

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



**GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI,  
SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE ÖZ ŞEFKAT ARASINDAKİ  
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hatice Hale ARSLAN**

**Psikoloji Anabilim Dalı**

**Klinik Psikoloji (Tezli) Yüksek Lisans Programı**

**TEMMUZ 2024  
İSTANBUL**

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



**GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI,  
SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE ÖZ ŞEFKAT ARASINDAKİ  
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hatice Hale ARSLAN  
(221287003)  
(0009-0005-9961-6263)**

**Psikoloji Anabilim Dalı**

**Klinik Psikoloji (Tezli) Yüksek Lisans Programı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Fatma Yeşim CAN**

**İstanbul 2024**



**T.C.**  
**İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ**  
**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü**

**Jüri Tez Onay Formu**

30.07.2024

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ**

Bu çalışma 30.07.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji (Tezli Yüksek Lisans) Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**TEZ JÜRİSİ**

**Doç. Dr. Fatma Yeşim CAN**

Danışman

İstanbul Gedik Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Nurgül YAVUZER**

Üye (İmza)

İstanbul Gedik Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Nilgün ONNAR**

Üye (İmza)

İstanbul Arel Üniversitesi

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öz Şefkat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim (29/07/2024).

Hatice Hale ARSLAN

## ÖNSÖZ

Değerli bilgi ve deneyimleri ile çalışmamın her aşamasında bana destek olan danışmanım Doç. Dr. Fatma Yeşim Can'a içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, araştırmam sırasında bana destek olan aileme ve arkadaşlarıma teşekkür ederim. Onların manevi desteği ve teşvikleri, zorlu anlarda bana güç verdi. Son olarak, yüksek lisans eğitimim süresince bana değerli bilgiler kazandıran tüm hocalarıma ve üniversitemin sağladığı olanaklara teşekkür ederim.

Temmuz 2024

Hatice Hale ARSLAN

---

## İÇİNDEKİLER

|                                                                                  | Sayfa No. |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ÖNSÖZ.....                                                                       | iv        |
| İÇİNDEKİLER .....                                                                | v         |
| ÇİZELGE LİSTESİ.....                                                             | viii      |
| ÖZET.....                                                                        | ix        |
| ABSTRACT .....                                                                   | x         |
| <b>1. GİRİŞ .....</b>                                                            | <b>1</b>  |
| 1.1 Araştırmanın Amacı.....                                                      | 2         |
| 1.2 Araştırmanın Hipotezleri .....                                               | 2         |
| 1.2.1 Araştırma alt soruları .....                                               | 3         |
| 1.3 Araştırmanın Önemi .....                                                     | 3         |
| 1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları .....                                            | 4         |
| 1.5 Araştırmanın Sayıltıları .....                                               | 4         |
| <b>2. KURAMSAL ÇERÇEVE .....</b>                                                 | <b>5</b>  |
| 2.1 Sosyal Görünüş Kaygısı .....                                                 | 5         |
| 2.1.1 Kaygı .....                                                                | 5         |
| 2.1.2 Sosyal kaygı.....                                                          | 5         |
| 2.1.3 Sosyal görünüş kaygısı .....                                               | 6         |
| 2.1.4 Beden algısı.....                                                          | 6         |
| 2.1.5 Sosyal karşılaştırma teorisi .....                                         | 7         |
| 2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı .....                                               | 7         |
| 2.2.1 Sosyal medya kavramı .....                                                 | 7         |
| 2.2.2 Sosyal medya bağımlılığı.....                                              | 8         |
| 2.2.3 Sosyal medya bağımlılığının etkileri .....                                 | 8         |
| 2.2.4 Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki ..... | 9         |
| 2.3 Öz Şefkat .....                                                              | 10        |
| 2.3.1 Öz şefkat kavramı .....                                                    | 10        |
| 2.3.2 Öz şefkat'in bileşenleri .....                                             | 10        |
| <b>3. YÖNTEM.....</b>                                                            | <b>12</b> |

|                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Örneklem .....                                                                                           | 12        |
| 3.2 Veri Toplama Araçları .....                                                                              | 12        |
| 3.2.1 Demografik ilgi formu .....                                                                            | 12        |
| 3.2.2 Sosyal görünüş kaygısı ölçeği .....                                                                    | 12        |
| 3.2.3 Sosyal medya bağımlılığı ölçeği - yetişkin formu .....                                                 | 13        |
| 3.2.4 Öz duyarlılık ölçeği .....                                                                             | 13        |
| 3.3 Veri Toplama İşlemi .....                                                                                | 14        |
| 3.4 Verilerin Analizi .....                                                                                  | 14        |
| <b>4. BULGULAR .....</b>                                                                                     | <b>16</b> |
| 4.1 Betimsel Analiz Bulguları .....                                                                          | 16        |
| 4.2 İstatistiksel Analizler .....                                                                            | 17        |
| 4.2.1 Ölçeklerin normallik ve güvenilirlik değerleri .....                                                   | 17        |
| 4.2.2 Katılımcıların cinsiyetlerine göre değişkenler arasındaki ortalama fark ...                            | 19        |
| 4.2.3 Katılımcıların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark .....              | 20        |
| 4.2.4 Katılımcıların medeni durumlarına bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark .....              | 22        |
| 4.2.5 Katılımcıların sosyal medya kullanım süresine bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark .....  | 24        |
| 4.3 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi .....                                            | 26        |
| 4.3.1 Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki .....                            | 27        |
| 4.3.2 Sosyal medya bağımlılığı ile öz-şefkat arasındaki ilişki .....                                         | 27        |
| 4.3.3 Sanal tolerans ve sanal iletişimin sosyal görünüş kaygısı ile ilişkisi .....                           | 28        |
| 4.3.4 Sanal tolerans ve sanal iletişimin öz şefkati ile arasındaki ilişki .....                              | 28        |
| 4.3.5 Öz şefkat ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki .....                                           | 29        |
| 4.3.6 Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide öz şefkatin rolü .....         | 30        |
| 4.3.7 Sanal tolerans ve sanal iletişim ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide öz şefkatin rolü ..... | 31        |
| <b>5. TARTIŞMA .....</b>                                                                                     | <b>33</b> |
| 5.1 Sosyal Görünüş Kaygısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi .....          | 33        |
| 5.2 Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öz Şefkat İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi                               | 34        |

