sıra, narsisistik kırılabilirlik boyutu, iş hayatında da sorunlar yaratabilir. Narsistik kişiler, iş yerinde kendilerini göstermek, öne çıkmak ve takdir edilmek için çaba sarf ederler. Ancak, kırılabilirlik hissi nedeniyle, eleştirilere karşı son derece hassas hale gelirler. Bu durum, iş yerindeki performanslarını olumsuz etkileyebilir ve iş arkadaşlarıyla ilişkilerinde de sorunlara yol açabilir. Narsistik kırılabilirlik boyutunun tedavisi, narsisistik kişinin öz benliğine olan güvenini artırmak ve takdir edilme ihtiyacını azaltmak üzerine odaklanmaktadır. Bu amaçla, bireyin kendi öz benliğine dair gerçekçi bir algı geliştirmesi, eleştirilere karşı daha az hassas hale gelmesi ve başkalarının düşüncelerine açık olması hedeflenmektedir sonuç olarak, narsisistik kırılabilirlik boyutu, narsisistik kişilik özelliklerinin bir parçasıdır ve kişinin öz benliğine olan güveni ile takdir edilme ihtiyacı arasındaki dengesizliğe işaret eder. Bu kırılabilirlik boyutu, özellikle romantik ilişkilerde ve iş hayatında sorunlara yol açabilir. Tedavisi, kişinin kendi öz benliğine dair gerçekçi bir algı geliştirmesi ve eleştirilere karşı daha az hassas hale gelmesi üzerine odaklanmaktadır (Ronningstam, 2016).

### **Normal ve Patolojik Narsizm**

Narsizm klinik açıdan incelenirse bir bozukluk olarak ele alınır, klinik açıdan ele almadığımız durumda buna kişilik özelliği diyebiliriz. Yapılan araştırmalarda narsizm, günümüz çağının yaşam tarzının, stresinin ve kaygısının bir ürünü olarak görülmektedir (Hamzavi & Ghorbani, 2007). Doğal olarak, insanların bazılarında narsistik kişilik yapısı görülmektedir buna rağmen birey klinik açıdan bir narsist olarak düşünülmez, narsistik olarak incelenmez (Twenge, 2009).

Narsizm ile ilgili yapılan son araştırmalarda sağlıklı narsizm de kapsamaktadır. Patolojik narsizmden sağlıklı narsizm'e bir süreğenlik vardır (Peyvasteghar & Yazdi, 2002). Narsizm genellikle olumsuz bir anlamı çağırırsa da olumsuz yönleri kadar olumlu görüldüğü yanları da vardır. Bir takım olumlu yanlarını saymamız gerekirse; depresyonun azalmasında, dışa dönük sosyalleşmeci bir benlik kazanmakta ve mesleki/iş hayatında narsistik özellikler taşımayan bireylere kıyasla daha yüksek performansa sebep olmasıyla birlikte, gerekenden fazla özgüven ve empati yoksunluğu gibi durumlarda narsizm'e dahildir (Mohammedzadeh, 2009; Rhodewalt, Madrian, Cheney, 1998).

Bireyler varoluşsal olarak sevinç, acı ve haz almak gibi duygular içerisinde olabilmektedirler. Yaşamdan haz almak sağlıklı narsizmin temel yapı taşıdır. Normal narsizmde kişi çevresinde ki diğer insanların kendisi ile ilgili düşünceleri daha düşük seviyede önemser kişinin kendi ile ilgili düşünceleri daha önemlidir (Rozenblatt, 2022).

Bireyin kendisine dışardan yapılan eleştiriler bireyde özgüven veyahut özsaygı eksikliği yaratmamaktadır. Birey bu eleştirileri görmezden gelme yoluyla yok saymakta sadece kendi fikrine odaklanarak özsaygısını yüksek tutmayı başarmaktadır. Ancak gelen olumlu geri dönütler pozitif etkiler yaratır. Sağlıklı narsizm sonuç bağlamında gerçeklik algısını bozmadan iç güdüsel ihtiyaçların giderilmesini bireyin kendiliği ile uyum içerisinde olması ideal kendiliğine ulaşma arzusu amaçların istenen başarılar ile elde edilmesi ile egonun tatmine ulaşması ve bireyin kendisini sevmesi gibi olumlu etkiler gösterebilir. Bireyler kendilerine değer atfeder ve kendilerini seviyor olma durumundadırlar. Bu durumu diğerlerinden normal olarak algılamasını beklemektedirler. Belirli aşamaya kadar bu durumsallık normal görülecektir ancak bireyin kendisine atfettiği değer, sevgi ve ilgi halinin patolojik olarak gözlemlenecek derecede belirginleşmesi, patolojik narsizmi anlatır (Timuroğlu & İşcan, 2008).

Patolojik anlamda narsisist bireyler yalnızca kendilerine ilgi göstererek, kendilerini, kendi övgüleri ile diğer bireylerden ayıştırmaya başlar. Başarıları veyahut çaba sonucu gösterdikleri üretim ile değil emek içerisine girmeden edindiği yetilere odaklanır, onlardan teveccüh eder, diğer bireyler ya da diğer durum ve nesnelere ilgilenmenin, emek harcamanın yersizliğini vurgular ve çaba içerisine girmekten imtina eder. Patolojik narsizmde birey kendi sınır ve denetim mekanizmalarından yoksundur (Foster & Campbell, 2007).

Kişi patolojik narsisist kişilikte ise diğer bireyler tarafından gelen değerlendirmeleri önemli atfeder ve yapılan eleştirilerin olumlu olmasını önemser. Yine de dışarıya karşı gösterdiği tavır bunun tam tersini yansıtmaya yöneliktir. Dışardan bakılırsa eğer bakan kişi patolojik narsist bireyi gayet özgüvenli olarak nitelendirebilir. Ancak patolojik narsist bireyin kendine güveni yüksek olmamakla beraber bunu gizlemeye yönelik tutuma sahiptir (Karaaziz & Atak, 2013).

Patolojik narsizm de birey kendine fazla değer atfedip bundan haz alır konumda dursa da kendini küçükseme eğilimde olacaktır. Kendisi ile çatışma içerisinde olan bireyler kırılğan bir yapıya sahip olup var olan bu duygularını bastırarak patolojik narsizmin özelliklerini oluşturur (Kernberg, 2012). Patolojik narsizme neden olan etkenlerden bazılarını, çocukluk döneminde yaşanan korkular, baımlılık, beklenen başarıların elde edilememesi sebebiyle ailesel ihmalkarlıklar ve yapılan eleştirilerdir (Rozenbaltt, 2022 ; Güleç & Köroğlu, 1998).

### **Narsizm'in Tanı Kriterleri**

Narsizm, kişinin kendisine aşırı bir hayranlık duyması, kendisini başkalarından üstün görmesi, başkalarının ihtiyaçlarına duyarsız olması ve başkalarının onay ve beğenilerini sürekli olarak arama gibi özellikleri içeren bir kişilik özelliğidir. Narsisistik kişilik bozukluğu (NKB) ise, narsisistik özelliklerin aşırı ve zarar verici bir düzeyde olduğu durumlarda kullanılan bir tanıdır. Narsisistik kişilik bozukluğunun DSM-III, DSM-IV ve DSM-V'teki tanı kriterleri şöyledir;

DSM-III, NKB için bir dizi tanı kriteri belirledi. Bu kriterler şunlardır:

***Kendine aşırı hayranlık:*** Kişinin kendisine yönelik aşırı bir hayranlık duyması ve kendisini her zaman üstün görmesi.

**Empati eksikliği:** Kişinin başkalarının duygularını anlamakta güçlük çekmesi ve başkalarının ihtiyaçlarına duyarsız olması.

**Başkalarının onayına aşırı düşkünlük:** Kişinin başkalarının onayını ve beğenisini sürekli olarak araması ve bu onayı alamadığı durumlarda endişe ve hayal kırıklığı yaşaması.

**Kendi doğruları:** Kişinin kendisinin doğru olduğuna inandığı düşünceleri ve davranışları başkalarına dayatması ve eleştirilere karşı savunmasız olması.

DSM-IV, NKB için DSM-III kriterlerine benzer kriterler belirledi ve birkaç ek kriter ekledi. DSM-IV'teki narsisistik kişilik bozukluğu tanı kriterleri şunlardır:

**Kendine aşırı hayranlık:** Kişinin kendisine yönelik aşırı bir hayranlık duyması ve kendisini her zaman üstün görmesi.

**Empati eksikliği:** Kişinin başkalarının duygularını anlamakta güçlük çekmesi ve başkalarının ihtiyaçlarına duyarsız olması.

**Başkalarının onayına aşırı düşkünlük:** Kişinin başkalarının onayını ve beğenisini sürekli olarak araması ve bu onayı alamadığı durumlarda endişe ve hayal kırıklığı yaşaması.

**Kendi doğruları:** Kişinin kendisinin doğru olduğuna inandığı düşünceleri ve davranışları başkalarına dayatması ve eleştirilere karşı savunmasız olması.

**Kendini özel hissetme:** Kişinin kendisini diğer insanlardan farklı ve özel hissetmesi.

**Başkalarını sömürme:** Kişinin başkalarını manipüle etmesi ve kendi çıkarları için kullanması.

**Kibirli davranışlar:** Kişinin kendisini övmesi ve diğer insanları küçük görmesi, aşağılaması.

Empati eksikliği ve başkalarının onayına aşırı düşkünlük kriterleri, narsisistik kişilik bozukluğunun ana özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Narsisistik kişilik bozukluğu olan bireyler, çevrelerindeki insanları manipüle etme eğilimindedirler ve ilişkilerinde güç ve kontrol arayışında olurlar (American Psychiatric Association, 2013).

DSM-5'te, narsisistik kişilik bozukluğunun tanı kriterleri biraz değiştirilmiştir.

DSM V'teki narsisistik kişilik bozukluğu tanı kriterleri şunlardır:

**Kendine aşırı hayranlık:** Kişinin kendisi hakkındaki aşırı hayranlık duygusu ve kendisini diğer insanlardan üstün görme eğilimi.

**Empati eksikliği:** Kişinin başkalarının duygularını anlamakta zorlanması ve başkalarının ihtiyaçlarına karşı ilgisizlik göstermesi.



***Başkalarının onayına aşırı düşkünlük:*** Kişinin başkalarının onayını sürekli olarak araması ve başkalarının kendisine hayranlık duymasını beklemesi.

***Kendini özel hissetme:*** Kişinin kendisini özel, benzersiz veya yüksek statülü olarak görme eğilimi.

***Aşırı talepkarlık:*** Kişinin başkalarından aşırı taleplerde bulunması, kendisine özel muamele edilmesini beklemesi ve başkalarını sömürmesi.

Narsisistik kişilik bozukluğu olan bireyler, kendi özellikleri hakkında abartılı ve aşırı bir özgüvene sahiptirler. Diğer insanları aşağılama, eleştirme ve manipüle etme eğilimindedirler. Kendi doğrularını ve inançlarını dayatma, başkalarının düşüncelerini umursamama, empati eksikliği, kendilerini özel hissetme ve başkalarından aşırı taleplerde bulunma gibi davranışlar gösterirler (American Psychiatric Association, 2013).

Narsisistik kişilik bozukluğu tanısı için, yukarıda belirtilen kriterlerden en az beşinin kişide bulunması gerekmektedir. Ayrıca, kişilik özelliklerinin ve davranışların bireyin iş, sosyal hayat veya diğer önemli alanlarda bozulmaya neden olması gerekmektedir.

DSM-5'te yer alan Narsisistik Kişilik Bozukluğu tanı kriterleri şunlardır (APA, 2013):

***Kendine aşırı hayranlık:*** Kişinin kendisine yönelik aşırı bir hayranlık duyması ve kendisini her zaman üstün görmesi.

***Empati eksikliği:*** Kişinin başkalarının duygularını anlamakta güçlük çekmesi ve başkalarının ihtiyaçlarına duyarsız olması.

***Başkalarının onayına aşırı düşkünlük:*** Kişinin başkalarının onayını ve beğenisini sürekli olarak araması ve bu onayı alamadığı durumlarda endişe ve hayal kırıklığı yaşaması.

***Kendini özel hissetme:*** Kişinin kendisini diğer insanlardan farklı ve özel hissetmesi.

***Başkalarını sömürme:*** Kişinin başkalarını kendi çıkarları için kullanması, manipüle etmesi veya sömürmesi.

***Yüksek hayal gücü ve düşler:*** Kişinin hayal gücü ve düşlerinin gerçekçi olmayacak kadar yüksek olması.

***Kendi doğruları:*** Kişinin kendisinin doğru olduğuna inandığı düşünceleri ve davranışları başkalarına dayatması ve eleştirilere karşı savunmasız olması.

***Yetersizlik hissi:*** Kişinin içsel olarak kendisini yetersiz hissetmesi, başkalarının onayı olmadan kendine güvenememesi.

DSM-V'teki tanı kriterleri, DSM-IV'teki kriterlerin çoğunu koruyarak, bazı kriterlerde değişiklikler yapmıştır. Örneğin, DSM-5'te "Başkalarını sömürme" kriteri "Kendini özel hissetme" kriteriyle birleştirilmiştir ve "Yetersizlik hissi" kriteri yeni eklenmiştir (APA, 2013).

## **Sosyal Görünüş Kaygısı**

### **Kaygı Kavramı**

Kaygı, köken olarak eski Yunancaya dayanmaktadır, eski Yunanca'da "anxietas" olarak kullanılırdı (Köknel, 1989). Kaygı tanımlanması ve net bir dille ifade edilmesi zor bir algıdır. Çeşitli heyecan türlerini kapsamakta, üzüntü, korku, başarısızlık, acizlik gibi kavramları kaygıdan bahsederken kullanmak mümkündür (Cüceloğlu, 2017).

Kaygının net tanımlardan biri olarak; bireylere belirli durumlarda ve yahut belirli olaylar ışığında, kontrol edilmesi mümkün olmayan, üzüntü verebilen, öngörülmesi zor ve sakıncalı olduğu tahmini düşüncesi ile gerçekleşen duygulardır (Yılmaz, Dursun, Güzeler & Pektaş, 2014).

Kaygı, normal bir durumda dahi, muhtemel veya oluşması gerçek bir tehlikeye ya da tehlike ihtimaline dair ortaya çıkan bir duygudur. Bir uyarıcı olmadığı durumda ortaya çıktığında ise buna Anksiyete bozukluğu tanımı yapılmaktadır. Kaygı yoğun huzursuzluk sonucunda ortaya çıkan somatik ve otonomik belirtiler ile baş göstermektedir (DSM – 5 -TR-2007).

Anksiyete bireyi tehlike esnasında harekete geçmesine neden olan duygudur. Kaygı ise daha genel ve basit anlatımla belirli durumlara karşı yaşadığı endişe hissiyatı ve problemlere karşı gösterdiği tepkiler olarak söylenebilir. Kaygı bir savunma mekanizması olarak kullanılabilir. Eğer birey tehlike hissederse uyarana karşı vereceği bir alarm durumudur (Tallis, 2003).

Kaygı bireylerin gerçek dışı olaylara karşı hissedilmediği sürece motivasyonel olarak kullanılıp bireylerin hayatını sürdürmesini kolaylaştıracak bir olguyken eğer gerçek dışı bir sürece verilen şiddetli, yoğun ve uzun süreli tepki ise bireyin hayatı sürdürme ki yardımcı rolünü kaybederek işlev bozukluğa yol açan patolojik bir olgu haline dönüşmektedir (Geçtan, 2014).

Kaygı duyulan sosyal ortamlar bireylerin olayın yaşandığı sosyal ortamı nasıl algıladığı ile ilişkili bir etkidir. Bu etken kültürel olarak incelenebilir. Çevresel gelişim evreleri, içinde yaşanılan toplum ve kültürel normlar ile öğretilmiş ya da

deneyimlenmiş yaşam olayları bireyin günlük hayatında neleri tehlike ve uyarıcı olarak algılayacağı ile doğrudan ilişkilidir. Bu sebepler ışığında sosyal görünüş kaygısının daha net bir biçimde algılanabilmesi için kaygı kavramının ardından sosyal kaygı kavramının açıklanması önemli bir rol oynayacaktır (Kaplan & Saddock, 2008). ABD’de yapılan çalışmalar sonucunda dünya genelinde çok fazla görülen bozukluklardan biri olarak görülen anksiyete bozukluğunun her 4 kişiden 1 de var olduğunu ve kadınların erkeklere göre daha fazla anksiyete bozukluğuna sahip olduğuna dair veriler bulunmuştur (Kaplan & Saddock, 2008).

Yapılan diğer çalışmalarda çıkan bulgulara göre anksiyete bozukluğu bulunan bireylerin yüzde seksen doksanında otuz beş yaşından önce anksiyete belirtilerini gösterdiği tespit edilmiştir (Öztürk & Uluşahin, 2008).

### **Normal anksiyete ve Patolojik Anksiyete**

Bireyin dıştan gelen uyarılara karşı kendisini savunması normal anksiyetedir. Birey var olan uyarıdan korunması hayati önem taşımaktadır. Bu durumda herhangi bir uyarıcı olmaksızın tepki vermek bireyin endişeli ruh hali ve bir felaket olacak gibi hissetmesi bireyin işlevselliğini büyük ölçüde olumsuz etkilemektedir bu durumda anormal anksiyetenin varlığı söz konusu olabilir. Anormal anksiyetenin tedavisinde psikofarmolojik tedavi büyük rol oynamaktadır (Hohen-Saric, 1979 , Hoehn- Saric, 1982; Rech, 1991 ; Yüksel, 2001).

Birey herhangi bir uyarıcıyla karşılaştığında olayı zihninde değerlendirmesi sonucunda korku yaşar. Var olan bu korku hissinin karşısında bilişsel değerlendirmeden sonra verdiği duygusal tepki ise anksiyetedir (Beck & Emery, 1985). Anksiyete duygusal bir değerlendirme sonucunda ortaya çıkarken, korku bilişsel süreçten sonra ortaya çıkmaktadır. Somut bir uyarıcı karşısında veya soyut bir uyarıcı sonucunda oluşan anksiyete uyarıcının yok olması durumunda hala var olan kaygı durumunun devam etmesi patolojik durumun var olduğunu göstermektedir. Var olan anksiyete durumunun uzun süre devam etmesi, kişinin hayatını olumsuz etkilemesi, işlevselliği ne derecede bozduğu ise rahatsızlık seviyesinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. İşlevselliği büyük ölçüde etkilemesi anksiyetenin patolojik bir seviyeye geldiğinin göstergesidir (Ülsev, 2014).

Oluşan patolojik anksiyetenin süresi değişkendir. Bazen aylar, yıllar alabilir. Anksiyete durumundaki birey farklı nitelikte tepki ve davranışlar sergiler. Bunlar; Fiziksel ve Fizyolojik (kalp çarpıntısı, mide bulantısı, terleme, kas gerginliği, baş

ağrısı, sık sık tuvalete çıkma, nabzın dengesizliği, ağzın sürekli kurumması) gibi belirtiler ortaya çıkmaktadır (Karaman, 2009). Algısını toparlamada zorluk çekme, gerginlik, uykuya dalmada sorun yaşama gibi belirtiler ise zihinsel süreçte ortaya çıkmaktadır (Karaman, 2009). Kaygı içerisinde olan birey ise bu durumu davranışlarıyla ortaya koymaktadır. Kaygı içerisinde olan birey basit bir iş yaparken, o işlevi yerine getirmek için yaşadığı performans kaygısı, sesin titremesi, sabit bir yüz ifadesiyle kalma gibi durumlar davranışsal belirtilerdir (Tokinan, 2013).

### **Sosyal Kaygı**

Birey var oluş itibarıyla yaşamını idame etmek için diğer insanlarla sürekli bir etkileşim içerisindedir. Yaşam boyunca diğer insanlarla olan etkileşimi büyük ölçüde etkileyen önemli kavramlardan biride sosyal kaygıdır. Sosyal kaygı terimini ilk defa Fransız Psikiyatrist Paul Hartengberk tarafından bin dokuz yüz bir yılında ele alınmıştır. Son zamanlarda üzerine çalışan önemli konulardan biridir (Kıran, Bozkur & Kaya, 2018).

Sosyal kaygı kavramı aslında basit bir toplumsal kavram değildir. Birey yaşamında yaptığı davranışlarının duygularının, görünüşünün diğer insanlar tarafından olumsuz karşılanıp eleştirilmesinden dolayı duyduğu kaygıdır. Sosyal kaygının tek bir nedeni olamayacağı için kişinin sosyal kaygısının nedeni bulmak pek kolay değildir. Sosyal kaygının nedenini bulurken kişinin kişilik özelliklerini, geçmiş yaşantısını, beceri eksikleri gibi hususlarını görmemezlikten gelmemek gerekir (Öztürk, 2014). Kişilerin birbirleriyle olan ilişkisinde beliren sosyal kaygı önemli bir unsurdur (Çağlar, Dinçyürek & Arsan, 2012). Sosyal kaygı yaşayan bireyler genelde diğer insanlar tarafından izlendiklerini düşünüp ona göre davranırlar çünkü diğer kişiler üzerinde iyi bir izlenim bırakmaya çalışırlar. Bunun için kendilerini diğer insanlarla kıyaslarlar ancak amacına ulaşmamaktan dolayı sosyal kaygı yaşarlar (Bozdemir, 2014).

Bireyler sosyal ortamlarda buldukları zaman sosyal kaygı yaşamamak için kaçınma davranışı sergilerler. Sosyal kaygı yaşayan bireyler bu durumdan kendini benliğini koruma çabasına girebilirler (Koyuncu, 2012). Sosyal kaygı en çok ergenlik döneminde olan bireylerde görülüyor. Bu Dönemdeki bireyler insanların kendileri hakkındaki düşüncelerini çok fazla önemsedikleri ve sosyal olma ihtiyacı içerisinde oldukları için sosyal kaygı geliştirmeye başlarlar (Sübaşı, 2007).

Amerika Psikiyatri Birliği (2000)'e göre sosyal kaygı bozukluğu, sosyal fobi ile beraber tanımlanmaktadır. İş ve sosyal hayatta avantajlı olan bireylerin

görünümünün iyi olduğu saptanmıştır (Heilman & Stopeck, 1985). İnsanların kendilerine hayranlık duymalarını isteyen kişiler ilgi çekici olabilmek için çaba içerisinde olurlar (Yousefi, Hassani & Shokri, 2009).

### **Sosyal Kaygı Tanı Kriterleri:**

Sosyal kaygı ilk defa 1980 yılında DSM III'te sosyal fobi olarak ele alınmıştır. DSM III tanı ölçütlerine göre sosyal fobi, “başkalarınca değerlendirilebileceği durumlarda gerçekte bağdaşmayan ve sürekli olarak korkma ve kaçınmayla beraber utanç duyacağı ya da küçük düşeceği şekilde davranacağından endişe duyma” şeklinde belirtilmiştir.

Daha genel sosyal durumlardan kaçınan kişiler için kaçınan kişilik bozukluğu tanısı daha uygun bulunurken, sosyal kaygı bozukluğuna sahip bireylerin de birçok ortam ve durumlarda korku ve kaygı yaşadıkları görülmüştür. Böylece DSM-III-R'e (1987) yaygın tip sosyal kaygı bozukluğu tanısı eklenmiştir. DSM-IV'te (1994) bu bozukluk sosyal kaygı bozukluğu olarak nitelendirilmiştir (Dilbaz, 2000). Son olarak DSM-V'te (2013) ise toplumsal kaygı bozukluğu olarak nitelendirildiği görülebilir. DSM-V'te (2013) yer alan toplumsal kaygı bozukluğu tanımı ve tanı özellikleri aşağıda verilmiştir (Köroğlu, 2013).

DSM 5'e göre sosyal fobi (toplumsal kaygı bozukluğu) tanı kriterleri;

- Kişi diğerleri tarafından değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden fazla toplumsal durumda belirgin bir korku veya anksiyete duyması. (Diğerlerinin önünde konuşma yapmak, tanımadık kişilerle konuşma, tanımadık kişilerle karşılaşma, yemek yerken veya içerken gözlendiği düşüncesi)
- Kişi olumsuz değerlendirilebileceğini düşündüğü biçimde davranmaktan veya kaygılı olduğuna dair davranışlardan kaçınırlar. (Diğerlerinin yanında küçük düşeceği ya da utanç duyulacak şekilde diğerleri tarafından dışlanacağı, diğerlerinin kırılmasına yol açacak biçimde.)
  - Mevcut toplumsal durumlardan kaçınılır veya anksiyete ya da korku ile duruma katlanılır.
  - Söz konusu olan toplumsal durumlar, her zaman neredeyse anksiyete veya korkuya sebebiyet vermektedir.
  - Anksiyete veya kaygı toplumsal-kültürel bağlamda gerçeklikle orantısız büyüklüktedir.

- Anksiyete, korku ya da kaçınma sürekli ve en az altı aydır sürmektedir.
- Kişinin mevcut durumda yaşantısında birçok konuda işlevselliğinin düşmesine neden olur.
- Mevcut durum madde kötüye kullanımı ile açıklanamaz.
- Mevcut durum beden algısı bozukluğu, panik bozukluk, otizm açılımı çerçevesinde bozukluk gibi ruhsal bozukluk ile ifade edilemez.
- Organik hastalığa (Parkinson hastalığı, yanık veya yaralanmadan dolayı biçimsel bozukluk, şişmanlık) anksiyete, korku veya kaçınma durumuyla bağlanamaz.

### **Beden İmgesi**

İnsanlar yaşamları boyunca diğer insanlarla etkileşim ve paylaşım içerisinde olurlar. Etkileşim içerisinde olduğu kişiler üzerinde olumlu izlenim bırakmak isterler ve bunun için büyük çaba sarf ederler. Olumlu bir beden algısına sahip olan bireylerin öz güvenlerinin de aynı orantıda yüksek olduğu görülmektedir. Sosyalleşmek için kişinin olumlu beden algısına sahip olması çok önemli bir unsurdur (Erdoğan & Tütüncü, 2015 ; Yılmaz, 2015; Matera vd., 2013; Kalafat, 2006; Clark & Tiggemann, 2006; Tarhan, 1995).

Sosyal medya araçlarının günümüzde çok fazla kullanılmaya başlanması ile “Beden algısı” kavramı bireyin hayatını büyük ölçüde etkilemeye başladığını ve sosyal medyanın etkisiyle çok fazla fiziksel görünümün ön plana çıkmaya başladığı görülmektedir. Bunun sonucunda sosyal medyada belli bir “beden imajı” kavramı ortaya çıkmaya başladı. Özellikle genç yetişkinler sosyal medyada oluşmuş bu “ideal beden imajı” kavramına göre kendi beden imajını oluşturmaya başladığı görülmektedir (Meral, 2018).

Beden imgesi “bedene ilişkin imgelerdir” diyen Cash’e (2005) göre beden imgesi özellikle dış görünüş ile ilgili olsa da sadece buna indirgenemeyecek kadar çok yönlü ve komplike bir yapıdır. Beden imgesi bireyin şu ana kadar ki inançları, kendisiyle ilgili duyguları, düşünceleri, davranışları, bireyin bedenine, görünüşüne bağlı olarak geliştirdiği beden algısı gibi tutumlarını içeren çok yönlü psikolojik deneyimlerdir. Sadece fiziksel bütünlük ile ilişkili olarak görünse de zihinsel ve toplumsal olarak da bu bütünlükten büyük ölçüde etkilenmektedir (Cash, Santos, Williams, 2005).

Gelişme yolunda olan topluluklarda “beden imajı” kavramı ile ilişkili fiziksel görünüş sadece biyolojik olarak düşünülse de sosyal ve psikoloji ile ilişkilidir (Raghibi & Minakhany, 2012).

“İdeal beden imajı” kişinin kendi beden algısını olumlu veya olumsuz bir şekilde algılamasını önemli ölçüde etkiler. Kendi beden algısı, İdeal benliğe uzak olan bireyler kendi fiziksel görünümünden dolayı memnuniyetsizlik yaşarlar. Kendi beden imajından memnun olmayan bireyler “İdeal benlik” kavramına ulaşmak için büyük çaba gösterirler. Öte yandan İdeal benlik görüntüsü farklı etnik yapısına sahip toplumlar açısından değişkenlik gösterebilirler (Martin, 2010).

Kişiler diğer insanlar tarafından konuşmasıyla, görünüşüyle ilgi çekmek ister. Diğer bireylerin kendisi hakkındaki olumlu veya olumsuz düşüncelerini büyük ölçüde önemsemektedir. Genel olarak baktığımızda bireyler çağın en büyük buluşlarından olan sosyal medya araçlarında kendini göstermeye başlamış belli bir standarda bağlı ideal beden imajı kavramını kendine rol model olarak aldığını ve kişiler bu var olan beden imajına bürünebilmek adına birçok işlemden geçtiğini yapılan araştırmalarda görülebilmektedir. Bu durum kişinin belli bir zaman sonra sağlık açısından olumsuz etkilediği ve işlevselliğinin bozulabildiği görülmektedir. Henry Head beden imajıyla ilgili ilk çalışmaları yapan kişi olsada beden imajıyla ilişkili psikolojik öğelere çok az yer vermiştir. Ancak Nörolog Paul Schilder, beden imgesi ile ilgili yaptığı çalışmalarla daha çok yol kat etmiştir. Böylelikle beden imajı psikolojik, nörolojik ve sosyokültürel öğeler dikkate alınarak farklı açılardan değerlendirilmiştir (Fisher, 1990 ; Akt., Cash, 2004). Bu konuda önem arz eden çalışmalardan biri de “Beden İmajı ve Kişilik” metnini Seymour Fisher ve Sidney Cleveland bereber yayınlamıştır (Cash & Smolak, 2011).

### **Olumsuz Değerlendirme Korkusu**

Sosyal hayatlarında bireyler diğer insanlar üzerinde olumsuz izlenim oluşturmaktan çok fazla korku duyarlar. Bu nedenle toplumda kabul görmek için diğer bireylerin beklentilerini karşılamaları gerektiğini düşünürler. Sosyal ilişkilerinde kendileri hakkında olumsuz bir izlenim oluşmasından korku duyarlar. Bu korkunun ilerlemesi kişilerin hayatlarını ileri derecede olumsuz etkiler ve bu korkunun sonucunda bireyde sosyal kaygı oluşur (Çam vd., 2010).

Kişi olumsuz değerlendirileceği durum ve olaylardan kaçınma davranışı sergilemektedir (Watson & Friend, 1969). Olumsuz değerlendirme korkusu bireyin

hayatını olumsuz etkileyip diğer kişiler tarafından eleştirilere maruz kalacağı düşüncesi işlevselliğini büyük ölçüde bozmaktadır (Yıldırım vd., 2011). Olumsuz değerlendirme korkusu içerisinde olan bireyin sosyal ortamda performansı düşer birey bundan kaçmak için çeşitli bahaneler üretir ve kendisine güvenli bir alan oluşturur (Akın vd., 2011). Sosyal ortamlarda çok iyi performans sergileyen birilerinin varlığı olumsuz değerlendirme korkusu olan bireylerin daha fazla performans sergilemesi gerektiği inancına kapılır ve dışlanma kaygısı yaşarlar (Rapee & Heimberg, 1997).

Bu durum en çok mükemmeliyetçi kişilik yapısına sahip bireylerde görülmektedir. Bu kişiler dışlanmaktan korktukları için diğerlerinin beklentilerini karşılamak için çaba sarf ederler. Ancak bu kişilerin kendisini eleştirmesinden korktuğu için kaçınma davranışında bulunurlar (Frost, Glossner & Maxner, 2010).

Olumsuz değerlendirme korkusunun temelinde bilgi işleme kapasitemizin sebebiyet verdiği ön yargılar olduğunu ifade eden bazı çalışmalar mevcuttur. Sosyal ortamlarda bireyin mükemmel olmamasının neden olduğu olumsuz değerlendirme korkusu performans düşüklüğüne neden olmaktadır. Bu yüzden birey çevreyi yok sayar ve kendisine odaklanır bunun sonucunda bireyin performansında düşüş meydana gelir (Leary & Kowalski, 1995). Sosyal anksiyete bilişsel bakış açısına göre olumsuz değerlendirilme korkusuyla ilişkilidir (Clark & Wells, 1995; Rapee & Heimberg, 1997).

Yapılan çalışmalarda kişilerin sosyal ortamlardaki becerilerinin düşük olmasının olumsuz değerlendirme ve utangaçlıkla ilişkili olduğu gözlenmiştir (Lundh & Sperling, 2002 ; Miller, 1995 ; Stopa & Clark, 1993). Olumsuz değerlendirme korkusu bulunan bireyler kendilerini eğlenceli ve yeterince zeki bulmadıkları için kendileri hakkında olumsuz değerlendirmeler yaparlar ve aslında kendi kendilerine olumsuz değerlendirme korkusunun zeminini hazırlamaktadırlar (Moscovitch, 2009). Mükemmeliyetçi bireyler yaptığı işin en iyisini yapması gerektiği için sosyal ortamlarda diğer bireylerin iyi bir performans sergilemesi durumunda, kendisi bunun en iyisini yapamayacağı inancına kapılırsa bu durum korku yaşamasına sebep olur. Bu bireyler diğer kişilerin eleştirilerinden çekinir, olumsuz değerlendirme korkusu yaşar ve o işi yapmaktan kaçınırlar (Frost, Glossner & Maxner, 2010).



## Sosyal Görünüş Kaygısı

İnsanlar var oluşları gereği diğer kişilerle karşılıklı etkileşim halindedirler. Toplumun diğer bireyleriyle sürekli bir iletişim ve etkileşim içerisinde olan birey diğer bireylerle birbirini etkiler. Etkileşim kurduğumuz bireylerle uyum içerisinde olmayı hedefleriz. Toplumun diğer bireylerle olan uyumumuz sosyalleşmemiz bakımından çok önemlidir (Kalemoğlu, Varol, Erbaş & Ünlü, 2014).

Sosyal ilişkilerde kişinin fiziksel görünümü çok önemlidir. Kişinin girdiği ortamlarda ilk izlenimi çok önemlidir bu yüzden bireyin dış görünüşü açısından olumlu bir beden imajına sahip olması kişiyi olduğu ortamda daha ilgi çekici kılar. Kişinin fiziksel görünümünün iyi olması kişiler arası ilişkilerinde olumlu anlamda çok büyük bir etkiye sahiptir. Özellikle son zamanlarda medya araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte dergiler, programlar ve sosyal medya araçlarının hayatımızın merkezine gelmesiyle birlikte fiziksel görünüş daha da ön plana çıkmıştır. Sosyal medyanın da varlığıyla oluşan belli bir kalıp ve ölçülerin oluşturduğu bir güzellik algısı oluştu. Bireyler var olan bu güzellik anlayışının standartlarına erişmek için büyük çabalar sarf etmektedir. Bu güzellik algısından dolayı kişiler kendileri gibi olmakta sıkıntılar yaşamakta ve bu durum kişinin duygu ve düşüncelerini büyük ölçüde etkilemeye başladığı görülmektedir (Kılıç, 2015).

Bireyler var olduğundan bu yana hep beğenilmek diğer insanlar tarafından ilgi çekmek istemektedir. Özellikle sosyal medya araçlarının yaygınlığı ile bireyler oluşan bu güzellik algısının tam anlamıyla karşılamak için bir uğraş içerisinde. Sosyal medyada daha zayıf, daha ince belli, daha kaslı, daha güzel görünme çabası içerisinde. Sosyal medyanın oluşturduğu bu ideal beden algısına ulaşmak için birey çok fazla fedakârlık yapmaktadır.

Kişinin bu fiziksel görünüşünü önemsemesinin altındaki sebep kişinin fiziksel görünümünü, sosyal yaşamını, işlevsellikteki performansını, düşüncelerini, bedenine karşı olan algısını, özgüvenini yani bireyi zihinsel, fiziksel, duygusal olarak etkilemesidir (Öksüz, 2012).

Oluşmuş bu ideal benlik algısıyla kendi beden algısını karşılaştıran bireyler bu karşılaştırmadan oluşan tutarsızlık sonucunda birey kaygı duymaya başlar (Kılıç, 2015).

Görünüşünden dolayı oluşan bu kaygıya sosyal görünüş kaygısı denir. Sosyal görünüş kaygısı kişinin diğer kişiler tarafından fiziksel olarak değerlendirilmesi sonucu bireyin hissettiği duygu ve düşünceler bütünlüğü denilebilir (Gül, 2016). Bireyin diğer

insanlar tarafından değerlendirilmesi sonucu kendine karşı oluşturduğu algı sonucu hissettiği kaygıya sosyal görünüş kaygısı denir (Çınar & Keskin, 2015). Daha önceleri yapılan genel araştırmalarda sosyal görünüş kaygısıyla eş değer olan sosyal fiziki kaygı terimi kullanılıyordu (Ko, 2010).

Sosyal görünüş kaygısıyla aynı anlamı kapsayan “sosyal fiziki kaygı” terimini Schilder (1935) "zihnimizde oluşturduğumuz vücudumuzun resmi" olarak ilk defa tanımlanmıştır. Beden imgesi terimiyle ilişkilidir (Akt., Hart vd., 1989). Sosyal fiziki kaygı bireyin vücut şekli ve fiziksel görünüşüyle alakalı duyduğu kaygıyı ifade eder. Önemli olan kişinin vücut yapısındaki oranlardır kişinin diğer görünümüyle pek ilgilenmez (Levinson & Rodebaugh, 2011).

Bireyler için toplumdaki diğer bireyler tarafından nasıl görüldüğünün önemi çok fazladır. Fiziksel görünüşünün iyi olması, kişinin kendi bedeninden olan memnuniyeti var olduğu toplumdaki varlığı açısından çok önemlidir. Kişi eğer istediği beden imajına sahip değilse bunun için büyük kaygı yaşar ve bu kaygıdan kurtulmak için beden imajında bazı değişikliklere gider (Akgül, 2018). Kişiler bu yüzden hem kendi görünüşüne hem de diğer bireylerin görünüşüne dikkat ederler. Son zamanlarda fiziksel görünüşün ön plana çıkmasıyla birey olumsuz değerlendirme ve değerlendirilme korkusu içerisine girerler ve bu durum kişinin sosyal görünüş kaygısı yaşamasına neden olur (Kılıç & Karakuş, 2016).

Sosyal görünüş kaygısı beden algısıyla ilişkilidir. Kişinin bedeniyle ilgili memnuniyetsiz olması kişinin olumsuz beden algısına sahip olduğunu gösterir (Doğan, 2010).

Sosyal görünüş kaygısı da sosyal kaygının bir türü olup birbirleriyle olumlu yönde bir ilişkiler olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal görünüş kaygıları yüksek olan bireylerin benlik saygıları düşüktür. Bu iki kavram da birbiriyle ilişkilidir (Çelik & Şenay-Güzel, 2018). Sosyal görünüş kaygısının sebebi bireyin kendi bedenine karşı oluşturduğu olumsuz algı ve inançlarıdır (Seki, 2014).

Olumsuz beden algısına sahip bireyler sosyal ortamlardan kaçınma davranışı gösterirler. Açık alanda yapılan aktiviteler yerine kapalı alanda yapılan aktivitelere yönelirler (Hart vd., 1989). Görünüşünden memnun olmayan bireyler görünüşlerini yeniden oluşturmak için farklı yollar denerler bunların arasında giyiniş tarzlarını değiştirme, fiziksel aktivitelere katılım gösterme, estetik operasyonlar geçirme daha ilerisi olan ciddi ameliyatlara geçirme gibi girişimlerde bulunabiliyorlar (Grogan, 1999). Sabiston, Pila, Pinsonnault-Bilodeau ve Cox (2014) göre sosyal görünüş

kaygısına etki eden unsurları şöyle belirtebiliriz; kişilik özellikleri (boy, yaş, sosyal durumlar vb.), fiziksel faaliyet şekilleri, çevresel unsurlar ve nitelikler, sosyal unsurlar ve fiziksel olarak kişinin kendisini algılama biçimi verilebilir bu faktörlerin yanında sosyal medyanın getirdiği bazı güzellik algıları da vardır. Özellikle fotoğraf paylaşımı yapılan sosyal medya araçları güzellik algısını çok farklı boyutlara taşımıştır (Seyfi & Arpacı, 2016).

Görünüş olarak çekici bir yapıya sahip olan bireyler, insanlar tarafından çekici bir yapısı olmayan bireylere göre daha fazla iletişim kurulmak istenen taraf oluyor. Bundan dolayı bireyler diğer insanlar tarafından çekici görünebilmek için büyük çaba içerisine girerler ve girdikleri ortamlarda olumlu bir izlenim bırakmak için de çaba gösterirler (Yousefi, Hassani & Shokri, 2009). Bu durumdaki kişilerin diğer bireylere aslında olumlu bir benlik sunumu yaptığını söyleyebiliriz. Diğer insanlara olumlu bir intiba bırakmayacağını düşünen bireyler endişe yaşarlar (Leary & Kowalski, 1995). Hart ve ark. (2008) göre sosyal görünüş algısı sadece kilo, boy vb. kavramlarından ibaret fiziksel görünüşten ziyade kişinin tenini, burnunu, gülüşünü kapsayan daha ayrıntılı ve bütüncül bir kavramdır. Kişinin kendi vücuduyla ilgili hissettiği duyguları, düşünceleri, vücudunu algılayış biçimine “Beden imajı” denir (Cash, 1989).

Kişi eğer diğer kişilere göre kendisini daha az çekici buluyorsa, herhangi bir organıyla ilgili olumsuz bir düşünce ve duyguya sahip ise ve bedeninin herhangi bir bölgesinden utanç duyup mutsuzluk içerisindeyse bu birey “olumsuz beden imajı” na sahiptir. Birey eğer bedeninden memnunsaydı, bedeninin herhangi bir bölgesinden rahatsız değilse ve bedeniyle mutlu ise kişi “Olumlu beden imajı” na sahiptir. Bu kişiler yeme, kilo alıp verme gibi konularda vakit harcamazlar. Dış görünüşlerinin karakterlerini, kişiliklerini, değerlerini ölçmediğinin farkındadırlar (Altabe & Thompson, 1992; akt., Doğan, 2010).

Beden imajı kişinin benlik saygısıyla ilişkilidir. Olumlu beden imajına sahip bireylerin yüksek benlik saygısına sahip olduğu ancak olumsuz beden imajına sahip bireylerin ise benlik saygısının düşük olduğu sonucuna yapılan araştırmalarda varılmıştır. Beden imajı bireyin sadece benlik saygısını değil, kişinin sosyal fobi düzeylerini, sosyal ilişkilerini, cinsel davranışlarını, yeme davranışlarını ve duygusal durumlarında da belirleyici bir rol oynamaktadır (Jung & Lee, 2006).

## Sosyal Medya

### Sosyal Medya Tanımı ve Gelişimi:

İnternet kavramı ilk kez 1970 yıllarında kullanılmaya başlandı ancak belirgin olarak 1990'lı yıllarının başlarında daha çok hayatımızda kendini göstermeye başladı. Özetle ifade etmemiz gerekirse internet iki bilgisayarın birbirine bağlanması sonucunda gerçekleştirdiği bilgi ağıdır. Bu ağın dünya çapında geliştirilip yaygınlaşması ile büyük network ağı olan “www (world wide web)” kavramı ortaya çıktı. İnterneti sadece bilgi almak için kullanıldığı ilk zamanlar da “web 1.0” kullanılırken şimdi bilgi almanın yanında bilgi alışverişinde bulunduğumuz, karşılıklı paylaşım yapmasına, iş birliği oluşturmalarını sağlayan “web 2.0” kullanılmaktadır (Laudon & Laudon, 2011).