|                                                                                                                                          |                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 5.3 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Öz Şefkat İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi .....                                                   | 35                                      |
| 5.4 Sosyal Görünüş Kaygısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Öz Şefkat ile Demografik Bilgilerin İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi ..... | 35                                      |
| 5.5 Cinsiyet Değişkenine Göre Öz Şefkat'teki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                                            | 37                                      |
| 5.6 Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Öz Şefkat'teki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                                       | 38                                      |
| 5.7 Medeni Durum Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığındaki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                         | 39                                      |
| 5.8 Medeni Durum Değişkenine Göre Öz Şefkateki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                                          | 39                                      |
| 5.9 Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Sosyal Medya Bağımlılığındaki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                  | 40                                      |
| 5.10 Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre İzolasyondaki Farklılaşmaya Dair Yorumlar.....                                                 | 41                                      |
| <b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>                                                                                                        | <b>42</b>                               |
| 6.1 Sonuç .....                                                                                                                          | 42                                      |
| 6.2 Öneriler.....                                                                                                                        | 42                                      |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>                                                                                                                   | <b>44</b>                               |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                                                        | <b>48</b>                               |
| EK-A: Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu .....                                                                                          | 48                                      |
| EK-B: Sosyodemografik Bilgi Formu .....                                                                                                  | 49                                      |
| EK-C: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği .....                                                                                                | 50                                      |
| EK-D: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu .....                                                                              | 51                                      |
| EK-E: Öz-Duyarlık (Öz-Şefkat) Ölçeği .....                                                                                               | 53                                      |
| EK-F: Etik Onay Formu .....                                                                                                              | <b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>                                                                                                                     | <b>55</b>                               |

## ÇİZELGE LİSTESİ

|                                                                                                                                          | Sayfa No. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Çizelge 4.1: Çalışma Grubunun Kişisel Bilgi Değişkenlerinin Dağılımları .....                                                            | 16        |
| Çizelge 4.2: Ölçme Araçlarının Skor Ortalamaları, Normallik ve Güvenilirlik<br>İncelemeleri .....                                        | 17        |
| Çizelge 4.3: Cinsiyet Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları<br>.....                                              | 19        |
| Çizelge 4.4: Eğitim Düzeyi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama<br>Farklılıkları .....                                         | 20        |
| Çizelge 4.5: Medeni Durum Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama<br>Farklılıkları .....                                          | 22        |
| Çizelge 4.6: Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları<br>Ortalama Farklılıkları .....                          | 24        |
| Çizelge 4.7: Yaş ve Araştırma Ölçme Araçları Korelasyon Analizi Bulguları.....                                                           | 26        |
| Çizelge 4.8: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısını Arasındaki<br>İlişkinin İncelenmesi .....                             | 27        |
| Çizelge 4. 9: Sosyal Medya Bağımlılığı İle Öz Duyarlılık Arasındaki İlişkinin<br>İncelenmesi .....                                       | 27        |
| Çizelge 4.10: Sanal Tolerans ve Sanal İletişimin ve Sosyal Görünüş Kaygısı<br>Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....                      | 28        |
| Çizelge 4.11: Sanal Tolerans ve Sanal İletişimin Öz Duyarlılık ile İlişkinin<br>İncelenmesi .....                                        | 28        |
| Çizelge 4.12: Öz Şefkat ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi<br>.....                                             | 29        |
| Çizelge 4.13: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki<br>İlişkide Öz Şefkatin Moderatör Rolünün İncelenmesi ..... | 30        |
| Çizelge 4.14: Sanal Tolerans ve Sanal İletişim ile Sosyal Görünüş Kaygısı arasındaki<br>ilişkide Öz Şefkatin Moderatör Rolü .....        | 31        |

# GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI, SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE ÖZ ŞEFKAT ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

## ÖZET

Bu araştırmada, 18-34 yaşlarındaki genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat arasındaki ilişkilerin incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırmaya 170 kadın ve 83 erkek olmak üzere toplamda 253 kişi dahil olmuştur. Veri toplama aracı olarak Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Öz Duyarlık Ölçeği kullanılmıştır. Veri analiz kısmında bağımsız t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), korelasyon ve çoklu regresyon analizi gibi istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Araştırmada sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat düzeyleri ile cinsiyet, eğitim seviyesi, medeni durum ve günlük sosyal medya platformlarında geçirilen süre arasında anlamlı bir farklılık yaratmadığı bulunmuştur. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısını pozitif yönde, öz şefkati ise negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, öz şefkatin sosyal görünüş kaygısını negatif yönde yordadığı, ancak öz şefkatin bu iki ilişki arasında moderatör bir değişken olmadığı saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı, öz şefkat, psikolojik iyi oluş*

# INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION, SOCIAL APPEARANCE ANXIETY AND SELF-COMPASSION IN YOUNG ADULTS

## ABSTRACT

This study aims to investigate the connections between social media addiction, social appearance anxiety and self-compassion in young adults aged 18-34. The research included 253 participants, with 170 women and 83 men. Data were collected using the Demographic Information Form, the Social Media Addiction Scale-Adult Form, the Social Appearance Anxiety Scale, and the Self-Compassion Scale. Independent t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), correlation and multiple regression analysis were applied to analyze the data. In the study, it was found that social media addiction, social appearance anxiety and self-compassion levels did not show significant differences based on gender, educational level, marital status and time spent on social media. Additionally, it was established that social media addiction predicts social appearance anxiety positively and self-compassion negatively. In addition, it was found that self-compassion negatively predicted social appearance anxiety, but self-compassion was not a moderator variable between these two relationships.

**Keywords:** *social media addiction, social appearance anxiety, self-compassion, psychological well-being*

## 1. GİRİŞ

İnsan sosyal bir varlıktır ve içinde bulunduğu her ortamda çevresinden etkilenmekte ve çevresini etkilemektedir. Kişinin insanlar üzerinde bıraktığı izlenim kişi için önem arz etmektedir (Doğan, 2010). Bu izlenimin büyük bir kısmı dış görünüş ile ilgilidir. İnsanlar evlerinde bakımsız olsalar bile dışarı çıkarken ya da fotoğraf çekilirken kendilerine çeki düzen verirler (Fidan, 2021). Bu durum; diğerlerinin kendi dış görünüşleri hakkındaki düşüncelerine verilen önemin ne denli yüksek olduğunun bir göstergesidir. Bir çeşit sosyal kaygı olan sosyal görünüş kaygısı; insanların kendi bedenleri ve dış görünüşleri ile ilgili olumsuz algıya sahip olmaları ve diğer insanların kendi görünüşleri ile ilgili düşünceleri hakkında kaygı duyma durumudur (Doğan, 2010). Sosyal medya, reklamlar ve popüler kültür gibi etkenlerin tesiriyle bu kaygı gün geçtikçe yükselmektedir. İnsanlar, medyada sunulan mükemmel görüntülerin ve içeriklerin farkına vardıklarında kendilerini bu idealize edilmiş standartlara uygun olmadığını düşünebilir. Bu durum, kişilerin kendilerine olan güvenini ve kendilerine olan değerini azaltabilir ve hatta sosyal görünüş kaygısına yol açabilir (Güvenen, 2017).

Literatürde birçok farklı konu ile ilişkisinin incelendiği sosyal görünüş kaygısı ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalar genel olarak ergenlere odaklanmıştır. İlişkisi incelenen değişkenlerden biri de sosyal medya bağımlılığıdır. Sosyal medya, bireylerin kendilerini görsel yolla ifade etmelerine olanak tanır ve bu da sosyal görünüş kaygısını artırabilir (Aktan, 2018). Bu kaygı, bireyin sosyal medya profilinden fotoğraflarına ve paylaşımlarına kadar olan sosyal imajıyla ilgili konulara yoğunlaşmasına yol açabilir. İnsanlar, sosyal medya platformları vasıtasıyla en iyi ve problemlerinden uzak oldukları hallerini başkalarının beğenisine sunma eğilimindedirler. Bu platformlarda beğenilme ve çekici bulunma arzusu bireyin bu yönde kendisi ile uğraşmasına sebep olmaktadır. (Yorulmaz ve Kurutçu, 2019). Sosyal medyada sunulan ideal görünüm standartları yüzünden bu kalıplara uymakta güçlük çekebilecek insanlar diğerleri üzerinde olumlu bir izlenim bırakamayacaklarından dolayı endişeye kapılabilmektedirler. Bu nedenle, aşırı sosyal

medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı üzerinde etkisi olabileceği düşünülmektedir.

Zivnuska, Carlson, Carlson, Harris ve Harris (2019)'e göre sosyal medyanın bağımlılığı, bireylerin aşırı ve kontrolsüz bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanmalarının sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Bu bağımlılık, bireyin günlük yaşantısını olumsuz etkileyebilir ve çeşitli sorunlara sebep olabilir. Beard'e (2005) göre, sosyal medya bağımlılığı belirtileri arasında sıklıkla gelen etkileşimleri takip etme isteği, sosyal medyada fazla vakit geçirme nedeniyle diğer sorumlulukların ihmal edilmesi ve sosyal medya kullanımını azaltma girişimlerinin başarısız olması yer almaktadır.

Öz şefkat ise; kişinin kendini kabul etmesi, kendine değer vermesi ve kendine iyi davranması gibi faktörleri içerir (Karamış, 2021). Gerçekleştirilen tarama sonucunda öz şefkatin bireyin olaylarla başa çıkma durumunu etkilediği bulunmuştur. Kendine şefkatli davranma, bireyin kendisinin yaşadığı olumsuz deneyimleri ve sahip olduğu acıları kabul etmesi ve bu durumun sadece kendi başına gelmediğinin bilincinde olmasıdır. Neff'e (2003a) göre, öz şefkat düzeyleri fazla olan bireylerin kaygı düzeyleri düşüktür ve psikolojik sağlamlıkları vardır. Bu açıdan bakıldığında; sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğu kişilerde, öz şefkat seviyesinin düşük olduğu düşünülmektedir.

### **1.1 Araştırmanın Amacı**

Bu tez çalışmasında, sosyal görünüş kaygısı, sosyal medya bağımlılığı ve öz şefkat arasındaki ilişkiyi anlamak, bu faktörlerin birbirleri üzerindeki etkilerini incelemek ve bu alandaki bilgi boşluklarını doldurarak bireylerin psikolojik sağlığına katkıda bulunmak hedeflenmiştir. Bunun için her bir ikili değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Aynı zamanda, öz şefkat düzeyinin sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkideki düzenleyici rolü ele alınmıştır.

### **1.2 Araştırmanın Hipotezleri**

**H1:** Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasında bir ilişki vardır.

**H2:** Sosyal medya bağımlılığı ile öz-şefkat arasında bir ilişki vardır.

**H3:** Öz-şefkat ile sosyal görünüş kaygısı arasında bir ilişki vardır.

**H4:** Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide öz şefkatin moderatör rolü vardır.

### **1.2.1 Araştırma alt soruları**

1. Sosyal medyada geçirilen zaman ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki etkileşim nasıldır?
2. Sosyal medyada günlük geçirilen süre ile öz şefkat arasındaki ilişki nasıldır?
3. Sosyal medya bağımlılığı cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve medeni durum gibi sosyodemografik etkenlere göre değişkenlik gösterir mi?
4. Sosyal görünüş kaygısı cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve medeni durum gibi sosyodemografik etkenlere göre değişkenlik gösterir mi?
5. Öz şefkat cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve medeni durum gibi sosyodemografik etkenlere göre değişkenlik gösterir mi?

### **1.3 Araştırmanın Önemi**

Bu araştırma, literatür için son derece değerli bir katkı sağlayacaktır. Sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı, insanların kendilerini görsel olarak ifade etmelerini kolaylaştırırken, aynı zamanda sosyal görünüş kaygısını artırabilir. Sosyal görünüş kaygısı, bireylerin beden imgesi ve özsaygıları ile ilişkilidir ve psikolojik sağlık üzerinde önemli bir etkisi vardır. Sosyal medya bağımlılığı, dijital çağın psikolojik sağlık sorunlarından biri olarak kabul edilir ve bu bağlamda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Öz şefkat ise bu bağlamda önemli bir moderatör değişken olarak ortaya çıkabilir. Bireylerin kendilerine olan pozitif tutumları sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki etkileşimi yönlendirebilir.

Son dönemlerde toplumda giderek daha çok öneme sahip olan konulardan biri, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığı gibi meselelerdir. Yapılan araştırma, bu önemli konuları ele alarak, bireylerin psikolojik ve sosyal refahını anlamaya ve geliştirmeye katkı sağlamaktadır. Araştırmanın sonuçları, ilgili literatüre destek olup gelecekte yapılacak araştırmalar için öncü niteliktedir. Aynı zamanda araştırma, sosyal medya kullanımının ve sosyal görünüş kaygısının etkileri

konusunda toplumsal farkındalığı artırabilir. Araştırma sonuçları, insanların kendi kendilerine şefkat gösterme düzeylerini yükseltmeleri ve sosyal medya kullanımını daha bilinçli bir şekilde kontrol etmelerine katkıda bulunabilir. Ayrıca bireylerin psikolojik ve duygusal refah düzeyini yükseltebilir.