Bu sosyal ağlar kişilerinin sosyal medyada açık profil oluşturmalarına, bireylerin diğer kullanıcıların sistem içerisinde yaptıklarını takip etmesini sağlayan web siteleri olarak tanımlanmıştır (Boyd & Ellison, 2007). Bunun bir adım ötesi olan Web 3.0 olarak adlandırılan sosyal ağlarla yapay zeka programlanması planlanmaktadır. Bu süre içerisinde sosyal medya ya entegre edilerek bu ağlar sonucu ile kişinin kendi kendine içerikler üretmesine olanak sağlayan sosyal medya teknolojisi Web 3.0 olarak ifade edilmektedir (Gökçearslan, 2011).

2.0 Web teknolojisini gelişmesiyle birlikte web sitelerinin üç başlık altında toplandığından bahsedilmiştir. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz; Paylaşılan içerik, yayınlanan içerik, sosyal ağ oluşturma (Borges, 2009). Paylaşılan içerik, kişilerin diğer kişi ve topluluklarla istediği içeriği paylaşabilmesi demektir. Bu paylaşımlarla içerikler popüler olup “viral efekt” dediğimiz yani paylaşılan içeriğin sayısı sınır tanımadan ve hızı önlenemez bir şekilde paylaşılıp görülmesi anlamına gelmektedir. Yayınlanan içerik siteleri, herhangi birinin kolayca içerik yayınlatabildiği sitelerdir. Web 2.0 dönemiyle beraber kişiler içerik oluşturmaya ve oluşturdukları içerikleri birbirleriyle paylaşmaya ve yorumlamaya başlamışlardır. Kullanıcıların birbirleriyle paylaşım ve yorumlama yapması uygulamalarda kişileri tüketici konumundan çıkartarak aynı zamanda üretici konumuna da getirmiştir. Web 2.0 dönemiyle beraber sosyal medya araçları uygulama kullanılabilir duruma gelmiştir. 6 Başlıca sosyal medya araçları Facebook, Twitter, Instagram, Skype, Wikipedia ‘dır (Güçdemir, 2017).

Sosyal medya bireylerin internet ağları üzerinden diğer bireylerle karşılıklı olarak duygu ve düşüncelerini paylaşmasına olanak sağlayan bir topluluk oluşumudur (Preeti, 2009).

Sosyal medya ile birlikte bireyler içerik üretmeye başlayıp diğer insanlarla paylaşmaya başlamış ve yüksek etkileşimli mobil web teknolojisi ile birlikte bireyler ürettikleri içerikleri diğer kişiler ve topluluklar ile paylaşıp tartışabilmektedir (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011). Günümüzde altın çağını yaşayan sosyal medya verilerini kullanıcılardan ve diğer veri ağlarından toplamaktadır (Lietsala & Sirkkunan, 2008).

Bireylerin kişisel profillerini oluşturdukları, aynı ilgi alanlarına sahip olduğu kişilerle paylaşım ve iletişim içerisinde oldukları web tabanlı uygulamalar sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Vural & Bat, 2010). Bireylerin yaş sınırına takılmadığı, etkileşim içinde olduğu, düşünce ve fikirlerini hızlı ve özgür bir biçimde dile getirdikleri ve diğer kullanıcılarla paylaşım içerisinde oldukları internet tabanlı hizmetlerin genel ifadesidir (Barutçu & Tomaş, 2013).

Sosyal medya olarak kullanılan uygulamalar ilk defa 1997 yılında Six Degrees sitesinin girişimleriyle başlamıştır. 2002- 2003 yıllarında ise bunun ilk somut adımları atılmış ilk olarak Friendster ve Myspace uygulamaları, daha sonra 2004-2005 senelerinde Youtube ve Flickr kullanıma sunulmuştur. 2006-2007 senelerinde ise interaktif anlamdaki popüler uygulamalar olan Facebook ve Twitter yaygınlaşmaya başlamıştır (Borders, 2009 ; Boyd & Ellison, 2007).

Yeni medyayla birlikte gelişen sosyal medya geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak daha geniş bir etki alanı oluşturmakta olup geleneksel medyadan (gazete, televizyon, radyo) tek taraflı sadece bilgi alınırken insanlar sosyal medya ile duygularını, düşüncelerini ve çalışmalarını diğer kullanıcılarla karşılıklı olarak paylaşma imkânı elde etmektedir (Aslan, 2010).

Kullanıcı tabanlı sosyal medya uygulamaları insanları bir araya getirerek aradaki iletişim ve etkileşimi arttırması yönüyle büyük öneme sahiptir. Geleneksel medya belli bir kişi veya kuruma bağlı iken sosyal medya da kullanıcı aslında bağımsız bir üretici konumundadır. Bireyler dakikasında var olan bilgi ve haberi paylaşabilmektedir. Geleneksel medyada bilgiler değişmezken sosyal medyada anlık değişip güncellenebilmektedir. Sosyal medyada bilgiler sınırsız ve güncelken geleneksel medyada sınırlı ve güncel değildir (Akar & Erkan, 2010). Geleneksel medya ile sosyal medya arasında çok fazla farklılık bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları

oluşturdukları kişisel sosyal medya hesapları ile fotoğraf, video ve benzer içerikler ile birlikte mesajlaşma iletişim kurabilmektedir (Komito & Bates, 2009).

### **Sosyal Medyanın Özellikleri**

Sosyal medyanın oluşmasıyla birlikte kullanıcıların sosyal medya uygulamalarına uyum sağlama sürecinde belli kavram ve özellikler ortaya çıkmıştır. Var olan bu kavramlar sosyal medyanın varlığıyla daha net anlamlar içermeye başlamıştır.

Mayfield (2010, s.6)'a göre sosyal medyanın özellikleri aşağıdaki gibidir;

**Açıklık:** Sosyal medya uygulamaların da bireyler içeriklere rahatlıkla ulaşma, düşünce ve duygularını rahatlıkla dile getirip tartışabilmektedir.

**Konuşma:** Sosyal medya uygulamaların da kişiler tanımadıkları bireylerle rahatlıkla karşılıklı iletişim kurup konuşabilmektedir.

**Topluluk:** Sosyal medya uygulamalarında bireyler kendi aralarında topluluk oluşturabilir ya da topluluklara katılabilir. Bireyler bura da bilgi alışverişinde bulunup, fotoğraf ve videoları birbirleriyle paylaşabilmektedir.

**Katılım:** Sosyal medya uygulamaların da bireyler iletişimde bulunduğu kişilerle geribildirimler aracılığıyla birbirlerine katkıda bulunurlar.

**Bağlantısallık:** Sosyal medya ile kişiler birbirleriyle bağlantılar kurarak etkinlikler oluşturmaktadır.

Kietzmann vd. (2011)'e göre ise sosyal medyanın temel özellikleri aşağıdaki gibidir (Kietzmann, Hermkens, Mc Carthy & Silvestre, 2011, s.242);

**Kimlik:** Kullanıcıların sosyal medya ağlarında kendilerini tanıtarak oluşturdukları profillerle aslında kendi sanal kimliklerini oluşturmaktadır.

**Sohbet:** Sosyal medya uygulamalarında bireylerin karşılıklı olarak kurdukları iletişimdir.

**Paylaşım:** Sosyal medya uygulamaları ile bireylerin birbirleriyle karşılıklı olarak resim, video gibi içeriklerin paylaşmasıdır.

**Konum:** Sosyal medya uygulamalarında bireylerin oldukları konumları diğer kullanıcıların erişmesini sağlama veya paylaşılan konuma erişmesine denilebilir.

**İlişkiler:** Sosyal medya uygulamalarındaki kullanıcıların birbirleriyle kurmuş oldukları ilişki biçimidir.

**İtibar:** Sosyal medya uygulamalarındaki kullanıcıların güvenilirliği ifade etmekte ve kullanıcının takipçi veya beğeni sayısı diğer kullanıcılar için itibar göstergesi olmaktadır.

**Gruplar:** Sosyal medya uygulamalarındaki kişilerin kurup oluşturması veya gruba dahil olabilmesidir.

### **Sosyal Medya Avantajları ve Dezavantajları:**

Sosyal medya kişilerin ve toplumların hayatlarını birçok yönden etkileme başladı. Sosyal medyayla birlikte hayatımıza birçok kolaylık sağlanmıştır. Sosyal medyayla birlikte daha hızlı bilgi alışverişi yapabiliyor, içerik alışverişin de bulunabiliyor. Sosyal medyayla birlikte hayatımıza giren sosyal medya araçları ile her şeyi daha kolaylıkla yapabiliyoruz. Sosyal medyanın getirdiği birçok avantaj ile birlikte yarattığı problemler de bulunmaktadır (Bayzan, 2013).

### **Sosyal medyanın avantajları**

Sosyal medyanın hayatımıza birçok avantajı vardır. Sosyal medya ile birlikte anlık ve güncel bir şekilde bilgiye ulaşabilmenin yanın da oluşturduğunuz profillerle çoğu sosyal medya ağına ücretsiz bir şekilde ulaşabiliyorsunuz. Sosyal medya kullanımı hiçbir eğitim ve tecrübe gerektirmeden kullanım sağlayabiliyor ve sınır tanımadan iletişim içerisine girebiliyorsunuz (Sönmez, 2013).

Sosyal hayatlarında bireylerle iletişim kurmaktan çekinen, ikili ilişkiler de yüz yüze kendini ifade etmekten çekinen, arkadaşlık kurmakta zorluk yaşayan bireyler sosyal medya araçları ile kendilerini daha rahat hissettikleri ve gerçek hayattan kaçındıkları araştırmalar da saptanmıştır (Cengizhan, 2015 ; Ekşi & Ümmet, 2013; Turel & Serenko, 2010).

Sosyal medya da kişiler fiziksel özelliklerini diledikleri gibi saklayabilmekte ve istedikleri gibi bir profil oluşturup diğer kullanıcılarla iletişim halin de oluyorlar. Diğer bireyler tarafından değerlendirme korkusu olan bireyler beden dilinin kendini ele verme korkusundan kendini ifade etmekte zorlanan bireyler sosyal medya ile sosyalleşebilmektedir. Yüz yüze iken olan sorumluluklar ortadan kalkmaktadır (McKenna & Bargh, 2000).

Gelişen sosyal medya ağlarıyla birlikte eğitim alanın da yeni eğitim modelleri oluşmuştur. Uzaktan eğitimle veya örgün eğitimde sosyal medyayı kullanarak başarılı

öğrenme teknikleri ile öğrencilerin okula daha istekli gittikleri ve derslere daha fazla katılım sağladığı yapılan araştırmalarda gözlemlenmiştir (Baloğlu, 2015).

Sosyal medyayla birlikte bilgi edinmek haber okumak, iş geliştirmek çok farklı boyut kazanmıştır. Dünyayla iletişimin, paylaşımın sadece tek tuşla anında gerçekleşebilmesi, oluşan bir olayın hemen bütün dünyaya yayılması da sosyal medyanın gelişmesiyle oluşmuştur. Kişinin çok eski arkadaşlarıyla iletişime geçebilmesi, en sevdiği hobileri, ilgi alanları ile ilgili alanın da profesyonel kişilerle anın da iletişim kurabilmeleri sosyal medyanın önemli avantajlarından (Seren, Çelik, Özgeldi & Dumankaya, 2018).

Sosyal medya ağları ile iş arayabilir, eğitimler hakkında bilgi edinebilir, eğitim belgelerine ulaşabilir. Siyasi fikirlerini beyan edebilir ve ilgi alanlarınızla ilgili çeşitli gruplara katılım sağlayabilirsiniz. Sağlık, cinsellik ve eğitim gibi konular da kişisel olarak bilgi edinilebilmektedir (Binark vd., 2009).

### **Sosyal medyanın Dezavantajları**

Sosyal ağların avantajları kadar dezavantajları da vardır. Bireyler çok fazla sosyal medya da vakit geçirdiklerin de birçok sosyal medya içeriğiyle karşı karşıya kalırlar. Bu aşırı yoğunluk nedeniyle bireyler fiziksel ve ruhsal olarak birçok sorunla karşılaşmaktadır. Karşılaşılan dezavantajlar aşağı da belirtilmiştir (Zenelaj, 2014).

Sosyal medyada fazla zaman geçiren bireyler de hareketsiz kalan bireyler birçok sağlık sorunları yaşamaktadır. Sosyal medya da fazla vakit geçirmekten kaynaklı kullanıcılar bağımlılık geliştirip kimlik sorunları yaşayabilmektedir. Sosyal medyanın bu denli hızlı gelişim göstermesi insanlar için risk teşkil etmektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanılmasıyla birlikte kişi yapması gereken iş ve sorumlulukları aksatmaktadır. Sosyal medya ağlarının aşırı kullanılmasıyla kitap okuyan kişi seviyesin de azalma görülmektedir. Sosyal medya ağlarını kullanan bireyler diğer kişilerin sürekli bir şekilde paylaştıkları fotoğraf, video gibi içeriklere maruz kalmaktadır bu da bilgi kirliliğine sebep olup kullanıcıyı yorar. Bunun yanın da sosyal medya da dolandırılan, kendini sosyal medya seline kaptıran bir sürü kullanıcı vardır (Seren vd., 2018).

Özellikle genç sosyal medya kullanıcıları sosyal ağlarda geçirdikleri aşırı vakitten dolayı birey artık gerçekte, sanal alemi ayırt edemez hale gelebiliyor. Bu nedenle bireyler sağlıklı bağlantılar kuramayıp güvenilmeyecek kişilerle bağlantı kurmaktadır. Bu durum güvenli yaşam alanımızı bozabilmektedir (Demirel, Yörük & Özkan, 2012; Dirik, Taşkesen, Ekin & Alp, 2012).



Sosyal medya ağlarının kullanılmasıyla bireyler kişiler de hayattan kopma, intihar girişimleri, yeme bozuklukları, üzüntü, depresyon gibi hastalıklar oluşabiliyor. Sosyal medyayı kullanarak mali suçlar işleme, yasa dışı oyunlar oynama, memuriyetini kötüye kullanma gibi yasal olmayan davranışlar gösterebilmektedir (Binark vd., 2009).

### **En Çok Kullanılan Sosyal Medya Ağları**

Sosyal medyanın gün geçtikçe gelişim göstermesi ile birlikte görsel ağırlıklı sosyal medya ağların da büyük artış meydana gelmiştir. Bunların başında gelenleri; Facebook, İnstagram, Twiter ve Snapchat gibi uygulamalardır. Bu uygulamalar da kişilerin oluşturdukları profillerle diğer kullanıcılarla karşılıklı olarak duygu ve düşüncelerini paylaşmaktadır.

#### **Facebook**

2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kendi arkadaş çevreleriyle iletişim kurmak için kurdukları daha sonra sosyal ağı kullanan bütün bireylerin iletişim kurmalarını sağlayan bir sosyal medya ağı oluşturmuştur. Diğer sosyal ağ siteleri gibi fotoğraf, video gibi içeriklerin paylaşıldığı, kişinin kendine ait profille kendi alanını oluşturabildiği sanal ortamlardandır. Bu sosyal ağda kişiler oluşturdukları profillerle diğer kullanıcılara arkadaşlık isteği atabilir, ya da listesine arkadaşlarını ekleyebilir. Bura da kendi içeriklerine yorum yapabilmektedir (Özmen, 2009).

2020 yılı itibariyle Türkiye'deki Facebook kullanım oranı 37 milyon olarak tespit edilmiş ve ve İnstagram'dan sonra en sık kullanılan sosyal medya platformu olmuştur (We are social, 2020).

#### **Twitter**

Jack Dorsey tarafından 2006 yılında kurulan mikroblog tabanlı sosyal medya ağlarından olan Twitter etkileşim kavramıyla tam olarak örtüşmektedir. Türkçe anlamı cıvıldamak olan "tweet", kullanıcıların 280 karaktere sığdırılmış yazı metinleridir. Twitter her seviyeden ve her sosyokültürel sınıftan insanın duygu ve düşüncelerini kısa metinlerle paylaştıkları sosyal bir iletişim aracıdır (Odabaşı, 2012). Sonraki zamanlarda yeni özellikler eklenen Twitter en çok konuşulan konular (trend topic)

hakkında listeler yaparak o an gündem olan konuları da sıralamakta ve kullanıcılar aynı konu üzerinden görüşlerini paylaşmaktadırlar (Arık, 2013).

### **İnstagram**

Sosyal medya dediğimizde akla ilk gelen sosyal medya ağı instagramdır. Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından bulunan Instagram, kullanıcılarına fotoğraf ve video kaydetme, fotoğraflarını istediği gibi ayarlayıp paylaşma olanağı sağlayan bir sosyal medya ağıdır (Türkmenoğlu, 2014). Bu sosyal medya ağında cep telefonlarımızla çektiğimiz fotoğrafları dilediğimiz şekilde efektlerle düzenleme yapıp bu sosyal medya ağını kullanan arkadaş çevremizle paylaşabiliyoruz. Bu sosyal ağın oluşturduğu efekt ve düzenleme ile sosyal medya da oluşmuş belli standartlar içerisine girmektedir (Akt., Nilsson, 2016). İnstagram kullanıcıları birbirleriyle doğrudan mesajlaşma olanağına sahipken aynı zamanda kendi profillerinden “hikâye” paylaşabilmektedirler. Paylaşılan hikâyeler sistem üzerinde bir gün kalıp sonra kendiliğinden silinme özelliğine sahiptir. Paylaşım yapılırken o paylaşımın ait fotoğraf ve videoya ilgili kullanıcının konum bilgisi de eklenebilmektedir. 2011 yılında kullanıma giren etiket (hashtag) özelliği uygulamanın öne çıkmasında etkili olmuştur. Hashtag (#) özelliği paylaşılan fotoğraf ve videolar için ortak bir tema görevi görmektedir. Bu şekilde aynı başlık ve konularda paylaşılanları bir araya getirmiştir (Özutku vd.,2014). Bu sosyal medya ağında bireyler paylaşılan fotoğraf ve video gibi içerikleri karşılıklı beğenme, yorum yapma, takip etme gibi özelliklere sahip olduğu için kişiler gelen bildirimler ile sürekli instagrama bakma durumunda bulunuyorlar. Bu özelliği nedeniyle bu uygulamaya bireyler bağımlılık geliştirebiliyorlar (Akt., Kırcaburun, 2017). “We Are Social ve Hootsuite’in (2019a, 2019b) Ocak 2019 raporuna göre, dünyada 894,9 milyon, Türkiye’de ise 38 milyon instagram kullanıcısı” vardır. Türkiyede instagram kullananların sayısının her yıl artmakta olduğu saptanmıştır.

### **Snapchat**

Snapchat 2011 yılında üç Stanford Üniversitesi öğrencisi Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından kurulan ve arkadaşlar arasında zaman kısıtlı fotoğraf/video paylaşımına izin veren gizlilik temelli mobil paylaşım uygulamasıdır (Snapchat, 2016). Snapchat uygulaması hem kişisel hem de topluca snap gönderilmesine imkân sunmaktadır. Kullanıcılar “stories” adı altında snap örgüleri

yaratarak birbiriyle zincirleme ilişkilendirilmiş fotoğraf ve videolarını tüm takipçilerin görebileceği biçimde paylaşabilmektedir. Aynı zamanda kullanıcılar paylaşımlarını eğlenceli hale getirebilir ya da özel mesajlaşma servisi yardımıyla story şeklinde birbirlerine kısa mesajlar gönderebilmektedir (Dodson, 2015).

### **Sosyal Medya Bağımlılığı**

Günümüz de sosyal medya kişilerin hayatının merkezine yerleşmiştir. Kişiler sosyal medya ve internet aracılığıyla neredeyse tüm işlerini halledebilmektedir. Bireyler sosyal medya araçlarıyla film izleyebiliyor, alışveriş yapabiliyor, oyun oynayabiliyor, diğer bireylerle iletişim kurabiliyor, herhangi bir konu hakkında bilgi sahibi olabiliyor. Daha bir sürü faaliyetler de yapabilmektedir. Bu nedenle bireyler sosyal medya ve internette aşırı vakit geçirmekte ve bu durum kişilerin bağımlılık geliştirmesine neden olmaktadır. Bireylerin interneti ve sosyal medyayı aşırı ve kontrolsüz kullanması nedeniyle birçok olumsuzluk yaşamaktadır. Bunun kullanımın aşırısına kaçması nedeniyle bireyler de internet bağımlılığına benzer belirtiler gözlenmiştir (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal medya bağımlılığını kişilerin aşırı ve kontrolsüz bir şekilde sosyal medya ağlarının da vakit geçirmesiyle birlikte hayatında oluşan olumsuzluklar olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığın belirtileriyle davranışsal bağımlılığının belirtileri benzerlik göstermektedir (Tutgun, 2009). Sosyal medyanın aşırı bir şekilde kullanılmasından kaynaklı bireylerin günlük işlerinin aksaması ya da engellenmesi sosyal medya bağımlılığı olarak belirtilmektedir (Aktan, 2018). Sosyal medyanın iletişimin bir parçası haline gelmesiyle hayatımızın rutinleri arasına da yerini almıştır (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal medyayı aşırı kullanan bireyler sosyal medyaya erişim sağlayamadığın da negatif psikolojik ve fizyolojik reaksiyonlarının oluşmasıyla bireylerin sorunlu davranışlar sergilediği gözlemlenmiştir (Kuss & Griffiths, 2011; Akt., Keçeli, 2020).

Kişiyi sosyal medya tanısı konabilmesi için kişinin çeşitli tanı kriterlerini belli sürelerle göstermesi gerekir. Yapılan çalışmalar sonucunda sosyal medya bağımlılığı tanı kriterleri aşağıdadır (Bilginer, 2020).

- Kişinin internet kullanma süresinde sürekli bir artışın meydana gelmesi.
- Kişinin hayatında zorlandığı süreçlerde sürekli sosyal medyaya yönelmesi.
- Kişinin internet kullanım süresini azaltmak için çaba sarf edip başarısız olması.

- Kişinin internette çok fazla zaman geçirmesinden dolayı sorumluluklarını ve aktivitelerini yerine getirememesi.
- Kişinin interneti kullanmak için fizyolojik gereksinimlerinden ödün vermesi.
- Kişinin internet kullanmadığı zamanlarda kaygı yaşaması sonucu bilişsel rahatsızlıklar yaşaması.
- Kişinin sürekli olarak internet kullanımından kaynaklı psikomotor bozulmaların meydana gelmesine sebep olmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı tanı kriterlerini belirlerken internet bağımlılığı tanı kriterlerini referans almıştır (Goldberg, 1999). Geliştirilen sosyal medya tanı kriterlerinden en az üç tanesinin kişide 6-12 ay süresince devam edip kişide çeşitli davranış sorunlarının da meydana gelmesi gerekmektedir (Tutgun, 2009). Sosyal medya bağımlılığı ile internet bağımlılığı birbirinden ayrı değerlendirilmemelidir çünkü sosyal medya internetin büyük ve ayrıştırılamaz bir parçasıdır. Bireylerin hayatlarında başlarına gelen problemler, üzüntüler ve depresyon durumlarının aynı olduğu gözlemlenmiştir. Ancak ikisi arasında ki farkı sosyal medyaya erişebilmemiz için interneti kullanmamızın gerekmesidir (Cansız, 2019).

DSM-5'te bağımlılık türü olarak tanımlanmayan sosyal medya bağımlılığı, diğer bağımlılık türleri ile benzer davranışlar gösterebilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili net bir tanım olmadığından olayı konuyla alakalı yapılan çalışmalar da kısıtlı olmaktadır (Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016).

We Are Social (2021) raporundan da ki sonuçlara göre Türkiye'de 60 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. En fazla kullanılan sosyal medya platformu Youtube olup, sırasıyla Instagram, Whatsapp ve Facebook takip etmektedir. Rapora göre internet kullanıcılarının aktivitelerine bakıldığında; kullanıcıların %98,8'inin online video izlediği, %44,8'inin vlog videoları izlediği, %79,9'unun online müzik servisi kullandığı, %40,7'sinin online radyo istasyonu kullandığı ve %31,9'unun podcasts kullandığı görülmektedir.

Sosyal medyanın birçok platformu bulunmaktadır. Her biri farklı amaçlar için Sosyal medya bağımlılığının neticeleri şöyle sıralayabiliriz.

- Kişinin rutin hayatından sıkılıp kaçınma davranışları sergilemektedir.
- Kişilerin sosyal medya da daha çok vakit geçirebilmek için çevresine belirli bahaneler göstererek dürüst davranmadığı saptanmıştır.
- Bireyin çökkünlük, yalnızlık ve tükenmişlik gibi duygular hissetmesidir.

-Bireyin zamanının çoğunu sosyal medyada paylaşım yapması sonucu, olduğu zaman diliminden kopması (Güleç, 2018).

### **İlgili Araştırmalar**

White (2013) yaptığı çalışmanın amacı, beden kontrolü davranışlarında, sosyal fiziksel kaygı ve sosyal görünüm kaygısının rolünü olup olmadığını incelemektedir. Kız ve erkek kolej öğrencileriyle yaptığı çalışmada katılımcılar arasında beden kontrolü davranışının yararlı olduğuna inanların bu tür eylemlerde bulunma ihtimallerinin yüksek olduğunu keşfetmiştir. Katılım sağlayan öğrencilerin içinden görünüşleri ile ilgili daha endişeli olan öğrencilerin daha çok beden kontrol eylemleri gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Bununla beraber, sosyal fiziksel kaygı yaşayan kişilerin düzensiz yeme davranışları gösterebileceği gözlemlenmiştir.

Weiser (2015) 1204 katılımcıyla gerçekleştirdiği çalışmada narsizm ile özçekim gönderme sıklığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bireylerin narsistik ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medya aracılığıyla özçekimlerini yayınladığı gözlemlenmiştir. Özçekim paylaşmak narsizm düzeyi yüksek bireyler için narsizmin hakimiyet, otorite ve liderlik algılarını iletmek için bir araç olarak kullanıldığı keşfedilmiştir. Özçekim gönderme davranışı kadınlar için narsizmin otorite/liderlik yönü ile ilişkiliyken, erkekler için sömürücülük yönünün özçekim gönderme davranışı ile ilişkili olduğu saptanmıştır.

Fardouly vd. (2015) 112 kadınla gerçekleştirdiği çalışmada, Facebook kullanımı ile beden imajı endişelerinin birbiriyle ilişkisini incelemiştir. Katılımcılar görünüm odaklı olmayan bir siteye ve Facebook'a göz atmak için rastgele gruplara ayrılmış, Facebook'ta vakit geçiren kullanıcıların diğerlerine göre daha kötü ruh hali içine girdiği ve Facebook kullanan kadınların görünüm endişelerinin çok daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Cihangiroğlu vd. (2015) 543 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdikleri çalışmada narsistik kişilik eğilimleri ve kurumsal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiş değişkenlerde anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Cinsiyet değişkenine göre narsistik kişilik puanları değişiklik göstermezken, üst sınıfların narsistik kişilik düzeyleri daha yüksek olduğu saptanmıştır.

475 lise öğrencisiyle gerçekleştirilen çalışmada sosyal görünüm kaygısı, sosyal ağ sitelerinin kullanımı, kendini gizleme ile yalnızlığa ilişkilerini incelediği çalışmada, sosyal görünüm kaygısının sosyal medya ağlarının kullanımında çok önem arz eden

bir unsur olduğunu keşfetmiş ve başta ergen ile genç yetişkinlerin sosyal sebeplerle, sosyal medya ağlarını aktif bir şekilde kullandıklarını gözlenmiştir (Doğan & Çolak 2016).

Oğuz (2016) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada Facebook kullanım alışkanlıkları ile narsizmin ilişkisinin incelendiği çalışmada narsizmin boyutlarından teşhircilik, otorite, üstünlük ve toplam narsizm puanlarıyla kuvvetli ilişkiler saptanmış ve facebook kullanım davranışları ile ilişkisi keşfedilmek istenmiştir. Araştırma sonucunda toplam narsizm puanlarıyla Facebook'daki arkadaş sayısının çokluğuyla Facebook'da geçirilen vakit arasında pozitif yönde olumlu ilişkiler bulunmuştur.

Kara (2016) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen çalışmada utangaçlıkla sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı ilişki saptamıştır. Araştırma sonucunda bireylerin sosyal görünüş kaygısıyla, utangaçlık düzeyleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Özteke-Kozan & Hamarta (2017) tarafından 345 lisans öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada, genç yetişkinlik çağında beden imgesi ve bağlanma ile sosyal görünüş kaygısının ilişkisini araştırdığı çalışmada sosyal görünüş kaygısının beden imgesi ile ilgili baş etme yöntemlerinin (kaçınma, olumlu mantıksal kabul ve görünüşü düzeltme) önemli yordayıcısı olduğu bulunmuştur.

503 ergen ile gerçekleştirdikleri araştırmada Twitter ve facebook'un duygusal kullanımlarıyla empati, narsizm ve benlik saygısı ilişkisini keşfetmek için yaptıkları araştırma sonucunda empati, benlik saygısı, narsizm ve empati ile Facebook ile Twitter kullanımı arasında anlamlı ilişki olduğu keşfedilmiştir. Twitter ve Facebook kullananların düşük benlik, narsizm ile empati saygısı puanlarının daha yüksek seviyede olduğunu saptanmıştır. Facebook ve Twitter teşhirci narsisizmin ifadesi için uygun bir platform olarak bulunmuş, bu boyuttaki yüksek puanların bu ağların kullanımındaki artışla ilişkili olduğu görülmüştür (Errasti, Amigo & Villadangos ,2017),

Alemdar & ark. (2017: 71-94) ise "Özçekim Davranışı Narsisizm Göstergesi Olabilir mi?" temel sorusu bağlamında nitel bir araştırma yapmıştır. Özellikle Facebook ve Instagram da paylaşılan özçekim davranışını ve bu durumun narsisizm ile ilişkisini ortaya koymuştur. Katılımcıların sosyal medyada özçekimlerini paylaşmadaki amaçları kendilerini gösterme ve beğendirme olduğunu söyleyebiliriz. Katılım sağlayan kişiler özçekimlere ilişkin başkalarının değerlendirmesini

önemsediğini bunu da hesap bildirimlerini sık sık kontrol ederek belli etmektedir. Beğenilmeyen fotoğraflar da yayından kaldırılmaktadır. Bu çerçevede araştırmacı temalar arasındaki örüntüye göre özçekim paylaşımının ve paylaşımların beğeni almasının, diğerlerinin hayranlığını kazanma noktasındaki yeteneğe hizmet eden bir uygulama olduğu değerlendirilmesini yapmakta ve bulguların nicel araştırma verileriyle örtüştüğünü ifade etmektedir.

Tatlı (2018: 261-263) ise “selfie”: masum bir eğlence mi, narsisist kişiliğin sunumu mu?” isimli bildirisinde selfie ile kişilik özelliklerinden narsisizm arasında bağ kuran araştırma sonuçlarını incelemiş ve selfie ile narsisizm arasında anlamlı ilişkiler. Buna göre çeşitli düzeylerde görülmüştür narsisist kişilik bozukluğu olan kişiler selfie çekme ve paylaşma alışkanlığı açısından diğer bireylerden farklılaşmaktadır.

Narsizm ve özçekim gönderme davranışı ile ilgili genç yetişkinlerle gerçekleştirdikleri çalışmada, cinsiyetin, özçekim gönderme davranışları ve narsisistik kişilik özellikleriyle ilişkisinde önemli bir faktör olduğu keşfedilmiştir. Araştırmanın neticesine göre erkeklerin özçekim paylaşma davranışlarıyla narsizm arasında olumlu yönde ilişkiye sahipken kadınlarda bu durum söz konusu değildir.

Öngün & Demirağ (2018) tarafından 574 katılımcıyla gerçekleştirdikleri çalışmada özçekim yapma tutumu ile narsisistik kişilik ilişkisi incelenmiş ve araştırma sonucunda özçekim yapanların içinden özçekime başlamadan önce dış görünüşünde değişim yapan kişiler ve çektikleri özçekimleri sosyal ağlarda paylaşanların narsisistik eğilimlerinin daha yüksek seviyede olduğunu keşfetmişlerdir.

Sosyal medya ağlarını çok fazla kullanan kişilerde narsisistik kişilik eğilimlerini incelediği araştırmasında, Facebook kullanıcısı olan gençlerin internet bağımlılığı, üstünlük eğilimi ve kendine yeterlik düzeyleri daha yüksek bulunurken; Facebook kullanıcısı olmayan gençlerin otorite, sömürücülük, hak iddia etme ve teşhircilik puanları daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya ve gençlerin kullanım davranışlarına baktığımızda; güncelleme sıklığı, takipçi sayısı, kullanım amacı ve biçimi, sosyal medyada daha iyi görünen paylaşımlar yapma durumu, sosyal medyaya bakma sıklığı ile narsisistik eğilimler arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Özkaya, 2018).

Çelik & Şenay-Güzel (2018) tarafından 274 lise öğrencisiyle yaptığı çalışmada sosyal görünüş kaygısı ile mükemmeliyetçilikle ilişkisinde benlik saygısının yordayıcılığını incelemiştir. Üç değişkenin ilişkisinde anlamlı sonuçlar

keşfedilmiştir. Düşük benlik saygısı sosyal görünüş kaygısının düzeyini yükseltirken, Mükemmeliyetçiliğin benlik saygısını düşürdüğü keşfedilmiştir.

Çakmak (2018) lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısının ilişkisini çeşitli değişkenlerle inceleyip bazı sonuçlara varmıştır. Gelir düzeyine göre sosyoekonomik düzeyi yüksek olan öğrencilerin sosyal görünüş kaygı düzeylerini daha yüksek olduğu bulunmuş ancak öğrencilerin bölüm, üniversite türü, yaş, yaşanılan yer, anne ve babayla beraber bulunma durumu gibi unsurlar sosyal görünüş kaygıları ve sosyal medya kullanımlarında bir değişiklik görülmemiştir.

Akkuş vd. (2019) çalışmalarında Kars'ta hayatını sürdüren 1143 kişiyle sağlıklı yaşam biçimleri ve sosyal görünüş kaygısının ilişkisini araştırdığı çalışmada, değişkenler arasında ilişki bulunamamıştır. Ancak araştırmanın bir diğer sonucunda sosyal görünüş kaygısının düzeyi evli olmayanlarda, erkeklerde, ön lisans mezunlarında, düşük gelirlili olan bireylerde ve sigara kullanan kişilerde diğerlerine oranla daha yüksek olduğu keşfedilmiştir.

Yabancı (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada İstanbul'da 7 ayrı lisede eğitim görmekte olan 617 lise öğrencisiyle yaptığı çalışmada sosyal medya tutumu ile narsisizm arasında pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Bu bağlamda araştırmaya göre narsistik kişilik eğilimi sosyal medya bağımlılığını yordamaktadır.

Şimşek (2019) lise öğrencileriyle yaptığı çalışmada da sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik eğilimleri ilişkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda 'narsistik kişiliğin tüm alt boyutları özçekim sıklığını anlamlı düzeyde yordamaktadır' sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda sosyal ağların, kişilere kendilerini ifade etmeleriyle birlikte var olan narsistik özelliklerinin de diğer bireylere karşı göstermede konusunda uygun ortam yarattığını söyleyebiliriz.

Bakırtaş vd. (2020) ise "Instagram Kullanımında Narsisizm" isimli çalışmasında "narsistagram" başlığı altında konuyu incelemiştir. Lisans öğrencileriyle yapılan web tabanlı anket yöntemi çalışmanın bulgularına göre "narsisizm ile Instagram kullanım motivasyonlarını oluşturan dört alt boyuttan (bilgi alma, belgeleme, havalı görünme ve yenilikçilik) yalnızca havalı görünme boyutu ile orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu" gözlenmiştir.



## BÖLÜM III

### YÖNTEM

#### **Araştırmanın Modeli**

Bu araştırmada sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısı ve narsisistik kişilik özelliklerinin ilişkisi incelenmiştir. Narsisistik kişilik özellikleriyle ilişkisinin incelenmesi amacıyla nicel araştırma desenlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli iki ve daha fazla değişken arasında değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan yaklaşıma denir. İlişkisel tarama modelinde değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişim varsa eğer bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011).

#### **Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde yaşayan 18 yaş üstü yetişkin bireyler oluşturmuştur. Örneklemi ise uygun örnekleme yöntemiyle 401 kişi oluşturmuştur. Uygun örnekleme tekniğinde araştırmacı ihtiyaç duyduğu büyüklükteki bir gruba ulaşana kadar en ulaşılabilir olan yanıtlayıcılardan başlamak üzere örneklemini oluşturmaya başlar ya da en ulaşılabilir ve maksimum tasarruf sağlayacak bir durum, örnek üzerinde çalışır (Büyüköztürk, 2011, Kılıç, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel).

Örneklem %66,1'i (n=265) kadın, %33,9'u (n=136) erkek, yaş ortalaması  $24,99 \pm 6,41$  olmak üzere toplam 401 yetişkin bireyden oluşmaktadır. Örneklem medeni duruma göre %71,3'ü (n=286) bekar ve %28,7'si (n=151) evlidir. Eğitim durumuna göre örneklemin %8,5'i (n=34) ilköğretim, %16,2'si (n=65) ortaöğretim, %59,4'ü (n=238) lisans ve %16'sı (n=64) yüksek lisans mezunudur. Sosyo-ekonomik düzeye göre örneklemin %39,2'si (n=157) düşük, %49,6'sı (n=199) orta ve %11,2'si (n=45) yüksektir. Örneklem grubunun cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve sosyo-ekonomik düzey dağılımı Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1. Cinsiyet, Medeni Durum, Eğitim Durumu, Sosyo-Ekonomik Düzey Dağılım Tablosu**

		N	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	265	66,1
	Erkek	136	33,9
	<b>Toplam</b>	<b>401</b>	<b>100</b>
<b>Medeni Durum</b>	Bekar	286	71,3
	Evli	151	28,7
	<b>Toplam</b>	<b>401</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Durumu</b>	İlköğretim	34	8,5
	Ortaöğretim	65	16,2
	Lisans	238	59,4
	Yüksek Lisans	64	16
	<b>Toplam</b>	<b>401</b>	<b>100</b>
<b>Sosyo-Ekonomik Düzey</b>	Düşük	157	39,2
	Orta	199	49,6
	Yüksek	45	11,2
	<b>Toplam</b>	<b>401</b>	<b>100</b>

### **Veri Toplama Araçları**

Çalışmada Aydınlatılmış Onam, Katılımcı Bilgilendirme Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği, Narsisistik Kişilik Envanteri uygulanmıştır.

### **Kişisel Bilgi Formu**

Araştırmacının oluşturmuş olduğu kişisel bilgi formunda katılımcılara yönelik cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve gelir durumuna yönelik sorular yer almaktadır. Katılımcılardan daha gerçekçi bilgi alabilmek ve gizliliğin korunması adına kimlik bilgilerine yer verilmemiştir.

### Narsisistik Kişilik Envanteri (NKE)

Raskin ve Hall (1979) tarafından 54 madde olarak geliştirilmiş ancak daha sonra Raskin ve Terry (1988) tarafından 40 maddeye indirilmiş ve son olarak Ames vd. (2005) tarafından 16 maddeye indirilmiştir. 2009 yılında da Atay tarafından Türkçe standardizasyonu yapılmıştır. Atay tarafından tükçeye uyarlanılan NKE'nin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları yapılarak iç güvenilirliği test edilmiş ve ilk revizyonunda Cronbach Alpha değeri .57 olarak bulunmuş ancak daha sonra tekrardan revize edilen envanterin güvenilirliği .627 hesaplanmış ve istenen değer bulunmuştur.

Ölçekte her biri kendi içinde zıt ifadeler barındıran narsisistik ve narsisistik olmayan toplam 16 çift madde vardır. Verilen ifade çiftlerinden narsisist olanı (Örneğinin "kolayca manipüle ederim") seçenek 1; diğer seçenek ise 0 olarak puanlanmakta ve elde edilen toplam puan (0 ile 16 arasında) yüksekliği narsisist kişiliğin yüksekliğini ifade etmektedir. Ölçeğin ilk hali yedi boyuttan oluşmaktadır (Raskin vd., Hall, 1979). Bu boyutlar; sömürücülük, üstünlük, otorite, kendini beğenme, kendine yeterlilik, hak iddia etme ve teşhircilik. Ames ve diğerleri (2005) tarafından geliştirilen ölçek boyutlardan biri olan "kendini beğenme" boyutunu çıkarmış ve geriye altı faktör kalmıştır. Narsisistik Kişilik Envanterinden alınan toplam puanın yüksek olması narsisistik eğilimin yüksek olduğunu, düşük puan olması ise narsisistik eğilimin düşük olduğunu göstermektedir. Atay'ın (2009) Ölçeğin söz konusu 6 boyutu, madde dağılımı ve puanlanması ise aşağıdaki şekildedir.

**\*8 Madde düşük korelasyonlu maddedir.**

- a) Üstünlük: 1, 3 ve 16. soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 3'tür.
- b) Teşhircilik: 2, 7 ve 11. Soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük Puan 0, en yüksek puan 3'tür.
- c) Otorite: 4 ve 12. Soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük puan 0, En yüksek puan 2'dir.
- d) Sömürücülük: 5, 9 ve 14. Soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük Puan 0, en yüksek puan 3'tür.
- e) Hak iddia etme: 6 ve 10. Soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük Puan 0, en yüksek puan 2'dir.

- f) Öz yeterlik: 8, 13 ve 15. Soruları içerir ve bu boyuttan alınabilecek en düşük Puan 0, en yüksek puan 3''tür.

### **Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)**

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), bireylerin sosyal görünüş kaygılarını ölçmek amacıyla Hart & ark. (2008) tarafından geliştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliğini incelemektir. Türkçeye uyarlanması Doğan (2010) tarafından yapılmıştır. Araştırmaya 340 üniversite öğrencisi (143 kız, 197 erkek) katılmıştır. SGKÖ' nün faktör yapısını ortaya koymak üzere açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonuçları ölçeğin özgün formunda olduğu gibi tek boyutlu bir yapıda olduğunu ortaya koymuştur. SGKÖ için Cronbach alpha iç tutarlık katsayısı .93, test tekrar-test güvenilirlik katsayısı .85 ve test yarılama yöntemiyle hesaplanan güvenilirlik katsayısı .88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçe formunun madde-toplam korelasyon katsayılarının .32 ile .82 arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu ölçek öz-bildirim tarzı, 5''li likert tipi (hiç uygun değil, uygun değil, biraz uygun, uygun ve tamamen uygun) olup 16 madden oluşmaktadır. Ölçeğin ilk maddesi tersten kodlanmaktadır ve ölçekten alınacak en düşük puan 16 ve en yüksek puan 80''dir. Ölçekten alınan yüksek puan bireyin sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğunu gösterirken alınan düşük puan bireyin sosyal görünüş kaygısının düşük olduğunu göstermektedir.