#### **1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları**

- Araştırmanın yapıldığı örneklem, araştırmacının ulaşabildiği çevre ile sınırlıdır. Bu durum, elde edilen sonuçların genelleştirilmesini kısıtlayabilir.
- Araştırmada kullanılan ölçekler ve anketler, katılımcıların kendi algılarına ve duygularına dayalı yanıtlar vermesini gerektirebilir. Sosyal istenirlik yanlılığı gibi faktörler, katılımcıların yanıtlarını etkileyebilir
- Araştırmaya eşit sayıda kadın ve erkek katılımcı katılmamıştır.
- Çalışmada, kontrol edilemeyen ve ölçülmeyen dış değişkenler mevcuttur.
- Teknik aksaklıklar, online anket ve ölçek kullanılan bir araştırmada katılımcıların yanıtlarını etkileyebilir.

Araştırmanın sonuçlarının yorumlanması ve genelleştirilmesi konusunda dikkatli olmak için bu sınırlılıklara riayet etmek önemlidir. Bu sınırlılıkların dikkate alınması, gelecekteki çalışmalarda araştırmanın gücünü ve kapsamını artırmak için önemlidir.

#### **1.5 Araştırmanın Sayıtları**

- Araştırmanın örnekleminin evreni temsil ettiği kabul edilmiştir.
- Araştırmaya dahil edilen “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği”, “Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Form Ölçeği”, “Öz Duyarlık Ölçeği” güvenilir ve geçerli ölçeklerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcılar ölçek maddelerini cevaplarken kendilerine göre doğru yanıtlar verdiği varsayılmaktadır.
- Araştırmada kullanılan ölçekler araştırmada ölçülmesi hedeflenen konuyu ölçme özelliğine sahip olduğu kabul edilmiştir.

## **2. KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1 Sosyal Görünüş Kaygısı**

#### **2.1.1 Kaygı**

Kaygı kavramı, psikolojide önemli bir yer tutar ve genellikle geleceğe dair belirsizlikler karşısında hissedilen duygusal tepki şeklinde açıklanır (Budak, 2005). Korku ve kaygı kavramları birbirinden farklıdır. Eğer kişi karşılaştığı herhangi bir durumu ya da olayı tehlikeli bir şey olarak algılayarsa, bu onda korku yaratabilir. Ancak aynı duruma gerçeklikten farklı ve aşırı anlamların yüklenmesi, kaygı duygusunu tetikleyebilir (Manav, 2011). Kaygının belirli bir dozu gündelik hayat ve başarı için faydalı olurken kaygının fazlası kişiye zarar verebilir ve bu da patolojik kaygı olarak adlandırılmaktadır (Steimer, 2022).

Steimer'in (2022) belirttiğine göre, patolojik kaygı doğuştan gelmiş olabileceği gibi gelişim sürecinde deneyimler yoluyla da öğrenilebilir. Kaygının fiziksel belirtileri genellikle vücudun savaş ya da kaç tepkisi ile ilişkilidir (Korte, 2001). Bu tepkiler arasında kalp atışındaki artış, terleme, titreme, kas gerginliği, nefes darlığı, mide ağrısı, baş ağrısı ve göz kararması gibi belirtiler bulunabilir. Buna karşılık, kaygının evrimsel bir perspektifle incelendiği fark edilir. Bu noktada, kaygı aynı zamanda bireyin kendini tehlikeli durumlardan korumak için uyum sağlayıcı bir tepki olarak da değerlendirilebilir (Bateson, Brilot ve Nettle, 2011). Doğal olarak ortaya çıkan bir seviyede endişe duymak, evrimsel açıdan insanların hayatta kalması için avantajken gerçek tehdite oranla aşırı dozda kaygı duymak kişiye zarar verir. Tüm bu yaklaşımlar, kaygının karmaşık ve çok boyutlu bir olgu olduğunu vurgular ve psikolojide geniş bir alana yayılan araştırmaların konusudur.

#### **2.1.2 Sosyal kaygı**

Sosyal fobi olarak da adlandırılan bu kaygı türü, bireyin potansiyel olumsuz değerlendirmelerden dolayı duyduğu endişe ve stres hislerini ifade eden bir durumdur (Dilbaz, 1997). Sosyal kaygı, bireyin toplum içinde konuşma, fikir belirtme, yemek siparişinde bulunma gibi sosyal etkileşim gerektiren durum ve ortamlardan kaçınma

davranışı ile kendini gösterir. Erkan'ın (2002) belirttiği gibi, kişi bu tür yerlerde kendisini sürekli izlendiğini ve eleştirinin hedefi haline geldiğini hissedebilir. Birey, başkalarının gözünde olumsuz olarak değerlendirileceğinden korkar ve bu durumdan kaçınma eğilimi gösterebilir. Sosyal kaygı, sosyal fobi gibi klinik durumların da temelini oluşturur ve bireyin yaşam kalitesini önemli ölçüde etkileyebilir (Çankaya, 2007). Sosyal kaygının fizyolojik belirtileri arasında, kalp çarpıntısı, terleme, titreme, yüz kızarması ve konuşma güçlüğü gibi işaretler görülebilir.

### **2.1.3 Sosyal görünüş kaygısı**

Kişilerin diğer insanlar nezdinde nasıl bir izlenim bıraktıkları konusunda yoğun kaygı ve stres yaşamalarına sebep olur. Bu kaygı, genellikle dış görünüş, fiziksel çekicilik, vücut imajı ve benzeri konularla ilişkilidir (White, 2008). Bu kaygıya sahip bireyler, kendilerini başkalarıyla karşılaştırarak veya toplumun belirlediği güzellik standartlarına uymak için yoğun bir çaba sarf edebilirler. Sosyal görünüş kaygısı çeşitli belirtilerle kendini ortaya koyabilir. Bunlar arasında sürekli olarak dış görünüşle ilgili olumsuz değerlendirilmekten endişe duymak, sürekli olarak başkalarının onayına ihtiyaç duymak, dış görünüşle ilgili mükemmeliyetçi bir tutum sergilemek, diğer insanlarla iletişimde zorluk çekmek ve sosyal etkinliklerden kaçınmak yer alabilir (Levinson, 2012). Sosyal görünüş kaygısı, günümüz toplumunda yaygın bir sorun olarak kabul edilmektedir. Medyanın ve sosyal medyanın etkisiyle, bireylerin dış görünüşleriyle ilgili daha fazla endişe duyması ve mükemmeliyetçi standartları benimsemesi yaygınlaşmaktadır.

### **2.1.4 Beden algısı**

Beden algısı kavramı, bireylerin kendi bedenleri hakkındaki deneyimlerini, düşüncelerini, duygularını ve algılarını ifade eder (Cash, 1997). Bu algılar, kişinin fiziksel görünümünü bedeniyle ilişki kurma biçimini ve bedenle ilgili duygusal deneyimlerini kapsar. Toplumun güzellik standartlarına uygun olmayan beden tipine sahip olan bireyler, beden algılarıyla ilgili olumsuz duygular geliştirebilirler (Pala, 2023). Sosyal görünüş kaygısından farklı olarak, beden algısı genellikle bireyin kendi bedenine yönelik algıları ve duygularıyla ilgilidir. Sosyal görünüş kaygısı ise bireyin sosyal ortamlarda diğer insanlar tarafından nasıl değerlendirileceği veya kabul edileceği hakkındaki endişeleri ve korkuları ifade eder (Pekdağ ve Coşkun, 2010). Beden algısı, bireyin kendi bedenine yönelik deneyimleriyle ilgili olduğu için daha

içsel bir olgudur. Ancak, araştırma sonuçları sosyal görünüş kaygısının, beden algısına ilişkin negatif tutumların daha yoğun olduğu bireylerde daha sık gözlemlendiğini göstermektedir (Abak, 2019).

### **2.1.5 Sosyal karşılaştırma teorisi**

Festinger tarafından 1954'te ortaya çıkmış, insanların kendilerini başkalarıyla karşılaştırdıkları ve bu karşılaştırmaların sosyal davranışları, tutumları ve kendilik algılarını nasıl etkilediği üzerine odaklanan bir psikolojik teoridir (Büyükmumcu, Ceyhan, 2018). Bu teoriye göre, insanlar, sosyal dünyalarını anlamak ve değerlendirmek için genellikle başka insanlarla kendilerini karşılaştırma eğilimindedirler. Bireyler kendilerine benzer kişilerle kendilerini kıyasladıkları gibi çok daha farklı özelliklere sahip kişilerle de kendilerini kıyasalayabilmektedir (Wills, 1981). Sosyal Karşılaştırma Teorisi, genellikle sosyal psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarında incelenir ve Alfred Adler'in "Aşağılık Kompleksi" kavramına dayanmaktadır. Teori, insanların sosyal çevrelerindeki diğer kişilerle kendilerini karşılaştırdıklarını ve bu karşılaştırmaların kendi kendine değerlendirmelerini etkilediğini savunur. Bu karşılaştırmaların sonucunda, hem olumlu hem de olumsuz etkiler ortaya çıkabilir; insanlar diğerleriyle benzerliklerini veya farklılıklarını fark edebilir ve bu durum da kişilik algılarına ve davranışlarına etki edebilir.

## **2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı**

### **2.2.1 Sosyal medya kavramı**

Sosyal medya günümüzde dijital iletişimin önemli bir parçasıdır. Bu platformlar, internetin evrimiyle birlikte doğan, kişilerin online olarak bağlantı kurmalarını, bilgi paylaşımlarını ve etkileşimde bulunmalarını mümkün kılan araçlardır. Geleneksel medyadan farklı şekilde, sosyal medya platformları kullanıcılara aktif bir katılımcı olma imkanı sunar. Böylece kullanıcılar arkadaşlarıyla iletişim kurabilir, yeni hobiler edinebilir ve hatta romantik partnerler bulabilirler (O'day, Heimberg, 2021).

Sosyal medya, insanlara web tabanlı platformları kullanarak içerik oluşturma, kendi düşüncelerini ifade etme, deneyimleri paylaşma, ilgi alanlarını sergileme ve yaratıcılıklarını gösterme imkanı sunar. Bu platformlar, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn gibi çeşitli uygulamaları içerir. Verduyun, Ybarra,

Resibois, Jonides ve Kross (2017) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, sosyal medya, küresel bağlantıyı artırarak iletişimi kolaylaştırır ve bilgi akışını hızlandırır. Aynı zamanda, şirketler ve markalar, sosyal medyayı ürünlerini tanıtmak, hedef kitlelerine ulaşmak ve müşterilerle etkileşimde bulunmak için de kullanır (Raudeliūnienė, Davidavičienė, Tvaronavičienė, Jonuška 2018).

Sosyal medya, kullanıcılar arasındaki etkileşimi artırma amacı güderken, aynı zamanda insanların psikolojilerini ve duygusal durumlarını da etkileyebilir. Sosyal medyanın; bilgi ve fikir alışverişi, topluluk oluşturma ve sosyal destek gibi pozitif etkileri olduğu gibi; zaman kaybı, sosyal karşılaştırma ve zihinsel sağlık sorunları gibi negatif etkileri de bulunabilir (O'day, Heimberg, 2021). Ayrıca, sosyal medya kullanımının toplumsal ve politik etkileri de göz ardı edilmemelidir, günümüzde sosyal medya platformları, kamuoyu oluşturma ve toplumsal değişimi etkileme potansiyeline sahiptir.

### **2.2.2 Sosyal medya bağımlılığı**

Zivnуска, Carlson, Carlson, Harris ve Harris'in (2019) tanımına göre, bu bağımlılık bireylerin aşırı ve kontrolsüz bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanmasıyla ortaya çıkar. Bu bağımlılık, genellikle sürekli olarak sosyal medyada vakit geçirme, sosyal medya platformlarına sürekli erişmek isteme ve bu platformlarda zaman harcamaya olan eğilim şeklinde kendini gösterir. Bağımlılık, literatürde fiziksel ve psikolojik olarak iki kategoriye ayrılmakta olup Altın ve Kıvrak'a (2018) göre bu bağımlılık her iki türünü de içeren bir şekilde sınıflandırılmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığının birçok farklı nedeni olabilir. Bunlar arasında bireylerin sosyal medya platformları üzerinden sosyal kabul arayışı, bilgi ve içerik tüketme isteği, endişe ve stresle baş etme yolları arama gibi faktörler yer alabilir. Ayrıca, sosyal medya platformlarının tasarımı da bağımlılığı tetikleyebilir; bildirimler, beğeniler ve paylaşımlar gibi öğeler, bireyleri sürekli olarak platformlara bağlı tutarak bağımlılığı artırabilir.

### **2.2.3 Sosyal medya bağımlılığının etkileri**

Sosyal medyanın popülerleşmesiyle birlikte, insanların sosyal medya bağımlılığının etkileri üzerine yapılan araştırmalar artmaktadır ve bu konu daha iyi

anlaşılmaya başlamıştır. Bu bağımlılığın, bireylerin fiziksel, psikolojik ve sosyal sağlığı üzerinde çeşitli olumsuz etkileri vardır (Beard, 2005). Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde etkileri arasında; depresyon, anksiyete, düşük özgüven, öfke hissi, yalnızlık duygusu, dikkat eksikliği ve saldırganlık eğilimi, cinsel istekte azalma gibi durumlar yer alabilir (Altın, Kıvrak, 2018 & Young, 2004). Sürekli olarak sosyal medya platformlarında vakit geçirmek, bireylerin gerçek hayattan kopmalarına ve sanal dünyanın etkisi altında kalmasına neden olabilir. Aşırı sosyal medya kullanımı, yüz yüze iletişimi azaltabilir ve bireylerin sosyal becerilerini zayıflatabilir böylece, sosyal medya platformlarında yaşanan sanal ilişkiler, gerçek hayattaki ilişkilerin yerini alabilir ve yüzeysel bir iletişim biçimine sebep olabilir (Beard, 2005).