### **Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği:**

Sophia Choukas-Bradley & ark. tarafından, 2020 yılında ergenlerin görünümle ilişkili sosyal medya bilinç deneyimlerini saptamak amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilme sürecinde Sophia Choukas-Bradley ve ark. Tarafından 2018 yılında üniversiteli kadınlarından oluşan bir örnekleme görünümle ilişkili sosyal medya bilincini ölçmek için yapılan pilot çalışmada dört ön madde kullanılmış. Sadece üniversiteli kadınlara odaklanan bu araştırmacılar görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yansıtan çoklu davranışsal, duygusal ve bilişsel deneyimleri yakalamayı amaçlamıştır. Orijinal çalışmada iç tutarlılık analizleri sonucunda Cronbah alfa değerinin 0.95 olarak hesaplandığı görülmüştür. Çalışmamızda ise ölçeğin Cronbach alfa değerinin 0.935, madde toplam puan korelasyon katsayılarının 0.469 ve 0.761 arasında olduğu saptanmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde ölçeğin tek faktörlü yapıda

olduğu ve varyansın %68.139'unu açıkladığı görülmüştür. GİSMBÖ ile BBÖ arasında İstatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü ilişki saptanmıştır. Ölçek 7'li likert tipte bir ölçektir. (Asla, Neredeyse, Nadiren, Bazen, Sıklıkla, Neredeyse her zaman, Her zaman) olup 13 maddeden oluşmaktadır. Ölçek (1 ile 7) arasında puanlanmaktadır. Ölçekten alınan en yüksek puan 91, en düşük puan 13'tür. Ölçekte ters kodlanan madde bulunmamaktadır ayrıca ölçekten alınan yüksek skorun beden imajı değişkenleri, yeme bozuklukları ve depresif belirtiler ile ilişkili olduğunu göstermektedir. (Ek-6)

### **Veri Toplama Süreci**

Araştırma için veriler toplanılmaya başlanmadan önce Yakın Doğu Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 10.08.2022 tarihinde başvurulmuş, YDÜ/SB/2022/1354 sayılı etik izin alınmıştır. Etik Kurul onay formu ekler bölümünde (Ek-9) yer almaktadır. Ölçekler daha sonra Google Forms uygulaması kullanılarak internet üzerinden dağıtılmış ve veriler toplanmıştır. Veriler gönüllülük esası doğrultusunda toplanmıştır. Veri toplama süreci yaklaşık 4 ay sürmüştür. Bilgilendirilmiş onam formu, kişisel bilgi formu ve ölçekleri içeren bu form bağlantı adresi ile birlikte sosyal medya (whatsapp, e-posta, facebook, instagram) üzerinden paylaşılarak katılımcılara ulaştırılmış ve veriler toplanmıştır.

### **Veri Analizi**

Araştırmanın verilerin analizinde tanımlayıcı veriler için frekans dağılımı, alt problemlerin analizi için ise ilişkisiz ölçümlerde ortalama puanlarının karşılaştırılması (T-test), tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Pearson korelasyon hesaplamaları kullanılmıştır. Verilerin analizinde Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı (SPSS) kullanılmış ve araştırmada anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır

Analizler yapılmadan önce Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği ve Narsisistik Ölçeği alt ölçeklerine ilişkin normallik testi yapılmış ve yapılan betimleyici istatistikler Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2.**

*Ölçeklere ilişkin normallik testi tablosu*

	N	$\bar{x}$	Ss	Min.	Maks.	Çarpıklık	Basıklık	K-S
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	401	2,46	,801	1,00	4,81	,032	-,724	,000
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği	401	4,07	1,31	1,00	8,62	,157	,354	,046
NKE Üstünlük	401	,443	,329	,00	1,00	,193	-,994	,000
NKE Teşhircilik	401	,422	,342	,00	1,00	,169	-1,170	,000
NKE Otorite	401	,506	,371	,00	1,00	-,020	-1,185	,000
NKE Sömürücülük	401	,467	,299	,00	1,00	,058	-,765	,000
NKE Hak İddia Etme	401	,356	,364	,00	1,00	-,500	-,983	,000
NKE Öz Yeterlik	401	,443	,329	,00	1,00	,193	-,994	,000

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği ve Narsisistik Ölçeği alt ölçeklerinin değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek amacıyla Kolmogorov-Smirnov normallik testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda her üç ölçeğin normal dağılım göstermediği görülmüştür. Ancak, ölçeklere ait puanların dağılımları ve tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde basıklık ve çarpıklık değerleri de +1 ile -1 arasında yer aldığı için değişkenlerin normal dağılım gösterdiği varsayılarak sonraki analizlerde parametrik analizler ile devam edilmiştir.

### Çalışma planı

<p>Araştırmanın ilk aşamasında Narsisistik Kişilik Envanteri (NPI) , Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Sosyal Medya Bilinç Ölçeğini geliştiren veya uyarlayan araştırmacılardan ölçek izinleri alınmıştır. Ölçekler izinleri, “Ölçek İzinleri” bölümünde yer almaktadır.</p>	<p>Nisan, Mayıs, Haziran 2022</p>
<p>Araştırmanın ikinci aşamasında Yakın Doğu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu’na başvurularak Etik Kurul İzni alınarak araştırmaya başlanmıştır. Etik Kurul İzni YDÜ/SB/2022/1354 kurul kararı ile “Etik Kurul Onayı” bölümünde yer almaktadır.</p>	<p>Ağustos 2022</p>
<p>Yapılan çalışmanın üçüncü aşamasında, araştırmanın evrenini oluşturan, Türkiye’de ve KKTC’de yaşayan 18 yaş ve üzeri, toplam 401 yetişkin bireye ulaşmak amacıyla, Aydınlatılmış Onam Formu, Sosyo-demografik Bilgi Formu, Narsisistik Kişilik Envanteri (NPI), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Sosyal Medya Bilinç Ölçeğini içeren anket formları, Google Form üzerinden çevrimiçi olarak toplanacak şekilde düzenlenmiş olup katılımcılara ulaştırılmıştır.</p>	<p>Eylül, Ekim, Kasım, Aralık 2022</p>
<p>Kavramsal temeller ve ilgili alan yazının incelenmesi.</p>	<p>Ocak, Şubat 2023</p>
<p>Örneklem grubundan elde edilen veriler doğrultusunda yapılan istatistik analizleri sonucunda ulaşılan bulgular, literatür doğrultusunda tartışılarak sonuç ve önerilerde bulunulmuştur</p>	<p>Mart 2023</p>

## BÖLÜM IV

### Bulgular

Bu bölümde araştırmanın sırasıyla alt problemlerine dair istatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgular sunulmaktadır.

Birinci alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri cinsiyete göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir? ” sorusuna yanıt bağımsız gruplar için T-testi analizi kullanılarak yapılmıştır. Tablo 3’de katılımcıların cinsiyete göre narsisistik kişilik özellikleri ölçeği alt boyutları, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri karşılaştırmaları sunulmuştur.

**Tablo 3.**

*Cinsiyete göre Narsisistik Kişilik Özellikleri, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
NKE	Kadın	265	1,23	,96	258,817	-2,715	,007*
Üstünlük	Erkek	136	1,51	1,01			
NKE	Kadın	265	1,24	1,00	257,717	-,586	,558
Teşircilik	Erkek	136	1,30	1,07			
NKE	Kadın	265	,99	,73	265,201	-,610	,542
Otorite	Erkek	136	1,04	,75			
NKE	Kadın	265	1,31	,88	265,452	-2,651	,008*
Sömürücülük	Erkek	136	1,56	,90			
NKE	Kadın	265	,68	,70	255,918	-1,015	,311
Hak İddia Etme	Erkek	136	,76	,76			
NKE	Kadın	265	1,23	,96	258,817	-2,715	,007*
Öz Yeterlik	Erkek	136	1,51	1,01			
SGKÖ	Kadın	265	38,75	13,07	287,932	-2,035	,133
	Erkek	136	40,78	12,27			
GİSMBÖ	Kadın	265	52,59	17,09	269,303	-,973	,591
	Erkek	136	53,56	17,32			

\*  $p < .05$  istatistiksel anlamlı fark

Cinsiyete göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu olan üstünlük

$t(258,817) = -2,715$ ,  $p < .05$ ., sömürücülük  $t(265,452) = -2,651$ ,  $p < .05$ . ve öz yeterlilik

$t(258,817) = -2,715$ ,  $p < .05$ . karşılaştırıldığında kadın ve erkekler arasında istatistiksel



olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında üstünlük alt boyutu için erkeklerin ( $\bar{X}=1,51\pm 1,01$ ), sömürücülük alt boyutu için erkeklerin ( $\bar{X}=1,56\pm,90$ ) ve öz yeterlik alt boyutu için erkeklerin ( $\bar{X}=1,51\pm 1,01$ ) kadınlara göre daha yüksek ortalamada olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda cinsiyete göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu olan teşhircilik  $t(257,717)=-,586, p>.05$ , otorite  $t(265,201)=-,610, p>.05$ , hak iddia etme  $t(255,918)=-1,015, p>.05$  istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Cinsiyete göre sosyal görünüm kaygısı düzeyi karşılaştırıldığında kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır,  $t(287,932)=-2,035, p>.05$ .

Yapılan analiz sonucunda cinsiyete göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi karşılaştırıldığında kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır,  $t(269,303)=-,973, p>.05$ .

İkinci alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri eğitim durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusunun yanıtını bulabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) hesaplama tekniği kullanılmıştır. Tablo 4’de katılımcıların eğitim durumlarına göre narsisistik kişilik özellikleri ölçeği alt boyutları, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri karşılaştırmaları sunulmuştur.

**Tablo 4.**

*Eğitim Durumuna göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$	ss	sd	F	p
NKE	İlköğretim	34	1,50	,86	3	1,369	,252
	Ortaöğretim	65	1,49	1,03	397		
Üstünlük	Lisans	238	1,25	,99	400	3,618	,013*
	Yüksek Lisans	64	1,34	,97	400		
NKE	İlköğretim (a)	34	1,55	,92	3	2,189	,089
	Ortaöğretim (b)	65	1,16	1,024	397		
Teşhircilik	Lisans (c)	238	1,17	1,03	400	6,010	,001*
	Yüksek Lisans (d)	64	1,56	,97	400		
NKE	İlköğretim	34	,79	,59	3	1,382	,248
	Ortaöğretim	65	1,16	,71	397		
Otorite	Lisans	238	1,02	,77	400	5,779	,001*
	Yüksek Lisans	64	,93	,68	400		
NKE	İlköğretim (a)	34	1,47	,66	3	7,018	,000**
	Ortaöğretim (b)	65	1,36	,83	397		
Sömürücülük	Lisans (c)	238	1,28	,93	400	5,779	,001*
	Yüksek Lisans (d)	64	1,81	,83	400		
NKE	İlköğretim	34	,94	,73	3	1,369	,252
	Ortaöğretim	65	,67	,73	397		
Hak İddia	Lisans	238	,68	,72	400	7,018	,000**
	Yüksek Lisans	64	,75	,71	400		
Etme	İlköğretim	34	1,50	,86	3	5,779	,001*
	Ortaöğretim	65	1,49	1,03	397		
NKE	Lisans	238	1,25	,99	400	5,779	,001*
	Yüksek Lisans	64	1,34	,97	400		
Öz Yeterlik	İlköğretim (a)	34	48,23	7,47	3	7,018	,000**
	Ortaöğretim (b)	65	37,49	12,07	397		
SGKÖ	Lisans (c)	238	38,31	13,35	400	5,779	,001*
	Yüksek Lisans (d)	64	40,92	11,98	400		
GİSMBÖ	İlköğretim (a)	34	58,91	15,37	3	5,779	,001*
	Ortaöğretim (b)	65	50,64	19,58	397		
GİSMBÖ	Lisans (c)	238	51,00	16,99	400	5,779	,001*
	Yüksek Lisans (d)	64	59,17	13,82	400		

\*\* p<.001 istatistiksel anlamlı fark

\* p<.05 istatistiksel anlamlı fark

Yapılan analiz sonucunda eğitim durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu teşhircilik ( $F=3,618$ ,  $p<.05$ ) ve sömürücülükte ( $F=6,010$ ,  $p<.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır. Farkın kaynağının belirlenmesi için Post- Hoc testi yapılmış teşhircilik için a-c, b-c c-d grupları arasında, sömürücülük için b-d ve c-d grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında teşhircilik için yüksek lisans ( $\bar{X}=1,56\pm,97$ ) ve sömürücülük için yüksek lisans ( $\bar{X}=1,81\pm,83$ ) eğitiminini tamamlamış bireylerin en yüksek ortalamada olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda eğitim durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları olan üstünlük ( $F=1,369$ ,  $p>.05$ ), otorite ( $F=2,189$ ,  $p>.05$ ), hak iddia etme ( $F=1,382$ ,  $p>.05$ ) ve öz yeterlikte ( $F=1,369$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Eğitim durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=7,018$ ,  $p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b, a-c ve a-d grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyal görünüş kaygı düzeyi bakımından ilköğretim ( $\bar{X}=48,23\pm7,47$ ) eğitim almış bireylerin en yüksek ortalamada olduğu bulunmuştur.

Eğitim durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=5,779$ ,  $p<.05$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b, a-c, b-d ve c-d grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi bakımından yüksek lisans ( $\bar{X}=59,17\pm13,82$ ) eğitim almış bireylerin en yüksek ortalamada olduğu bulunmuştur.

Üçüncü alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri sosyo-ekonomik düzeye göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusunun analizleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) hesaplama tekniği kullanılarak yapılmıştır ve Tablo 5’te sunulmuştur.

**Tablo 5.**

*Sosyo-Ekonomik Düzeye göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

	Sosyo-Ekonomik Düzey	n	$\bar{x}$	ss	sd	F	p
NKE Üstünlük	Düşük (a)	157	1,21	1,02	2	7,741	,001*
	Orta (b)	199	1,25	,99	398		
	Yüksek (c)	45	1,86	1,05	400		
NKE Teşhircilik	Düşük (a)	157	1,06	1,00	2	8,712	,000**
	Orta (b)	199	1,31	,99	398		
	Yüksek (c)	45	1,75	1,06	400		
NKE Otorite	Düşük	157	1,00	,74	2	,065	,937
	Orta	199	1,01	,74	398		
	Yüksek	45	1,04	,76	400		
NKE Sömürücülük	Düşük (a)	157	1,25	,86	2	8,456	,000**
	Orta (b)	199	1,41	,88	398		
	Yüksek (c)	45	1,86	,91	400		
NKE Hak İddia Etme	Düşük	157	,69	,73	2	,824	,439
	Orta	199	,69	,74	398		
	Yüksek	45	,84	,63	400		
NKE Öz Yeterlik	Düşük	157	1,24	,97	2	1,042	,354
	Orta	199	1,37	,97	398		
	Yüksek	45	1,42	1,07	400		
SGKÖ	Düşük (a)	157	38,82	13,57	2	3,173	,043*
	Orta (b)	199	38,90	12,23	398		
	Yüksek (c)	45	43,95	12,08	400		
GİSMBÖ	Düşük	157	51,48	17,72	2	2,855	,059
	Orta	199	52,82	16,97	398		
	Yüksek	45	58,37	15,06	400		

\*\* p<.001 istatistiksel anlamlı fark

\* p<.05 istatistiksel anlamlı fark

Yapılan analiz sonucunda sosyo-ekonomik düzeye göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük ( $F=7,741, p<.05$ ), teşhircilik ( $F=8,712, p<.001$ ) ve sömürücülük ( $F=8,456, p<.001$ ) düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır. Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış üstünlük için a-c ve b-c, teşhircilik için a-b, a-c ve b-c, sömürücülük a-c, b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyo-ekonomik düzeye göre üstünlük için yüksek düzeyin ( $\bar{X}=1,86\pm 1,05$ ), teşhircilik için yüksek düzeyin ( $\bar{X}=1,75\pm 1,06$ ) ve sömürücülükte de yüksek düzeyin ( $\bar{X}=1,86\pm,91$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda sosyo-ekonomik düzeye göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları otorite ( $F=,065, p>.05$ ), hak iddia etme ( $F=,824, p>.05$ ) ve öz yeterlikte ( $F=1,042, p>.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Analiz neticesinde sosyo-ekonomik düzeye göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=3,173, p<.05$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-c ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyo-ekonomik düzeye göre sosyal görünüş kaygısı için yüksek düzeyin ( $\bar{X}=43,95\pm 12,08$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Sosyo-ekonomik düzeye göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır ( $F=2,855, p>.05$ ).

Dördüncü alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri sık fotoğraf paylaşma durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusunun analizleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) hesaplama tekniği kullanılarak yapılmıştır ve Tablo 6’da sunulmuştur.

**Tablo 6.**

*Sık Fotoğraf Paylaşma Durumuna göre Narsistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

	Sık Fotoğraf						
	Paylaşma Durumu	n	$\bar{x}$	ss	sd	F	p
NKE Üstünlük	Evet (a)	96	1,62	1,10	2	8,133	,000**
	Hayır (b)	239	1,14	,97	398		
	Kararsızım (c)	66	1,42	1,02	400		
NKE Teşhircilik	Evet (a)	96	1,60	1,01	2	10,361	,000**
	Hayır (b)	239	1,08	1,00	398		
	Kararsızım (c)	66	1,43	,97	400		
NKE Otorite	Evet	96	1,00	,71	2	,285	,752
	Hayır	239	1,00	,76	398		
	Kararsızım	66	1,07	,70	400		
NKE Sömürücülük	Evet	96	1,53	,87	2	2,848	,059
	Hayır	239	1,31	,91	398		
	Kararsızım	66	1,53	,86	400		
NKE Hak İddia Etme	Evet (a)	96	,78	,74	2	5,545	,004*
	Hayır (b)	239	,62	,69	398		
	Kararsızım (c)	66	,93	,78	400		
NKE Öz Yeterlik	Evet	96	1,45	1,11	2	1,120	,327
	Hayır	239	1,29	,97	398		
	Kararsızım	66	1,25	,82	400		
SGKÖ	Evet (a)	96	42,19	12,52	2	12,483	,000**
	Hayır (b)	239	36,94	12,65	398		
	Kararsızım (c)	66	44,46	11,72	400		
GİSMBÖ	Evet (a)	96	59,17	16,35	2	10,445	,000**
	Hayır (b)	239	50,03	17,86	398		
	Kararsızım (c)	66	54,28	12,73	400		

\*\*  $p < .001$  istatistiksel anlamlı fark

\*  $p < .05$  istatistiksel anlamlı fark

Yapılan analiz sonucunda sık fotoğraf paylaşma durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük ( $F=8,133, p<.001$ ), teşhircilik ( $F=10,361, p<.001$ ) ve hak iddia etme ( $F=5,545, p<.05$ ) düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır. Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış üstünlük için a-b ve b-c, teşhircilik için a-b ve b-c, hak iddia etme b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sık fotoğraf paylaşma durumuna göre üstünlük için sık fotoğraf paylaşanların ( $\bar{X}=1,62\pm 1,10$ ), teşhircilik için fotoğraf paylaşanların ( $\bar{X}=1,60\pm 1,01$ ) ve hak iddia etmede ise kararsız kalanların ( $\bar{X}=,93\pm,78$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda sık fotoğraf paylaşma durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları otorite ( $F=,285, p>.05$ ), sömürülücük ( $F=2,848, p>.05$ ) ve öz yeterlikte ( $F=1,120, p>.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Analiz neticesinde sık fotoğraf paylaşma durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=12,483, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından sık fotoğraf paylaşma durumuna göre kararsız olanların ( $\bar{X}=44,46\pm 11,72$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=10,445, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sık fotoğraf paylaşanların ( $\bar{X}=59,17\pm 16,35$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Beşinci alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri fotoğraflarda filtre kullanma durumuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusunun analizleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) hesaplama tekniği kullanılarak yapılmıştır ve Tablo 7’de sunulmuştur

**Tablo 7.**

*Fotoğraflarda Filtre Kullanma Durumuna göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

		Fotoğraflarda				F	p
Filtre Kullanma Durumu		n	$\bar{x}$	ss	sd		
NKE Üstünlük	Asla (a)	72	1,04	1,04	2	3,588	,029*
	Nadiren (b)	245	1,32	1,01	398		
	Sıklıkla (c)	84	1,47	1,04	400		
NKE Teşhircilik	Asla (a)	72	1,11	1,08	2	7,487	,001*
	Nadiren (b)	245	1,18	,98	398		
	Sıklıkla (c)	84	1,64	1,01	400		
NKE Otorite	Asla	72	1,02	,76	2	,129	,879
	Nadiren	245	1,02	,73	398		
	Sıklıkla	84	,97	,74	400		
NKE Sömürücülük	Asla (a)	72	1,30	,92	2	4,762	,009*
	Nadiren (b)	245	1,33	,88	398		
	Sıklıkla (c)	84	1,66	,85	400		
NKE Hak İddia Etme	Asla (a)	72	,65	,73	2	4,219	,015*
	Nadiren (b)	245	,66	,73	398		
	Sıklıkla (c)	84	,91	,68	400		
NKE Öz Yeterlik	Asla	72	1,02	,76	2	,129	,879
	Nadiren	245	1,02	,73	398		
	Sıklıkla	84	,97	,74	400		
SGKÖ	Asla (a)	72	37,44	12,87	2	8,420	,000**
	Nadiren (b)	245	38,32	12,69	398		
	Sıklıkla (c)	84	44,41	12,06	400		
GİSMBÖ	Asla (a)	72	44,43	17,03	2	20,854	,000**
	Nadiren (b)	245	52,53	16,51	398		
	Sıklıkla (c)	84	61,33	15,29	400		