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin fiziksel sağlığı üzerinde de olumsuz etkilere sahip olabilir. Sürekli olarak ekran karşısında vakit geçirmek, göz yorgunluğuna, görme problemlerine, boyun ve sırt ağrılarına, uyku bozukluklarına neden olabilir (Altın, Kıvrak, 2018). Bunun yanı sıra, sürekli olarak sosyal medya platformlarında zaman harcamak, insanların kendilerini geliştirmeye ayırabilecekleri vakti kısıtabilir. Bu durum, yeni hobiler edinme, kitap okuma, kişisel hedeflere odaklanma gibi aktivitelerin önemini azaltabilir ve bireylerin kendilerini geliştirmelerini engelleyebilir (O'day, Heimberg, 2021).

#### **2.2.4 Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki**

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde bu iki değişken arasında sıkı ve önemli bir etkileşim olduğu gözlemlenmektedir. Eser'e (2023) göre, sosyal medyada kullanıcılar genellikle mükemmel ve idealize edilmiş yaşamların fotoğraflarını ve hikayelerini paylaşırlar. Bu durum, bazı kişilerde kendi yaşamlarının yetersiz veya eksik olduğunu düşünmelerine neden olabilir. Aynı zamanda sosyal medya kişinin onlinedaki görünümünü değiştirmek için olanak sunar. Kişi kendi ismini değiştirip sahte bir hesap açabilir, uygulamanın sunduğu imkanlar dahilinde fotoğraflarına filtreler ekleyip görünümünü değiştirebilir ya da kendisine ait olmayan bir fotoğraf kullanabilir (O'day, Heimberg, 2021). Sosyal medyadaki sürekli karşılaştırma ve kendini başkalarıyla kıyaslama eğilimi, sosyal görünüş kaygısını artırabilir ve birey başkalarının kendi görünüşü hakkında değerlendirme yapmasından duyduğu kaygı dolayısıyla kendi görünüşünü gizleyebilir. Kullanıcılar, sürekli olarak mükemmel görünen insanları görmekle

kalmaz, aynı zamanda kendi paylaşımlarının da benzer şekilde mükemmel olması gerektiği baskısı altında hissedebilirler. Bu durum, kendilerini sürekli olarak başkalarıyla kıyaslamaya ve olumsuz duygulara kapılmaya yol açabilir.

## **2.3 Öz Şefkat**

### **2.3.1 Öz şefkat kavramı**

İngilizcesi Self Compassion olan ve Türkçe'ye Öz Şefkat ya da Öz Duyarlık olarak çevrilen kavram modern psikolojinin önemli kavramlarından biridir ve psikolojik iyilik hali ve ruh sağlığı açısından büyük bir öneme sahiptir. Öz şefkat, bireyin kendine yönelik kabul, anlayış ve sevgi gösterme kapasitesini ifade eder ve kişinin kendi kendine acımasını, kendini suçlamayı veya eleştirmeyi azaltarak daha sağlıklı bir yaşam tarzı oluşturmaya yardımcı olur (Neff, 2023).

Öz şefkat kavramı, Kristin Neff tarafından (2003a) tanıtılmış ve sonrasında birçok araştırmacı ve klinik uygulayıcı tarafından incelenmiştir. Bireyler olumsuz bir durum yaşadıklarında ve zorluklarla karşılaştıklarında kendilerine karşı oldukça acımasız davranma eğilimindedirler. Öz şefkat ise bu tarz durumlarda kişinin başkasına gösterebildiği anlayışı kendsine de gösterebilmesidir. Öz şefkatin psikolojik sağlık üzerindeki etkilerini inceleyen birçok çalışma yapılmıştır. Araştırmalar, öz şefkatin depresyon, anksiyete ve stres düzeylerini azalttığını ve psikolojik iyi oluşu artırdığını göstermektedir (Terry, Leary (2011)

### **2.3.2 Öz şefkat'in bileşenleri**

Öz şefkat, kişinin kendine karşı nazik ve anlayışlı olma becerisi olarak tanımlanabilir. Kristin Neff (2003a), bu kavramın öncülerinden biri olup, öz şefkatin üç ana bileşeni olduğunu öne sürmüştür: Öz sevecenlik(self-kindness), ortak paydaşım(common humanity), ve bilinçli farkındalık(mindfulness).

Öz Sevecenlik bileşeni; kişinin kendine karşı nazik, destekleyici ve anlayışlı olma yeteneğidir (Terry ve Leary 2011). Bu bileşen, bireyin zor zamanlarda kendini sevgiyle kucaklamasını ve eleştirmek yerine kabullenmesini ifade eder. Bireyin kendi hatalarını ve eksikliklerini kabullenmesi ve kendisine acımasız eleştirilerde bulunmaktan kaçınması, öz şefkatin bu tarafının bir sonucudur. Neff'e (2003a) göre,

öz sevecenlik kişinin kendi içsel eleştirmenini susturup, daha anlayışlı ve destekleyici bir içsel diyalog geliştirmesine yardımcı olur.

Ortak paydaşım, kişinin bireysel deneyimlerinin, tüm insanların paylaştığı evrensel insanlık deneyiminin bir parçası olduğunu anlamalarını ifade eder (Koç ve Ermiş 2016). Bu bileşen, kişinin başkalarıyla bağlantı kurmasını sağlayarak kendini izole hissetmesini engeller. Bireyin kendini daha az izole ve daha çok bir topluluğun parçası olarak hissetmesine yardımcı olan şey, kişisel hataların ve zorlukların herkes tarafından deneyimlenen şeyler olduğunu kabul etmektir. Neff (2003b) bu bileşeni, bireyin kendi kusurlarını ve başarısızlıklarını, insan olmanın doğal bir parçası olarak kabul etme yeteneği olarak tanımlamıştır.

Bilinçli farkındalık, kişinin anbean deneyimlerini açık ve yargısız bir şekilde farkında olma kapasitesidir. Bu bileşen, kişinin acı verici düşünce ve duyguları bastırma veya onlara aşırı derecede odaklanma eğilimini dengelemeye yardımcı olur (Koç ve Ermiş 2016). Bilinçli farkındalık, kişinin mevcut anın farkında olmasını ve bu anı kabul etmesini içerir. Neff (2003b) iddiasında, kişinin acı verici duygularını objektif bir şekilde gözlemleyerek aşırı tepki vermekten kaçınmasına yardımcı olmanın bilinçli farkındalık olduğunu öne sürer.