\*\* p<.001 istatistiksel anlamlı fark

\* p<.05 istatistiksel anlamlı fark



Yapılan analiz sonucunda fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük ( $F=3,588, p<.05$ ), teşhircilik ( $F=7,487, p<.05$ ), sömürücülük ( $F=4,762, p<.05$ ) ve hak iddia etme ( $F=4,219, p<.05$ ) düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır. Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış üstünlük için a-b ve a-c, teşhircilik için a-c, b-c, sömürücülük için a-c, b-c, hak iddia etme için a-c, b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre üstünlük için sıklıkla ( $\bar{X}=1,47\pm 1,04$ ), teşhircilik için sıklıkla ( $\bar{X}=1,64\pm 1,01$ ), sömürücülük için ( $\bar{X}=1,66\pm,85$ ) ve hak iddia etmede de sıklıkla ( $\bar{X}=,91\pm,68$ ) filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları otorite ( $F=,129, p>.05$ ) ve öz yeterlikte ( $F=,129, p>.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Analiz neticesinde fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=8,420, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre sıklıkla ( $\bar{X}=44,41\pm 12,06$ ) filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=20,854, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b, a-c ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarda filtre kullananların ( $\bar{X}=61,33\pm 15,29$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Altıncı alt problem olan “Yetişkinlerde narsisistik kişilik özellikleri, sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri paylaşılan fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre istatistiksel anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusunun analizleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) hesaplama tekniği kullanılarak yapılmıştır ve Tablo 8’de sunulmuştur

**Tablo 8.**

*Fotoğraflarının Beğenilmemesi Korkusuna göre Narsisistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Alt Boyutları, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyleri Karşılaştırma Tablosu*

	Fotoğraflarının						F	p
	Beğenilmeme Korkusu	n	$\bar{x}$	ss	sd			
NKE Üstünlük	Asla (a)	157	1,09	,95	2	6,144	,002*	
	Nadiren (b)	157	1,38	1,06	398			
	Sıklıkla (c)	87	1,54	1,04	400			
NKE Teşhircilik	Asla (a)	157	,84	,87	2	26,831	,000**	
	Nadiren (b)	157	1,43	1,05	398			
	Sıklıkla (c)	87	1,72	,97	400			
NKE Otorite	Asla	157	,99	,73	2	,156	,855	
	Nadiren	157	1,038	,77	398			
	Sıklıkla	87	1,00	,69	400			
NKE Sömürücülük	Asla	157	1,27	,84	2	2,725	,067	
	Nadiren	157	1,46	,95	398			
	Sıklıkla	87	1,51	,87	400			
NKE Hak İddia Etme	Asla (a)	157	,49	,64	2	13,191	,000**	
	Nadiren (b)	157	,80	,73	398			
	Sıklıkla (c)	87	,94	,75	400			
NKE Öz Yeterlik	Asla	157	1,36	,93	2	,316	,729	
	Nadiren	157	1,28	,99	398			
	Sıklıkla	87	1,35	1,07	400			
SGKÖ	Asla (a)	157	32,98	12,40	2	54,921	,000**	
	Nadiren (b)	157	40,78	10,51	398			
	Sıklıkla (c)	87	48,66	10,97	400			
GİSMBÖ	Asla (a)	157	45,44	18,57	2	38,369	,000**	
	Nadiren (b)	157	54,49	13,44	398			
	Sıklıkla (c)	87	63,57	13,94	400			

\*\* p<.001 istatistiksel anlamlı fark

\* p<.05 istatistiksel anlamlı fark

Yapılan analiz sonucunda fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük ( $F=6,144, p<.05$ ), teşhircilik ( $F=26,831, p<.001$ ) ve hak iddia etme ( $F=13,191, p<.05$ ) düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır. Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış üstünlük için a-b, a-c, teşhircilik için a-b, a-c ve b-c, hak iddia etme için a-b, a-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre üstünlük için sıklıkla ( $\bar{X}=1,54\pm 1,04$ ), teşhircilik için sıklıkla ( $\bar{X}=1,72\pm,97$ ) ve hak iddia etmede de sıklıkla ( $\bar{X}=,94\pm,75$ ) korku hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur. Analiz sonucunda fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları otorite ( $F=,156, p>.05$ ), sömürücülük ( $F=2,725, p>.05$ ) ve öz yeterlikte ( $F=,316, p>.05$ ) istatistiksel anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Analiz neticesinde fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=54,921, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b, a-c ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin ( $\bar{X}=48,66\pm 10,97$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde istatistiksel anlamlı farklılık saptanmıştır ( $F=38,369, p<.001$ ). Farkın kaynağının belirlenmesi için Post-Hoc testi yapılmış a-b, a-c ve b-c grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Ortalama hesaplaması doğrultusunda bakıldığında görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin ( $\bar{X}=63,57\pm 13,94$ ) en yüksek ortalama olduğu bulunmuştur.

Araştırmanın son alt problemi olan “Yetişkinlerde sosyal görünüş kaygısı ve görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki var mıdır?” sorusunun cevabı için Pearson korelasyon analizi yapılmış, sonuçlar Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı, Görünüşle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Düzeyi, Narsisistik Kişilik Özellikleri, İlişki Tablosu*

	SGKÖ	GSMBÖ	NKE Üstünlük	NKE Teşhir.	NKE Otorite	NKE Sömürü.	NKE Hak İddia Etme	NKE Öz Yeterlilik
<b>SGKÖ</b>								
r		,273**	,069	,213**	-,112*	,095	,284**	,010
n	1	401	401	401	401	401	401	401
p	401	,000	,167	,000	,025	,057	,000	,842
<b>GSMBÖ</b>								
r	,273**		,198**	,327**	,016	,208**	,173**	,066
n	401	1	401	401	401	401	401	401
p	,000	401	,000	,000	,753	,000	,001	,185
<b>NKE-Üstünlük</b>								
r	,069	,198**		,426**	,272**	,338**	,140**	,251**
n	401	401	1	401	401	401	401	401
p	,167	,000	401	,000	,000	,000	,005	,000
<b>NKE- Teşhircilik</b>								
r	,213**	,327**	,426**		,228**	,295**	,233**	,246**
n	401	401	401	1	401	401	401	401
p	,000	,000	,000	401	,000	,000	,000	,000
<b>NKE- Otorite</b>								
r	-,112*	,016	,272**	,228**		,202**	,150**	,246**
n	401	401	401	401	1	401	401	401
p	,025	,753	,000	,000	401	,000	,003	,000
<b>NKE- Sömürücülük</b>								
r	,095	,208**	,338**	,295**	,202**		,096	,248**
n	401	401	401	401	401	1	401	401
p	,057	,000	,000	,000	,000	401	,054	,000
<b>NKE- Hak İddia Etme</b>								
r	,284**	,173**	,140**	,233**	,150**	,096		,097
n	401	401	401	401	401	401	1	401
p	,000	,001	,005	,000	,003	,054	401	,053
<b>İBÖ- Öz Yeterlilik</b>								
r	,010	,066	,251**	,246**	,246**	,248**	,097	1
n	401	401	401	401	401	401	401	401
p	,842	,185	,000	,000	,000	,000	,053	

\*\* p<.001 istatistiksel anlamlı ilişki

\* p<.05 istatistiksel anlamlı ilişki

Korelasyon analizi sonucu; sosyal görünüş kaygısı ile görünüşle ilgili sosyal medya bilinç düzeyi ( $r=,273$ ,  $p<.001$ ) arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır.

Analiz sonucunda sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle ( $r=,213$ ,  $p<.001$ ) pozitif yönde düşük düzeyde, otoriteyle ( $r=-,112$ ,  $p<.05$ ) negatif yönde düşük düzeyde, hak iddia etmeyle ( $r=,284$ ,  $p<.001$ ) pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ilişki saptanmıştır. Analiz neticesinde sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan üstünlük ( $r=,069$ ,  $p>.05$ ), sömürücülük ( $r=,095$ ,  $p>.05$  ve öz yeterlilik ( $r=,010$ ,  $p>.05$ ) arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

Yapılan analiz sonucunda görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle ( $r=,327$ ,  $p<.001$ ) pozitif yönde orta düzeyde, üstünlükle ( $r=,198$ ,  $p<.001$ ), sömürücülükle ( $r=,208$ ,  $p<.001$ ) ve hak iddia etmeyle ( $r=,173$ ,  $p<.001$ ) pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ilişki saptanmıştır. Analiz neticesinde görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan otorite ( $r=,016$ ,  $p>.05$ ) ve öz yeterlilik ( $r=,066$ ,  $p>.05$ ) arasında istatistiksel anlamlı ilişki saptanmamıştır.

## BÖLÜM V

### Tartışma

Bu bölümde elde edilen bulguların literatürde ki araştırmalar ışığında tartışılmasına yer verilmiştir.

Cinsiyete göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu olan üstünlük, sömürücülük ve öz yeterlilik karşılaştırıldığında kadın ve erkekler arasında farklılaşma bulunmuştur. Üstünlük, sömürücülük ve öz yeterlilik alt boyutu için erkeklerin, kadınlara göre daha yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır. Literatürde bu bulguyu destekleyen araştırmalar bulunmuştur (Twenge, Konrath, Foster, Campbell & Bushman, 2008; Kıratlı, 2018; Koç-Ekinci, 2018). Bu araştırmalarda narsisistik kişilik eğilimlerinin kadınlara oranla erkeklerde daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, erkeklerin kadınlara göre sosyal medyayı daha çok narsizm amaçlı kullandığı görülmektedir (Kaya, 2017). Bu araştırma bulgusuna neden olarak genellikle araştırmalar ataerkil toplum yapısına bağlamaktadır. Araştırma sonucunu desteklemeyen araştırmalarda mevcuttur (Taş & Karataş, 2017; Özel, 2014). Bu çalışmalarda narsisistik kişilik eğilimlerinin kadınlarda daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmalar bu durumu aile yapısı, beğenilme arzusu ya da eğitim ile ilişkilendirmektedir. Cinsiyetin narsizm ile özçekim gönderme davranışı arasındaki ilişkide önemli olduğunu ve narsizmin erkeklerde özçekim gönderme davranışı ile anlamlı bir korelasyona sahip olduğunu söylemektedir (Arpacı vd., 2018).

Araştırmanın bir diğer bulgusunda eğitim durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu teşhircilik ve sömürücülükte farklılaşma bulunmuştur. Teşhircilik ve sömürücülük için yüksek lisans eğitiminini tamamlamış bireylerin en yüksek ortalama da olduğu gözlenmiştir. Literatürde de benzer bulgulara rastlanmıştır Cihangiroğlu vd. (2015) Gülhane Askeri Tıp Akademisinde Hemşirelik Yüksek Okulu öğrencileri ile gerçekleştirdikleri araştırmada narsizm puanları en yüksek 5. sınıf öğrencileri ile intörn öğrencilerinde bulunmuştur. Benzer bir şekilde (Tozoğlu, 2017). 4. sınıf öğrencilerinin de narsizm puanları daha yüksek bulunmuştur. Alan yazında bulunan çalışmalarda daha çok son sınıfların narsizm düzeylerinin yüksek bulunmasının sebebi öğrencilerin kendilerini yetkin görmeleri ve uyum sağlama düzeylerinin yüksek olması olduğu düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında eğitim durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygı düzeyi bakımından

ilköğretim, eğitim almış bireylerin en yüksek ortalama olduğu tespit edilmiştir. Araştırmalara göre öğrencilerin sosyal görünüş kaygısının sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır (Telli & Ünal, 2016). Ergen bireylerle yapılan araştırmada ise sosyal görünüş kaygısı, en düşük olan grup son sınıflar iken en yüksek olan grubun dokuzuncu sınıflar olduğu saptanmıştır (Gül, 2016). Üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen araştırmalara baktığımızda 1.ve 2. sınıf öğrencilerin sosyal görünüş kaygısının 3.ve 4.sınıf öğrencilerinden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yapılan çalışmalarda alt sınıfların daha endişeli olma sebebi, bireylerin bulunduğu ortama uyum sağlamada ve kendini kabul ettirmede yaşadığı zorluklar olduğu görülmektedir.

Eğitim durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi bakımından yüksek lisans eğitim almış bireylerin en yüksek ortalama olduğu gözlenmiştir. Alan yazında yer alan bazı çalışmalar araştırma bulgusunu desteklememektedir. Bireylerin sosyal medyayla ilişkili sosyal medya bilinç düzeyiyle ilişkili beden algısı ile eğitim durumu arasında farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir (Karagöz & Karagün, 2015; Akman, 2019).

Algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik ve sömürücülük düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyo-ekonomik düzeye göre üstünlük için yüksek düzeyin, teşhircilik için yüksek düzeyin ve sömürücülükte de yüksek düzeyin en yüksek ortalama olduğu tespit edilmiştir. Alan yazındaki benzer çalışmalar araştırma bulgusunu destekler niteliktedir (Özkalp & Sungur, 2001; Önder, 2014). Yaptıkları çalışmalarda özel sektörde çalışanların kamuda çalışanlara göre narsistik düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun sebebi özel sektördeki bireylerin rekabet ortamında, başarısızlığın cezalandırıldığı, başarının ödüllendirildiği bir sistem içerisinde kendini gösterme çabasında iken kamuda çalışanların kadrolarının anayasal olarak koruma altında olması kendini gösterme çabasında olmadığı görülmektedir.

Algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyo-ekonomik düzeye göre sosyal görünüş kaygısı için yüksek düzeyin en yüksek ortalama olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan araştırmada orta gelir düzeyi ile sosyal görünüş kaygısı üzerine anlamlı bir farklılığa ulaşılmıştır (Yazıcı & ark., 2016). Bununla birlikte araştırma bulgularını desteklemeyen

araştırmalarda mevcuttur. Yüceant (2013) gerçekleştirdiği araştırmada sosyal görünüş kaygısı ile gelir düzeyi ilişkisinde anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Özcan & ark. (2013) gerçekleştirdiği araştırmada sosyal görünüş kaygısı ile gelir düzeyi ilişkisinde anlamlı bir farklılığa ulaşılamamıştır. Gelir düzeyi ile sosyal görünüş kaygısı arasında negatif bir ilişki olduğu keşfedilmiştir. Alan yazı çalışma bulgusunu desteklemektedir.

Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre narsistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik ve hak iddia etme düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre üstünlük için sık fotoğraf paylaşanların, teşhircilik için fotoğraf paylaşanların ve hak iddia etmede ise kararsız kalanların en yüksek ortalamada olduğu tespit edilmiştir. Narsizm ile ilgili yapılan bazı araştırmalarda problemlili sosyal medya davranışları ile narsizm arasında ilişkiler saptanmıştır. Alan yazında benzer çalışmalara rastlanılmıştır. Reed, Bircek, Osborne, Viganò & Truzoli (2018) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada, problemlili internet kullanımının narsizm düzeylerini öngördüğü ve bunun sosyal medya katılımının görsel formları tarafından yönetildiği saptanmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarını görsel paylaşımlar için kullananların narsistik kişilik özellikleri göstermeye daha yatkın oldukları düşünülmektedir. Üniversite öğrencileriyle yapılan araştırmanın sonuçları incelendiğinde, Instagram ve facebook kullanım sıklıkları ile narsistik kişilik envanteri alt ölçekleri arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür (Tepret, 2018).

Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından sık fotoğraf paylaşma durumuna göre kararsız olanların en yüksek ortalamada olduğu gözlenmiştir. Lise öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmada sosyal görünüş kaygısının, sosyal medya ağlarının kullanımında mühim bir etken olduğu saptanmıştır. Gerçekleştirdikleri çalışma neticesinde özellikle gençlerin ve ergenlerin sosyal sebeplerle sosyal medya ağlarını aktif bir şekilde kullandığı gözlemlenmiştir. Facebook vb. internet ağlarıyla bağlanılan sosyal medya ağlarının kullanımı ve sayısı arttıkça problemlili internet kullanımının da artacağı düşünülmektedir (Kittinger, Correia & Irons, 2012). Üniversite öğrencileriyle yapılan araştırmada, öğrencilerin problemlili internet kullanımı ile Facebook kullanım sıklığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır (Traş vd., 2019). Alan yazında yapılan araştırmalar araştırma bulgusunu destekler niteliktedir.



Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde farklılaşma bulunmuştur. Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sık fotoğraf paylaşanların en yüksek ortalama olduğu tespit edilmiştir. Genç kadınlarda Instagram ve Facebook üzerinden oluşturulan görünüm odaklı faaliyetler ve beden imajı kaygıları arasındaki ilişki araştırılmış, Facebook'ta daha fazla resim paylaşılması ve Instagram'da görünüş odaklı hesapların izlenmesi daha ince ve fit bir vücuda sahip olma isteğine bağlı vücut gözetimi ile ilişkilendirilmiştir (Cohen vd., 2017). Çalışmayı destekleyen bir diğer araştırma ise genç Koreli kadınlarla yaptığı araştırmada, Facebook'un beden imajı ile önemli derecede ilişkili olduğu gözlemlenmektedir (Kim, 2018). Araştırmanın genç Koreli kadınlar arasında, çevresiyle görünüm kıyaslamaları ve vücut imajı kaygısı üzerinde Facebook kullanımının rolü ile ilgili önemli bilgiler sunmaktadır. Alan yazındaki bulgular çalışma bulgusunu desteklemektedir.

Fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre narsistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve hak iddia etme düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre üstünlük için sıklıkla, teşhircilik için sıklıkla, sömürücülük için ve hak iddia etmede de sıklıkla filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu gözlemlenmiştir. Wang (2019) Narsistlerin sosyal medyadaki vücut algılarına duyarlılığını incelediği çalışmada Narsistlerin daha çok oyun oynadığını, öz çekimlere filtre eklediğini ve daha fazla değişiklikler yaptıkları sonucuna varılmıştır. Bu sonuçların narsistlerin, beden algılarına yönelik kaygılı ve değişken tutumlarını desteklediği vurgulanmaktadır. Normal narsisizm ile olumlu beden algısı arasında pozitif bir ilişki olduğu ancak patolojik narsisizm ile olumlu beden algısı arasındaki korelasyonun azaldığı gözlemlenmiştir (Davis, Claridge & Cerullo, 1997).

Fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre sıklıkla filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu gözlemlenmiştir. Alan yazın incelendiğinde sosyal görünüş kaygısına sahip bireylerin sosyal medya paylaşımlarında çok fazla efekt uyguladıkları gözlemlenmiştir (Davis, Claridge & Cerullo, 1997; Wrang, 2019). Alan yazındaki çalışmalar araştırma bulgusunu destekler niteliktedir.

Fotoğraflarda filtre kullanım durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde farklılaşma bulunmuştur. Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç

düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarda filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu tespit edilmiştir (Cohen vd., 2017; Kim, 2018). Alan yazında yapılan çalışmalar sonucunda kişiler olumsuz değerlendirme korkularından dolayı sosyal medyada paylaştıkları içerikleri değiştirmektedir (Lee & Stapinski, 2012). Alan yazındaki araştırmalarla birlikte çalışma bulgusunu destekleyen çalışmalarda mevcuttur (Davis, Claridge & Cerullo, 1997; Wrang, 2019).

Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik ve hak iddia etme düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre üstünlük için sıklıkla, teşhircilik için sıklıkla ve hak iddia etmede de sıklıkla korku hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu gözlemlenmiştir. Sık kullanılan sosyal medya araçları arasında Instagram ve Facebook öne çıkmaktadır. Çok sıklıkla kullanılan uygulamada yüksek narsizm gözlemlenmiştir. Takipçi sayısı ile narsisist eğilimler arasında doğrusal ilişki tespit edilmiştir. Kullanım sıklığı ve takipçi sayısının narsisistik eğilimlere neden olduğu gözlemlenmiştir. Sosyal ağlarda Instagram ve facebook öne çıkması literatürdeki bulgularla uyumaktadır çünkü görsel öğelerin paylaşımını temel alan Instagram uygulaması narsisistik davranışlarla örtüşmektedir. Bakırtaş & ark. (2020: 130-157) “Narsistagram’: Instagram Kullanımında Narsisizm” isimli çalışması ve selfie paylaşımları ile narsisizm arasında doğrusal bir ilişki kurulmuştur (Öngün & Demirağ, 2018). Alan yazındaki bu araştırmalar çalışma bulgusunu destekler niteliktedir.

Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyinde farklılaşma bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu tespit edilmiştir (Cohen vd., 2017; Kim, 2018). Bu araştırma bulgularından yola çıkarak bireylerin sıklıkla sosyal medya kullandığını ve sosyal medya ölçütlerinin oluşturduğu güzellik algısı, ideal beden kriterlerine kendini uydurma çabası içerisine girdiğini ve paylaşımlarının bu ölçütlere göre olmama olasılığından korku duydukları alan yazı çalışmalarında gözlemlenmiştir.

Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinde farklılaşma bulunmuştur. Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu gözlemlenmiştir. Olumsuz değerlendirme korkusu ve düşük benlik algısı arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal

medya ağlarında paylaşılan içeriklerin sosyal ağlarda ki “ideal beden” kavramını karşılamamasından dolayı korku duyarlar (Shepherd & Edelman, 2005; Lee & Stapinski, 2012 ; Özcan vd., 2013). Alan yazındaki araştırma bulguları çalışmayı destekler niteliktedir.