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1 Örneklem**

Araştırmanın katılımcı profili gönüllü olarak katılmayı kabul eden 18-35 yaşları arasında olan genç yetişkinlerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılımda gönüllülük esas olup katılımcılardan onam formunu doldurmaları istenmiştir. Araştırmaya toplamda 253 kişi katılmış olup katılımcıların %67'si kadın %33'ü erkektir.

#### **3.2 Veri Toplama Araçları**

Araştırmada katılımcıların genel bilgilerini almak adına Demografik Bilgi Formu (Ek-2), sosyal medya bağımlılık düzeylerini saptamak adına Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (Ek-3), sosyal görünüş kaygısı düzeylerini ölçmek için Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (Ek-4) ve öz şefkat seviyelerini saptamak adına Öz Duyarlık Ölçeği (Ek-5) kullanılmıştır.. Ölçekler Google Formlar'da düzenlenip ve katılımcılara online olarak ulaştırılmıştır.

##### **3.2.1 Demografik ilgi formu**

Demografik Bilgi Formu ile katılımcıların; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, sosyal medyada geçirdikleri süre ve kullandıkları sosyal medya hesaplarının neler olduğu öğrenilmiştir.

##### **3.2.2 Sosyal görünüş kaygısı ölçeği**

Hart ve arkadaşları (2008) tarafından oluşturulan Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, bireylerin sosyal görünüm kaygısını değerlendirmek için kullanılmaktadır. Ölçek 16 maddeden oluşup 5'li likert tipine sahiptir.

Ölçekte birinci madde ters puanlanmaktadır. Ölçeğin güvenirlik ve geçerlik çalışmaları üniversite öğrencileri içeren üç farklı örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir ve iç tutarlılık katsayısı sırayla hesaplanmış ve sırasıyla .94, .95, .94 olarak bulunmuştur. Test tekrar test güvenirlik katsayısı, bir ay ara ile iki

farklı ölçüm sonucunun elde edilmiştir ve .84 olarak saptanmıştır. Ölçek Türkçeye Doğan (2010) tarafından uyarlanmıştır. Faktör analizleri sonucunda ölçeğin orijinal formuna bağlı kalarak, tek boyutlu bir yapıda olduğu belirlenmiştir. Doğan'ın (2010) Türkçeye uyarladığı ölçeğin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .93; test tekrar test güvenirlik katsayısı .85 ve güvenirlik katsayısı ise .88 olarak bulunmuştur. Türkçe formunun madde-toplam korelasyon katsayılarının .32 ile .82 arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### **3.2.3 Sosyal medya bağımlılığı ölçeği - yetişkin formu**

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu Şahin ve Yağcı (2017) tarafından yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı seviyesini ölçmek için geliştirilmiştir. Bu ölçekte yetişkinlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, sosyal medya kullanımının duygusal durumlarına etkisi, sosyal medya kullanımının sosyal hayatlarına etkisi gibi konulara odaklanılmıştır. Ölçekte toplam 20 madde bulunmaktadır ve ölçek 5'li likert tipindedir. Ölçeğin iki tane alt boyutu vardır bunlar; sanal tolerans ve sanal iletişimdir. Sanal tolerans alt boyutu ilk 11 maddeyi kapsarken, sanal iletişim alt boyutu ise 12-20. maddeleri kapsamaktadır. Ölçekteki

5 ve 11. maddeler ters puanlanmakta olup ölçekten alınacak en düşük puan 20, en yüksek puan ise 100'dür. Puan ne kadar yüksek ise bireyin sosyal medya bağımlılığı derecesi o kadar yüksek olarak değerlendirilmektedir. Ölçeğin faktör yükleri .61 ve .87 arasında değer almaktadır ve yapılan analizler sonucunda ölçeğin iki faktör yapılanmasına uygun olduğu saptanmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenirliği yapılan çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Tutarlılık anlamında güvenirlik incelenirken Cronbach Alfa kullanılmış ve iç tutarlılık katsayısı .94; sanal tolerans alt boyutu için .92; sanal iletişim alt boyutu için .91 bulunmuştur. Kararlılık anlamında güvenirlik incelenirken ise test tekrar test güvenirlik katsayısı kullanılmıştır ve katsayıları genel için .93; sanal tolerans alt boyutu için .91; sanal iletişim alt boyutu için .90 olarak bulunmuştur.

### **3.2.4 Öz duyarlılık ölçeği**

Öz Duyarlılık Ölçeği kişinin kendine şefkatli olup olmadığını ölçmek için kullanılan bir ölçektir ve Neff (2003b) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 26 maddeden oluşmaktadır. Öz sevecenlik, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, izolasyon, bilinçlilik ve aşırı özdeşleşme olmak üzere 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte ters

kodlanan maddeler: 3, 4, 5, 7, 10, 11, 15, 19, 20, 24, 25 ve 26 maddeleridir. Öz duyarlık ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği yapılan çalışmalar ile kanıtlanmıştır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı .92 olarak bulunmuştur. Alt boyutlar için ise bu değerler; öz sevecenlik .85; öz yargılama .88; paylaşımların bilincinde olma .88; izolasyon .80; farkındalık .85; aşırı özdeşleşme ise .88 olarak bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda ölçeğin test güvenilirliği ise .93 olarak tanımlanmıştır. Akın ve Arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışma ile ölçeğin Türkçeye uyarlaması gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin genelinde, Türkçe'ye uyarlama çalışmasında geçerlik ve güvenirlik korelasyonu .94 olarak belirlenmiştir. Alt ölçekler değerlendirildiğinde ise öz-sevecenlik .94, öz-yargılama .94, paylaşımların bilincinde olma .87, izolasyon .89, farkındalık .92 ve son olarak aşırı özdeşleşme .94 olarak saptanmıştır.

### **3.3 Veri Toplama İşlemi**

Bu çalışmanın verileri, araştırma katılımcılarından online olarak Google Form aracılığıyla toplanmıştır. Google Form, katılımcıların kolayca ve hızlı bir şekilde araştırma sorularına yanıt vermesini sağlayan çevrimiçi bir veri toplama aracıdır. Bu yöntem, veri toplama sürecini kolaylaştırırken, katılımcıların anonimliğini koruyarak güvenilir sonuçlar elde etmeyi amaçlamıştır.