Sosyal görünüş kaygısı ile görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Alan yazında benzer bulgulara rastlanılmıştır (Cohen vd., 2017; Kim, 2018; Fardouly & Vartanian, 2015). Araştırma sonucuna gören sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde düşük düzeyde, otoriteyle negatif yönde düşük düzeyde, hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde farklılaşma olduğu gözlemlenmiştir. Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde orta düzeyde, üstünlükle, sömürücülükle ve hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde farklılaşma olduğu tespit edilmiştir (Reed, Bircek, Osborne, Viganò & Truzoli, 2018 ; Tepret, 2018 ; Özkaya, 2018). Alan yazındaki benzer çalışmalar araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

## BÖLÜM VI

### Sonuç ve Öneriler

#### Sonuçlar

Cinsiyete göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu olan üstünlük, sömürücülük ve öz yeterlilik alt boyutu için erkeklerin, kadınlara göre daha yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Eğitim durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutu Teşhircilik ve sömürücülük için yüksek lisans eğitiminini tamamlamış bireylerin en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Eğitim durumuna göre sosyal görünüş kaygı düzeyi bakımından ilköğretim, eğitim almış bireylerin en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Eğitim durumuna göre görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi bakımından yüksek lisans eğitim almış bireylerin en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik ve sömürücülük düzeyinde yüksek düzeyin en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre sosyal görünüş kaygısı için yüksek düzeyin en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Sık fotoğraf paylaşma durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük için sık fotoğraf paylaşanların, teşhircilik için fotoğraf paylaşanların ve hak iddia etmede ise kararsız kalanların en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından sık fotoğraf paylaşma durumuna göre kararsız olanların en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sık fotoğraf paylaşanların en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre narsisistik kişilik envanteri alt boyutları üstünlük, teşhircilik, sömürücülük ve hak iddia etmede sıklıkla filtre kullananların en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda filtre kullanımı durumuna göre sıklıkla filtre kullananların en yüksek ortalama da olduğu sonucuna varılmıştır.

Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarda filtre kullananların en yüksek ortalama olduğu sonucuna varılmıştır.

Fotoğraflarının beğenilmemesi korkusuna göre üstünlük, teşhircilik ve hak iddia etmede sıklıkla korku hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal görünüş kaygısı düzeyi bakımından fotoğraflarda sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu sonucuna varılmıştır.

Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri bakımından sıklıkla fotoğraflarının beğenilmemesi korkusunu hissedenlerin en yüksek ortalama olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal görünüş kaygısı ile görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal görünüş kaygısı ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde düşük düzeyde, otoriteyle negatif yönde düşük düzeyde, hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde farklılaşma olduğu sonucuna varılmıştır.

Görünüşle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyi ile narsisistik kişilik ölçeği alt boyutları olan teşhircilikle pozitif yönde orta düzeyde, üstünlükle, sömürücülükle ve hak iddia etmeyle pozitif yönde düşük düzeyde farklılaşma olduğu sonucuna varılmıştır.

## **Öneriler**

### **Araştırmacılara Yönelik Öneriler**

Bu araştırma sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı ve sosyal görünüş kaygısının narsisistik kişilik özellikleriyle ilişkisini incelemektir. 18 yaş ve üzeri olan 398 katılımcıdan oluşan bir örneklem üzerinde incelenmiştir. Çalışmada elde edilen bulguların genellenebilirliği arttırmak adına çalışmanın daha büyük bir örnekleme tekrarlanması önerilmektedir.

Yeni yapılacak çalışmalarda bu araştırmanın değişkenlerinin farklı sosyodemografik değişkenler ile değerlendirilmesinin daha kapsamlı sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

Literatür de sosyal medya, sosyal görünüş kaygısı ve narsisistik kişilik kavramlarının bir arada farklı sosyodemografik özellikler açısından incelendiği çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu kavramların sosyodemografik özellikler açısından incelendiği çalışmaların artırılmasının risk altında olan grupların ve etkili müdahale yöntemlerinin belirlenmesinde önemli rol oynayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada örneklemin %66'sı kadınlardan oluştuğundan daha dengeli cinsiyet farklılığı içeren ve daha geniş örnekleme benzer çalışmalar yapılması önerilmektedir.

### **Devlete Yönelik Öneriler**

İlgili kuruluşlar tarafından üniversiteler, okullar vb. yerlerde sosyal medya, sosyal görünüş kaygısı, sosyal kaygı ve narsisistik kişilik kavramları hakkında bilgilendirici programlar düzenlenmesinin bununla beraber, anne ve babalara çocukları için sosyal ağları ve sosyal medyayı verimli ve yeteri düzeyde kullanabilmeleri için destek programları ve hizmetlerinin verilmesi ve bunlara kolayca ulaşabilmelerini sağlanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

**Klinisyenlere Yönelik Öneriler**

Sosyal medyayı ve sosyal ağlarını kontrollü kullanabilmeye yönelik psikoterapi yapılması, ödevlerin verilmesi ve kontrolde tutulmasının olumlu sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

Sosyal medyayı gereken düzeyde kullanan bireylerin sosyal görünüş kaygılarının daha az olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyayı kontrolsüz kullanan bireylere yönelik olarak verilecek klinik destek programlarında sosyal medyayı faydalı ve kontrollü bir şekilde kullanması için bireylere psiko-eğitim programlarını düzenlemeleri önerilmektedir.

### Kaynakça

- Akbulut, S. (2018). *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akgul, H. (2018). *The effects of psychoeducation program for decreasing social appearance anxiety on social appearance anxiety levels of high school students. International Journal of Progressive Education, 14(3), 1-11.*
- Akhtar, S. ve Thomson, J. A. (1982). *Overview: Narcissistic personality disorder*. The American journal of psychiatry, 139(1), 12-20.
- Akkuş, Y., Türk, R. ve Akkuş Aydemir, A. (2019). *Evaluating the relationship between healthy life style behaviours and social appearance anxiety. Journal of Health*
- Akman, G. (2019). *Fazla kilolu ve obez bireylerde beden algısı, benlik saygısı ve algılanan sosyal desteğin yaşam doyumuyla ilişkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Akpınar Aydoğmuş, E. N. (2017). *Ergenlerde sosyal güvende hissetme ve memnuniyet ile problemlili İnternet kullanımı arasındaki ilişkide sosyal medya tutumlarının aracılık rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan E, (2018). *Sosyal medya ve sosyal kaygı: sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. Selçuk İletişim, 11, 35-53.*
- Aktan E, (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. Erciyes İletişim Dergisi, 5, 405-421.*
- Aktaş S, (2014). *Medyanın kadın estetiği üzerine etkileri ve ebenin rolü. Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 17, 187-195.*
- Alemdar, M. & İşbilen, D. & Demirel, K. & Telli, N. (2017). *Özçekim davranışı narsisizm göstergesi olabilir mi? Özçekim ve narsisizm arasındaki ilişkiyi tanımlamaya yönelik nitel bir araştırma. Global Media Journal TR Edition, 8(15), 71-94.*
- Alemdağ, S. ve Öncü, E. (2015). *Öğretmen adaylarının fiziksel aktiviteye katılım ve sosyal görünüş kaygılarının incelenmesi. International Journal of Science Culture and Sport, 287-299, 287-300.*



- Alkın T, (2002). *Birinci basamakta panik bozukluğu tedavisi*. Klinik Psikiyatri, 3, 22-31.
- Alptekin D, Delibaş E, (2021). *Eстетik uzmanlarının bedenini yeniden inşasına dair görüşlerinin sosyolojik bir değerlendirmesi*. Sosyoloji Dergisi, 41, 163-186.
- Altındış A, Altındış S, Aslan FG, Aşıcı N, İnci MB, Ekerbiçer HÇ, Tokaç M, (2017). *Sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi*. International Journal of Social Science, 64, 227-235.
- Altıntaş, S. (2016). *Ortaokul Öğrencilerindeki Problemler İnternet Kullanımı ile Algılanan Anne Baba Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altundağ, Y. (2016). *Lise öğrencilerinde sanal zorbalık ve problemler İnternet kullanımı ilişkisi*. Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying, 3(1), 27-43.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
- American Psychiatric Association. (1980). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (3rd ed.)*.  
<https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890420195>.
- American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (4th ed.)*.  
<https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890423349>.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th ed.)*.  
<https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>.
- Amerikan Psikiyatri Birliği Sözlüğü, (2022). *Sosyal Anksiyete*. Erişim tarihi 20 Mart 2022. Erişim adresi, <https://dictionary.apa.org/social-anxiety> Alemdağ, S. (2013).
- Ames, D. R., Rose, P. ve Anderson, P.C. (2006), *The NPI-16 as a Short Measure of Narcissism*, Journal of Research in Personality, 40, pp. 440-450.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2017). *The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey*. Addictive Behaviors, 64, 287-293.

- Anlı, İ. ve Bahadır, G. (2007). *Kendilik psikolojisine göre narsistik ve sınır kişilik bozukluğu*. Psikoloji Çalışmaları/Studies in Psychology, 27, 1-12.
- Arabacı, R. (2008). *Relationship between social physique anxiety, walking activity and body composition in university students*. Sport Sciences, 3(3), 145-153.
- Arpacı, I., Yalçın, S. B., Baloğlu, M. ve Kesici, İ. (2018). *The moderating effect of gender in the relationship between narcissism and selfie-posting behavior*. Personality and Individual Differences, 134, 71-74.
- Atay, S. (2009). *Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye Standardizasyonu*. Gazi University Journal of Economics & Administrative Sciences, 11(1), 181-196.
- Bailey, K. A., Cline, L. E. ve Gammage, K. L. (2016). *Exploring the complexities of body image experiences in middle age and older adult women within an exercise context: The simultaneous existence of negative and positive body images*. Body Image, 17, 88-99.
- Bakırtaş, H., Akkaş, C. ve Çiftçi, S. (2020). *'Narsistagram': Instagram kullanımında narsisizm*. Selçuk İletişim, 13 (1), 130-157.
- Baumeister, R. F. ve Vohs, K. D. (2001). *Narcissism as addiction to esteem*. Psychological Inquiry, 12(4), 206-210.
- Beard, K. W. ve Wolf, E. M. (2001). *Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction*. CyberPsychology & Behavior, 4, 377-383.
- Beck A.T., Freeman, A. ve Davis, D.D. (2008). *Kişilik Bozukluklarının Bilişsel Terapisi*. (Çev. Ö. Yalçın ve E. N. Akçay). İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Ben, S. (2017). *İstanbul'da yaşayan üniversite öğrencilerinin sosyal anksiyete düzeyleri ile beden algısı olumsuz değerlendirilme korkusu sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Berber-Çelik, Ç. ve Odacı, H. (2011). *Kendilik algısı ve benlik saygısının problemleri İnternet kullanımı üzerindeki yordayıcı rolü*. 5.Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda sunulan bildiri. Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye, 22-24 Eylül.
- Black, D. W., Belsare, G. ve Schlosser, S. (1999). *Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting*

- compulsive computer use behavior. The Journal Of Clinical Psychiatry, 60(12), 839-844.*
- Bleakley, A., Ellithorpe, M. ve Romer, D. (2016). *The role of parents in problematic Internet use among US adolescents. Media and Communication, 4(3), 24-34*
- Breslau, J., Aharoni, E., Pedersen, E. R. ve Miller, L. L. (2015). *A review of research on problematic Internet use and well-being: with recommendations for the US Air Force. Rand Health Quarterly, 5(1), 1-43.*
- Brososof, L. C. ve Levinson, C. A. (2017). *Social appearance anxiety and dietary restraint as mediators between perfectionism and binge eating: A six month three wave longitudinal study. Appetite, 108, 335-342.*
- Bogart, L. M., Benotsch, E. G. ve Pavlovic, J. D. P. (2004). *Feeling superior but threatened: The relation of narcissism to social comparison. Basic and Applied Social Psychology, 26(1), 35-44.*
- Buss, D. M. ve Chiodo, L. M. (1991). *Narcissistic acts in everyday life. Journal of personality, 59(2), 179-215.*
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2011). *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder. John Wiley & Sons.*
- Campbell, W. K., Bosson, J. K., Goheen, T. W., Lakey, C. E., & Kernis, M. H. (2007). *Do narcissists dislike themselves "deep down inside"? Psychological Science, 18(3), 227-229. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01882.x>.*
- Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). *The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides & S. Spencer (Eds.), The self (pp. 115-138). Psychology Press.*
- Campbell, W. K., & Twenge, J. M. (2001). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement. Free Press.*
- Cansız, S. (2019). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve duygusal yeme arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Choukas-Bradley S, Nesi J, Widman L, et al. (2020). *The Appearance-Related Social Media Consciousness Scale: development and validation with adolescents. Body Image, 33, 164-174.*
- Cihangiroğlu, N., Teke, A., Uzuntarla, Y., & Uğrak, U. (2015). *Narsist kişilik eğilimleri ile kurumsal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin analizi. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13(1), 1-18.*

- Cohen, R., Newton-John, T. ve Slater, A. (2017). *The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. Body Image, 23, 183-187.*
- Çakır, B. (2018). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, Narsisizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çakmak, E. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi. [Evaluation of the Relationship between University Students' Social Media Use Levels and Social Appearance Anxiety in terms of Different Variables].* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Çaycı, B. Çaycı, A. E. ve Eken, İ. (2019). *Narsisizm ve selfie paylaşımı ilişkisi üzerine nicel bir araştırma. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (31), 60-88.*
- Çayırılı, E. (2017). *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapıları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, E. ve Şenay Güzel, H. (2018). *Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ile mükemmeliyetçilik arasındaki ilişki: benlik saygısının aracı rolü. Journal of Turkish Educational Sciences, 16(2).*
- Davis, C., Claridge, G., ve Cerullo, D. (1997). *Personality factors and weight preoccupation: A continuum approach to the association between eating disorders and personality disorders. Journal of Psychiatric Research, 31, 467- 480.*
- Dilbaz, N. (2000). *Sosyal Anksiyete Bozukluğu: Tanı, Epidemiyoloji, Etiyoloji, Klinik ve Ayırıcı Tanı. Klinik Psikiyatri, 2, ss. 3-21.*
- Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (1998). *The relation between perception and behavior, or how to win a game of Trivial Pursuit. Journal of Personality and Social Psychology, 74(4), 865-877.*
- Doğan T, (2010). *Sosyal görünüş kaygısı ölçeğinin (SGKÖ) türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi- H.U. Journal of Education, 39, 151-159.*

- Doğan U, Çolak TS, (2016). *Self-concealment, social network sites usage, social appearance anxiety, loneliness of high school students: a model testing. Journal of Education and Trainin Studies, 4, 176-183.*
- Doğan, T. (2010). *Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 39, 151-159.*
- Dual Psikoloji Web Sitesi, (2022). *Özgül fobi*. Erişim Tarihi 18 Şubat (2022). Erişim adresi,<http://www.dualpsikoloji.com/bireysel/kaygi-bozukluklari/ozgulfobi.html>.
- Ekşi, H., Arıcan, T. ve Yaman, K. G. (2016). *Meslek Lisesi Öğrencilerinin Riskli Davranışlarının Yordayıcısı Olarak Sosyal Görünüş Kaygısı ve Mükemmeliyetçilik. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 17(2), 527-545*
- Ellis, H. (1898). *Auto-eroticism: A psychological study. Alienist and Neurologist, 19, 260-299.*
- Emmons, R. A. (1987). *Narcissism: Theory and measurement. Journal of Personality and Social Psychology, 52(1), 11–17.*
- Errasti, J., Amigo, I. Ve Villadangos, M. (2017). *Emotional uses of Facebook and Twitter:Its relation with empathy, narcissism, and self-esteem in adolescence Psychological Reports, 120(6), 997-1018.*
- Ethem, S. (2019). *Narsisizm, yalnızlık ve ilişkili olma gereksinimi ile facebook, twitter ve instagram kullanımı arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Psikoloji Yüksek Lisans Programı.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). *Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between facebook usage and body image concerns. Body image, 12, 82-88.*
- Gökdemir, A. Ö. (2020). *Facebook'un kuruluşu ve gelişimi*. Medya Akademi. Erişim tarihi 15 Mart 2022. Erişim adresi, <https://medyaakademi.com.tr/2020/03/23/facebookun-kurulusu-ve-gelisimi>.
- Gönenç, E. (2012). *İnternet ve Türkiye'deki Gelişimi*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: Istanbul University Faculty of Communication Journal, 0(16),ss.87-98.Retrieved from

<http://dergipark.gov.tr/iuifd/issue/22881/244683>.

- Griffiths, M.D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use, 10* (4), 191–197.  
<https://doi.org/10.1080/14659890500114359>.
- Griffiths, M.D. (2013). *Social networking addiction: emerging themes and issues*. *J Addict Res Ther.* 4(5), e118. p://dx.doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118.
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., McLean, S. A. (2018). *The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms, and anabolic steroid use among sexual minority men*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21*(3), 149-156.
- Grijalva, E., Harms, P. D., Newman, D. A., Gaddis, B. H., & Fraley, R. C. (2015). *Narcissism and leadership: A meta-analytic review of linear and nonlinear relationships*. *Personnel Psychology, 68*(1), 1–47.
- Grogan, S. (2005). *Body Image Understanding Body Dissatisfaction In Men, Women And Children*. New York: Routledge.
- Gül, E. (2016). *Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırmanın fonksiyonel olmayan tutum ve bilişsel çarpıtmalarla ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gür, M. (2019). *Narsisizm ve bağlanma stillerinin üniversite öğrencilerinde ilişki bağlanımını yordamadaki rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güvenen, G. (2017). *Sosyal Medya ve Kitle İletişim Araçlarının Lise Öğrencilerinin Beden Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Üzerine Etkisinin Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimler Enstitüsü, İstanbul. (Danışman: Doç. Dr. Sevil İNAN).
- Güzel, K. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Beden Algısının Depresyon ile İlişkisi: Mizacın Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul. (Danışman: Prof. Dr. Sermin KESEBİR).
- Hagger MS, Stevenson A, (2014). *Social physique anxiety and physical self esteem: gender and age effects*. *Psychology and Health, 25*, 89-110.
- Hagger MS, Stevenson A, Chatzisarantis NLD, Gaspar PMP, Ferreira JPL, Rave JMG, (2010). *Physical self-concept and social physique anxiety: invariance across*

- culture, gender and age. Stress and Health, 26, 304-329.*
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C., & Heimberg, R. C. (2008). *Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale. Assessment, 15, 48-59.*
- Hendin, H. M., & Cheek, J. M. (1997). *Assessing hypersensitive narcissism: A reexamination of Murray's Narcissism Scale. Journal of Research in Personality, 31(4), 588-599. <https://doi.org/10.1006/jrpe.1997.2204>*
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. 7(2), 736-749.*
- Kara, A. (2016). *Sosyal görünüş kaygısı ile utangaçlık arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 95-106.*
- Karaaziz, M. ve Atak, İ. E. (2013). *Narsisizm ve narsisizmle ilgili araştırmalar üzerine bir gözden geçirme. Nesne Psikoloji Dergisi, 1(2), 44-59.*
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Nobel Yayınları.*
- Karagöz, N. ve Karagün, E. (2015). *Profesyonel sporcuların beden imajı üzerine betimsel bir çalışma. Sport Sciences, 10(4), 34-43.*
- Karaçor, F. (2018). *Üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Karadayı, F. (2019). *Yeni medya bağlamında internet ve sosyal medya bağımlılığı. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Karataş, S., Eşberk Başyayla, Y., Taş, A., & Topçu, B. (2017). *The Effect of Cognitive Flexibility and Epistemological Beliefs on Academic Achievement. Journal of Theoretical Educational Science / Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi, 10(1), 73-94.*
- Kaya, L. (2017). *Üniversite Öğrencilerinde Narsisistik Eğilimler, Bağlanma Stilleri ve Sosyal Medya Kullanımı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). On dokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.*
- Kealy, D., Ogrodniczuk, J. S., & Joyce, A. S. (2014). *The association between narcissistic vulnerability and aggression in an inpatient psychiatric sample. Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment, 5(4), 378-384.*

<https://doi.org/10.1037/per0000079>.

- Kernberg, O. (2012). *Sınır durumlar ve patolojik narsisizm*. (3. Baskı). M. Atakay, Çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Kernberg, O. F., Yeomans, F. E., Clarkin, J. F., & Levy, K. N. (2008). *Transference focused psychotherapy for borderline patients: A clinical guide*. American Psychiatric Pub.
- Kim, J. W. (2018). *Facebook use for profile maintenance and social grooming and young korean women''s appearance comparison with peers and body image concerns*. Social Media+ Society, 4(2), 1-11.
- Kittinger, R., Correia, C. J. ve Irons, J. G. (2012). *Relationship between Facebook use and problematic İnternet use among college students*. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15(6), 324-327.
- Kıratlı, S. (2018). *Narsistik kişilik özellikleri ve mükemmeliyetçiliğin yaşam doyumu ile ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kocakula, Ö. ve Altunoğlu, E. (2017). *Narsistik kişilik özelliklerinin karar süreçlerine etkisi*. İstanbul Journal of Social Sciences, 18, 50-68.
- Koç, H.İ. (2017). *Sosyal medya ve narsisizm kültürü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç Ekinci, C. (2018). *Erişkinlerde narsistik kişilik özelliklerinin mizaç ve karakterboyutları ile bağlanma stilleri açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kohut, H. (1971). *The Analysis of the Self: A Systematic Approach to the Psychoanalytic Treatment of Narcissistic Personality Disorders*. Newyork, International Universities Press.
- Konuk, B. N. (2019). *İstanbul'da sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin pozitif ve negatif duygu durumlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Klein, K.M. (2013). *Why Don't I Look Like Her? The Impact of Social Media on Female Body Image*. CMC Senior Theses. Paper 720.
- Kleinrock, L. (2010). *An early history of the İnternet* [History of Communications]. IEEE Communications Magazine, 48(8), 26-36.



- Kring, Ann M., Johnson, Sheri L. (2015). *Anormal Psikolojisi*. (M. Şahin, Çev.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Lee, B. W. ve Stapinski, L. A. (2012). *Seeking safety on the Internet: Relationship between social anxiety and problematic internet use*. Journal of anxiety disorders, 26(1), 197-205.
- Liu, Y., Li, Y., Hao, X. Ve Zhang, Y. (2019). *Narcissism and learning from entrepreneurial failure*. Journal of Business Venturing, 34(3), 496-512.
- Malkin, C., Barry, C. T., Zeigler-Hill, V., & Donnelly-Boylan, K. (2011). *Narcissism and romantic relationships: The differential impact of narcissistic admiration and rivalry*. Journal of Social and Personal Relationships, 28(5), 748-761. <https://doi.org/10.1177/0265407511405023>.
- Meral, B.S. (2018). *Üniversite öğrencilerinde sosyal görünüş kaygısı ile algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mete, G. (2019). *Batı Marmara bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ile aleksitimi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Miller, J. D., Lynam, D. R., Hyatt, C. S., & Campbell, W. K. (2017). *Controversies in narcissism*. Annual Review of Clinical Psychology, 13, 291-315. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-032816-045244>.
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). *Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model*. Psychological Inquiry, 12(4), 177– 196.
- Nacke, P. (1899). *Die sexuellen perversitäten in der irrenanstalt*. Psychiatrische en Neurologische Bladen, 3, 122-149.
- Oğuz, T. (2016). *Çağdaş narkisisos"lar: Facebook kullanım alışkanlıkları ve narsisizm*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(2), 51- 68.
- Ohmann, K. ve Burgmer, P. (2016). *Nothing compares to me: How narcissism shapes comparative thinking*. Personality and Individual Differences, 98, 162–170.
- Önder, T. (2014). *Kamu ve özel sektör yöneticilerinin yönetsel narsisizm düzeylerinin karşılaştırılması*. (Yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, İstanbul, s. 41.

- Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ., Bayar, B., ve Bayar, K. (2021). *Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması*. Karya Journal of Health Science, 2(2), 33-38.
- Öngün, E. ve Demirağ, A. (2018). *Narsisistik kişilik envanteri açısından özçekim yapma tutumu üzerine bir araştırma*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(2), 71-87.
- Özel, Ç. H. (2014). *Turizmin sosyo-kültürel boyutta ortaya çıkardığı etkilerin incelenmesi: Marmaris örneği*. [An examination of the socio-cultural impacts of tourism: The case of Marmaris]. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (42).
- 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), 107-113.
- Özkalp, E. ve Sungur, Z. (2001), *Kamu ve Özel Sektör Örgütlerinde Risk Kültürü ve Karşılaştırmalı Bir Uygulama*. 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, İstanbul, s. 207-217.
- Özteke Kozan, H. İ. ve Hamarta, E. (2017). *Beliren yetişkinlikte beden imgesi: Bağlanma ve sosyal görünüş kaygısının rolü*. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 7(48), 63-81.
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). *The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy*. Journal of Research in Personality, 36(6), 556–563.
- Peker, C. (2015). *Ergenlerde algılanan ebeveynlik stilleri, narsisizm, psikolojik ve sosyal uyum*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Ana Bilim Dalı.
- Raskin, R. N. ve Hall, C. S. (1979). *A narcissistic personality inventory*. Psychological Reports, 45(2), 590.
- Raskin, R., & Hall, C. S. (1981). *The Narcissistic Personality Inventory: Alternate form reliability and further evidence of construct validity*. Journal of Personality Assessment, 45(2), 159–162.
- Raskin, R. ve Terry, H. (1988). *A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity*. Journal of Personality and Social Psychology, 54(5), 890-902.

- Reed, P., Bircek, N. I., Osborne, L. A., Viganò, C. ve Truzoli, R. (2018). *Visual social media use moderates the relationship between initial problematic Internet use and later narcissism*. The Open Psychology Journal, 11(1), 163-170.
- Ronningstam, E. (2016). *Narcissistic personality disorder: Facing DSM-V*. *Psychiatric Clinics*, 39(3), 471-479. doi: 10.1016/j.psc.2016.04.004
- Rosen, L. D., ve diğ erleri. (2013). *Facebook Creating "Idisorders"? The Link Between Clinical Symptoms of Psychiatric Disorders and Technology Use, Attitudes and Anxiety, Computers in Human Behavior*. 29(3):1243–1254.
- Sadık, R. ve Tezcan-Kardaş, N. (2018). *Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Beğ enilme Arzusunun İncelenmesi*. Spor Eğitim Dergisi, Özel Sayı (1), ss. 39-46.
- Sarıca, F. (2019). *Narsisizm tipleri ve yaşam doyumunu arasındaki ilişkide duygusal zekanın aracı rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Shepherd, R. M. ve Edelman, R. J. (2005). *Reasons for Internet use and social anxiety*. Personality and individual Differences, 39(5), 949-958.
- Şahin, C. ve Kumcağ ız, H. (2017). *Narsisizm ve benlik saygısının sosyal medya bağımlılığ ı üzerindeki yordayıcı rolü*. International Journal of Eurasia Social Sciences, 8(30), 2136-2155
- Şeker, V.T. (2018). *Sosyal medya bağımlılığ ı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki*.Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, T. (2019). *Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyete dönük tutum ve davranışları ile narsisistik kişilik eğ ilimleri arasındaki ilişkinin analizi "Özçekim Örneğ i"*, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 7-28.
- Tatlı, E. (2018). *"Selfie": Masum bir eğ lence mi, narsist kişiliğ in sunumu mu?* Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğ lence ve Ürün Yerleş tirme, 3-4 Mayıs 2018, 261-263.
- Telli, E. ve Ünal, Z. (2016). *Üniversite öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerine göre sosyal görünüş kaygısı: bir alan araştırması*. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15), 134-146.
- Tepret, D. (2018). *Üniversite öğrencilerinde facebook ve instagram kullanımı ile narsisistik yapılanma düzeyleri arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, T.C. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Timuroğlu, K. ve İşcan, Ö.F. (2008). *İşyerinde narsisizm ve iş tatmini ilişkisi*. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22 (2), 240-264.
- Tozoğlu, B. (2017). *Ağrı ilindeki üniversite öğrencilerinin narsist kişilik özelliklerinin spor ve farklı değişkenler açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı.
- Traş, Z., Öztemel, K. ve Baltacı, U.B. (2019). *Role of problematic İnternet use, sense of belonging and social appearance anxiety in facebook use intensity of university students*, International Education Studies,12(8),1-10.
- Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Campbell, W. K., ve Bushman, B. J. (2008). *Further evidence of an increase in narcissism among college students*. *Journal of Personality*, 76(4), 919-928.
- Ünlü, Ş. (2015). *Yetişkin Kadınlarda Şişmanlığın Benlik Saygısı ve Beden Algısı ile İlişkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Kayseri. (Danışman: Prof. Dr. Mualla AYKUT).
- Yabancı, C. (2019). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Narsisizm ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- YILDIRIM, E., & TASTAN, N. (2020). *Üniversite Öğrencilerinde Narsistik Kişilik Eğilimleri ve Sosyal Görünüş Kaygısının Problemlİ İnternet Kullanımı Üzerinde Yordayıcı Rolü*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 79-100.
- Wang, D. (2019). *A study of the relationship between narcissism, extraversion, body esteem, social comparison orientation and selfie-editing behavior on social networking sites*. *Personality and Individual Differences*, 146, 127-129.
- We Are Social, (2019). *Digital 2019, Q4 Global Digital Statshot Report*. <https://wearesocial.com/>Erişim Tarihi: 01.10.2019.
- Weiser, E. B. (2015). *# Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency*. *Personality and Individual Differences*, 86, 477-481.
- White, E. K. (2013). *The role of social physique anxiety and social appearance anxiety in the body checking behaviors of male and female college students*. University of Nevada, Department of Psychology College of Liberal Arts The Graduate College, Las Vegas.

## EKLER

### Ek-1

#### Katılımcı Bilgilendirme Formu

Değerli Katılımcılar,

Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programında yürüteceğim tez çalışmam için araştırma yapmaktayım. Bu araştırma da Sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısı ve Narsisistik kişilik Özelliklerinin İlişkisi incelenecektir. Bu çalışmada size ölçekler ve demografik bilgi formu verilecektir. Demografik bilgi formunda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durumu gibi demografik özelliklerinizi içeren veri toplamaya yönelik kişisel sorular yer almaktadır. Ölçekler ise Narsisistik Kişilik Envanteri, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği uygulanacaktır. Bilgi formunda, ölçeklerde isminiz yazılmayacak, verilen cevaplar gizli kalıp, tamamen gönüllülük esasına dayanacaktır. Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlar bireysel bilgi olarak değil, grup ortalaması halinde bilimsel bir raporda kullanılacaktır. Bu çalışmayla ilgili bir sorunuz, görüşünüz, şikâyetiniz varsa bu durumu çalışmanın araştırmacısı Psk. Seher Kolağasıoğlu'na iletebilirsiniz.

Katılımınız için teşekkür ederim. Psk. Seher Kolağasıoğlu  
YakınDoğu Üniversitesi, Klinik Psikoloji Bölümü/ Lefkoşa  
Mail: seher.klgs6@gmail.com

**Ek-2****Katılımcı Onam Formu**

Değerli Katılımcı;

Bu çalışma, Yakın Doğu Üniversitesi, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi Psk. Seher Kolağasıoğlu tarafından gerçekleştirilen, Doç. Dr. Ece E. Müezzini ve Doç. Dr. Meryem Karaaziz danışmanlığında yürütülen” Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Narsisistik Kişilik Özelliklerinin İlişkisini” araştırmak amacıyla yürütülen bir tez çalışmasıdır.

Bu araştırmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayalıdır, araştırmaya katılabilmeniz için 18 yaş üstü yetişkin birey olmanız gerekmektedir. Aşağıda ki onay kutusunu ‘Evet’ şeklinde işaretlemeniz halinde gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul etmiş sayılırsınız. Bu araştırma kapsamında kimlik bilgileri gibi özel bilgileri içeren bilgiler istenmemektedir. Bu çalışma boyunca elde edilen veriler bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Araştırmadan herhangi bir nedenden dolayı çekilmek isterseniz, araştırma ekibi ile aşağıda yer alan bilgileri kullanarak iletişime geçebilirsiniz. Uygulama 15-20 dk sürmektedir. Çalışmaya katılmayı kabul edip, ölçekte yer alan maddeleri doldurmaya başladıktan sonra herhangi bir nedenle bataryayı tamamlamak istemezseniz, ölçeği yarıda bırakıp süreci sonlandırabilirsiniz. Bu konu ile ilgili herhangi bir endişe ya da sorunuz olursa aşağıdaki iletişim bilgilerinden ulaşabilirsiniz

İlginiz ve katılımınız için şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarız. Araştırma Ekibi:

-Psk. Seher Kolağasıoğlu

e-posta: seher.klgs6@gmail.com İletişim telefon: 0542575383

-Doç. Dr. Ece E. Müezzini: e-posta: ece.muezzin@final.edu.tr

-Doç. Dr. Meryem Karaaziz: e-posta: meryem.karaaziz@neu.edu.tr

Yukarıda yer alan ve araştırmaya başlanmadan önce gönüllülere verilmesi gereken bilgileri içeren metni okudum (ya da sözlü olarak dinledim). Eksik kaldığını düşündüğüm konularda sorularımı araştırmacılara sordum ve doyurucu yanıtlar aldım. Yazılı ve sözlü olarak tarafıma sunulan tüm açıklamaları ayrıntılarıyla anladığım kanısındayım. Çalışmada katılmayı isteyip istemediğim konusunda karar vermem için yeterince zaman tanındı. Bu koşullar altında, araştırma kapsamında elde edilen şahsıma ait bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla sunulmasını ve yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür irademle kabul ettiğimi beyan ederim.” Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.

Evet ( )

Hayır ( )

Tarih: ...../...../....

İmza:

**Ek-3****Sosyo-Demografik Bilgi Formu**

1. Cinsiyetiniz?

E  K  Diğer Yaşınız?

2. Eğitim Durumunuz?

İlkokul  Lise  Lisans  Yüksek Lisans

3. Medeni Durumunuz?

Bekar  Evli

4. Aylık Kazancınız?

Düşük  Orta  Yüksek

5. Instagram, Facebook, Snapchat gibi uygulamaları kullanır mısınız?

Evet  Hayır

6. Sosyal medyada uzun süre vakit geçirir misiniz?

Evet  Hayır  Kararsızım

7. Sosyal medyada sık sık fotoğraf paylaşıyor musunuz ?

Evet  Hayır  Kararsızım

8. Bir günde birden fazla fotoğraf paylaşıyor musunuz?

Evet  Hayır  Kararsızım

9. Sosyal medyada paylaştığınız fotoğrafların nasıl görüldüğüne dikkat eder misiniz?

Evet  Hayır  Kararsızım

10. Kendinizi beğenir misiniz?

Evet  Hayır  Kararsızım



11. İlgi odağı merkezi olmayı sever misiniz

Evet  Hayır  Kararsızım

12. Diğer insanlar tarafından nasıl görüldüğünüzü önemser misiniz?

Evet  Hayır  Kararsızım

13. Sosyal medyada fotoğraf paylaşırken daha güzel görünmek için filtre kullanır mısınız?

Asla  Nadiren  Bazen  sıklıkla  Daima

14. Sosyal medyada beğeni ve yorum almak hoşunuza gider mi?

Asla  Nadiren  Bazen  sıklıkla  Daima

15. Sosyal medyada paylaştığınız fotoğraflara tekrar tekrar bakar mısınız?

Asla  Nadiren  Bazen  sıklıkla  Daima

16. Fotoğraf paylaştığınız zaman fotoğraflarınızın beğenilmemesinden korku duyar mısınız?

Asla  Nadiren  Bazen  sıklıkla  Daima

**Ek-4****Narsisistik Kişilik Envanteri**

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

1	İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
	İyi biri olduğumu biliyorum, çünkü herkes 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.

## Ek-5

**Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği**

Yönerge: "Lütfen aşağıdaki ifadelere ne oranda katıldığınızı verilen ölçeğe göre belirtiniz:

1=Hiç uygun değil,

2=Uygun değil,

3=Biraz uygun,

4=Uygun,

6=Tamamen uygun

Katılıyorum.

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

## Ek-6

**Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği**

Aşağıdaki sorular sosyal medya ile ilgili deneyiminize ilişkindir. Bu ölçek için “sosyal medya” dediğimizde fotoğraf temelli sosyal medya sitelerine ve Facebook, Snapchat, Instagram gibi uygulamalara atıfta bulunuyoruz. Tinder gibi flört web sitelerinden veya uygulamalardan bahsetmiyoruz.

Lütfen her bir ifadeyi okuyun ve bunun sizin için ne sıklıkla olacağına karar verin.

1=Asla,

2=Neredeyse hiçbir zaman,

3 = Nadiren,

4 = Bazen,

5 = Sıklıkla,

6 = Neredeyse her zaman,

7 = Daima

No	Maddeler	Asla	Neredeyse	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman	Daima
1	İnsanlar fotoğrafımı çekerken, fotoğraflar sosyal medyada paylaşırsa nasıl görüneceğimi düşünürüm.							
2	İnsanlar sosyal medyada resimlerimi gördüklerinde vücudumun belirli bölgelerinin nasıl görüneceğini düşünürüm.							
3	Yalnız olduğumda bile, bir sosyal medya resminde vücudumun nasıl görüneceğini hayal ederim.							

## Ek-7: Ölçek İzinleri



**Seher Kolağasıoğlu** 10 May  
Alıcılar: salim.atay ✓



Merhaba,  
Ben Seher Kolağasıoğlu. Yakın Doğu Üniversitesi Klinik psikoloji (tezli) alanında yüksek lisans yapmaktayım. Şu an tez aşamasındayım. "Sosyal medyadaki güzellik algısının Narsistik kişilik özellikleriyle ilişkisinin incelenmesi" konusu üzerine tez yazacağım." Narsistik kişilik envanteri ölçeği" kullanabilmek için sizden izin talep etmekteyim. Geri bildirimleriniz için şimdiden teşekkür eder, iyi günler dilerim.



**Seher Kolağasıoğlu** 10 May  
Merhaba ben Psikolog Seher Kolağasıoğlu  
"Narsizm kişilik envanteri " ölçeği için sizinle



**Salim ATAY** 10 May  
Alıcılar: ben ✓



Seher tabiki bilimsel çalışmada referans göstererek NKEYi kullanabilirsin.

Arkadaşlarım değerlendirme için kitapçılarda adedi kalmayan Çalışan Narsist isimli kitabımı gönderecekler. Eminim tezinde çok faydalı olacaktır.

Başarılar dilerim

iPhone'umdan gönderildi

Seher Kolağasıoğlu <[seher.klgs6@gmail.com](mailto:seher.klgs6@gmail.com)> şunları yazdı (10 May 2022 12:40):



**Seher Kolağasıoğlu** 27 Nis

Alicılar: bulentongoren ▾



Merhaba,  
Ben Seher Kolağasıoğlu. Yakın Doğu Üniversitesi Klinik psikoloji (tezli) alanında yüksek lisans yapmaktayım. Şu an tez aşamasındayım. "Sosyal medyadaki güzellik algısının Narsistik kişilik özellikleriyle ilişkisinin incelenmesi" konusu üzerine tez yazacağım." Görünümle ilişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği " kullanabilmek için sizden izin talep etmekteyim. Geri bildirimleriniz için şimdiden teşekkür eder, iyi günler dilerim.



**Bülent ÖNGÖREN** 28 Nis

Alicılar: ben ▾



kolaylıklar dilerim. kullanabilirsiniz.

Dr. Bülent Öngören  
0252 211 57 53

*Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Seydikemer Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu  
Sosyal Hizmet Bölümü*

**Gönderen:** Seher Kolağasıoğlu

<[seher.klgs6@gmail.com](mailto:seher.klgs6@gmail.com)>

**Gönderildi:** 27 Nisan 2022 Çarşamba 16:21

**Kime:** Bülent ÖNGÖREN

**Konu:**

←    

Re: (Konu yok) Gelen Kutusu 

 **Tayfun Dogan** 1 Haz  
Alicilar: ben 

Merhaba Seher Hanım,  
Ölçeği web sitemden indirerek kullanabilirsiniz.  
İyi çalışmalar dilerim.

31.05.2022, 23:27, "Seher Kolağasıoğlu"  
<[seher.klgs6@gmail.com](mailto:seher.klgs6@gmail.com)>:

Merhaba,  
Ben Seher Kolağasıoğlu. Yakın Doğu Üniversitesi Klinik psikoloji (tezli) alanında yüksek lisans yapmaktayım. Şu an tez aşamasındayım. "Sosyal medyadaki güzellik algısının Narsistik kişilik özellikleriyle ilişkisinin incelenmesi" konusu üzerine tez yazacağım. Sizin yetişkinler için olan " Sosyal Görünüş Kaygı Ölçeği " kullanabilmek için sizden izin talep etmekteyim. Geri bildirimleriniz için şimdiden teşekkür eder, iyi günler dilerim.

Prof. Dr. Tayfun Doğan  
Biruni Üniversitesi  
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık A.B.D

[www.tayfundogan.net](http://www.tayfundogan.net)  
Twitter: @drtayfundogan

 Yanıtla

 Tümünü yanıtla

 Yönlendir

## Ek-8

## İNTİHAL RAPORU

## Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal Görünüş Kaygısının Narsistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin İncelenmesi

### ORIGINALITY REPORT

# 13%

SIMILARITY INDEX

#### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://acikbilim.yok.gov.tr">acikbilim.yok.gov.tr</a> Internet	969 words — 4%
2	<a href="http://docs.neu.edu.tr">docs.neu.edu.tr</a> Internet	770 words — 3%
3	<a href="http://toad.halileksi.net">toad.halileksi.net</a> Internet	245 words — 1%
4	<a href="http://dergipark.org.tr">dergipark.org.tr</a> Internet	213 words — 1%
5	<a href="http://www.utsakcongress.com">www.utsakcongress.com</a> Internet	95 words — < 1%
6	Ekici, Derya. "universite ogrencilerinde Narsistik Kisilik Egilimlerinin oznel Iyi Olus ve Algilanan Anne Baba Tutumlari Acisindan Yordanmasi", Necmettin Erbakan University (Turkey), 2022 ProQuest	70 words — < 1%
7	<a href="http://intermedia.ticaret.edu.tr">intermedia.ticaret.edu.tr</a> Internet	69 words — < 1%
8	<a href="http://utek2019.com">utek2019.com</a> Internet	40 words — < 1%





## BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

10.08.2022

**Ek-9**

**Etik Kurul Onayı**

Sayın Seher Kolağasıoğlu

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2022/1354 proje numaralı ve “**Sosyal Medya Kullanan Yetişkinlerde Görünüm Algısı, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Narsisistik Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi**” başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.

A handwritten signature in cursive script, reading 'Direnç Kanol'.

Doçent Doktor Direnç Kanol

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü

Not: Eğer bir kuruma resmi bir kabul yazısı sunmak istiyorsanız, Yakın Doğu Üniversitesi

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na bu yazı ile başvurup, kurulun başkanının imzasını taşıyan resmi bir yazı temin edebilirsiniz.

**Öz Geçmiş**

Seher Kolağasıoğlu, 5 Mayıs 1997 tarihinde Şanlıurfa'da doğmuştur. İlköğretim ve ortaöğretim eğitimini Viranşehir Cumhuriyet İlk Öğretim Okulunda, lise eğitimini ise Viranşehir Anadolu Lisesi'nde tamamlamıştır. 2020 yılında Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesinde lisans eğitimini tamamladıktan sonra aynı yılın güz döneminde Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans eğitim sürecine başlamıştır. Lisans eğitim döneminde staj programını Viranşehir Devlet Hastanesi'nde, yüksek lisans eğitim döneminde staj programını Adana Ekrem Tok Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesinde tamamlamıştır. Bunlarla birlikte birçok eğitim ve seminerlere katılmış olup özel eğitim kurumlarında da deneyim kazanmıştır.

Seher KOLAĞASIOĞLU