Veri toplama süreci, katılımcılara araştırmanın amacını, yöntemini ve gönüllülük esasına dayalı katılımın önemini içeren bir açıklama sunularak başlamıştır. Katılımcılara, araştırma ile ilgili detayları anlamaları ve gönüllü olarak katılmaları için gerekli bilgiler sağlanmıştır. Veri toplama işlemi kapsamında, katılımcılara ulaştırılan anketin içerisinde katılımcılara onam formu verilmiştir

### **3.4 Verilerin Analizi**

Çalışmada yer alan analizler SPSS 25 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede toplanan veriler önce dağılımlarını ve ortalamalarını belirlemek amacıyla betimsel analizlere tabi tutulmuş sonrasında ise verilerin dağılımları normallik incelemeleri çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmanın normallik analizi için, ölçme araçlarının çarpıklık ve basıklık değerlerini değerlendirmek amacıyla hipotez testleri yapılmıştır. -3 ile +3 arasında elde edilen

Çarpıklık ve basıklık değerleri, verilerin normal dağıldığını gösterdiğinde (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2005), parametrik testlerin kullanılabileceği sonucuna varılabilir. Bu durumda, bu aralık dışında elde edilen değerlerde verilerin normal dağılım göstermediği ve hipotez testleri için parametrik olmayan testler kullanılması gerektiği anlaşılmaktadır. Araştırmanın verilerinin dağılımları incelendiğinde verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve hipotez testlerinde parametrik testlerin kullanılması kararlaştırılmıştır. Araştırmanın hipotez testlerinde demografik bilgiler ile lme araçları arasındaki farklılıklarda iki kategorili değişkenler için bağımsız örnekleme t-testi, ikiden fazla kategorili değişkenler için ise tek yönlü anova kullanılmıştır. lme araçlarını birbiri üzerindeki yordayıcılıklar için ise basit doğrusal regresyon ve çoklu doğrusal regresyon kullanılmıştır.

## 4. BULGULAR

Bu başlık altında, araştırma amaçlarına uygun olarak ulaşılan verilerin betimsel ve istatistiksel analiz bulguları sunulmuştur. İlk olarak betimsel analiz bulguları verilmiş, ardından araştırma amaçlarına yönelik oluşturulan hipotezleri test etmek için yapılan istatistiksel analiz bulguları paylaşılmıştır.

### 4.1 Betimsel Analiz Bulguları

Betimsel analizler kapsamında, araştırma grubunun kişisel bilgi formundaki değişkenlerin dağılımları frekans ve yüzde olarak değerlendirilmiştir. Kategorik olmayan bir değişken olan yaş, ortalama ve standart sapma kullanılarak değerlendirilmiştir. Aşağıdaki Çizelge 4.1'de, çalışma grubunun sosyodemografik bilgi formundaki değişkenlerin dağılımı gösterilmiştir.

**Çizelge 4.1: Çalışma Grubunun Kişisel Bilgi Değişkenlerinin Dağılımları**

| Değişken                                   | N   | %   |
|--------------------------------------------|-----|-----|
| <b>Cinsiyet</b>                            |     |     |
| Kadın                                      | 170 | 67  |
| Erkek                                      | 83  | 33  |
| <b>Eğitim Düzeyi</b>                       |     |     |
| Lise ve altı                               | 34  | 13  |
| Lisans                                     | 182 | 72  |
| Lisansüstü                                 | 37  | 15  |
| <b>Medeni Durum</b>                        |     |     |
| Evli                                       | 49  | 19  |
| Bekar / Boşanmış                           | 204 | 81  |
| <b>Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi</b> |     |     |
| 0 - 2 saat                                 | 40  | 16  |
| 2 - 4 saat                                 | 116 | 46  |
| 4 - 6 saat                                 | 78  | 31  |
| 6 saatten fazla                            | 19  | 8   |
| Toplam                                     | 253 | 100 |

Katılımcıların cinsiyetleri şu şekilde dağılım göstermektedir; katılımcıların 170'i (%67) kadın, 83'ü (%33) erkek olmaktadır. Eğitim düzeyine göre katılımcıların 34'ü

(%13) lise ve altı, 182'si (%72) lisans, 37'si (%15) lisansüstü düzeyinde eğitime sahiptir. Medeni durum bakımından 49 (%19) katılımcı evli, 204 (%81) katılımcı bekar veya boşanmış durumdadır. Günlük sosyal medya kullanım süresi bakımından ise katılımcıların 40'ı (%16) 0-2 saat, 116'sı (%46) 2-4 saat, 78'i (%31) 4-6 saat ve 19'u (%8) 6 saatten fazla sosyal medya kullanmaktadır.

Bununla birlikte araştırma katılımcılarının yaş ortalaması 25 olmakta ve katılımcıların yaşları 18 ile 34 arasında dağılım göstermektedir.

## 4.2 İstatistiksel Analizler

İstatistiksel analizler bölümünde, araştırmanın amaçlarına göre oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için yapılan analiz bulguları sunulmuştur. Bu kapsamda, öncelikle araştırmanın ölçme araçları tanımlayıcı analizlere tabi tutulmuş, ardından normallik ve güvenilirlik değerlendirmeleri gerçekleştirilmiştir.

### 4.2.1 Ölçeklerin normallik ve güvenilirlik değerleri

**Çizelge 4.2: Ölçme Araçlarının Skor Ortalamaları, Normallik ve Güvenilirlik İncelemeleri**

| Ölçme Aracı                     | Ort±Ss      | Alt-Üst | Çarpıklık | Basıklık | Cronbach's Alpha |
|---------------------------------|-------------|---------|-----------|----------|------------------|
| <b>Sosyal Görünüş Kaygısı</b>   | 32.47±13.29 | 16-80   | 1.474     | 1.927    | .946             |
| Sanal Tolerans                  | 29.17±7.17  | 13-47   | 0.478     | -0.557   | .808             |
| Sanal İletişim                  | 18.69±6.27  | 9-45    | 0.812     | 0.424    | .843             |
| <b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b> | 47.87±12.37 | 22-91   | 0.570     | -0.334   | .891             |
| Öz Sevecenlik                   | 16.87±4.48  | 5-25    | -0.555    | -0.367   | .892             |
| Öz Yargılama                    | 18.26±4.67  | 5-25    | -0.660    | 0.003    | .883             |
| Paylaşımların Bilincinde Olma   | 13.51±3.55  | 4-20    | -0.549    | -0.383   | .823             |
| İzolasyon                       | 13.99±3.42  | 4-20    | -0.699    | 0.215    | .687             |
| Bilinçlilik                     | 14.11±3.41  | 4-20    | -0.559    | -0.261   | .843             |
| Aşırı Özdeşleşme                | 14.27±3.99  | 4-20    | -0.678    | -0.297   | .843             |
| <b>Öz Duyarlık</b>              | 91.02±19.45 | 36-127  | -0.583    | -0.245   | .950             |

Ortalama skorlar kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde; katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ortalaması 32.47 (ss=13.29) olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ortalaması 47.87 (ss=12.37) olarak belirlenmiş

ve sanal tolerans alt boyutunun ortalaması 29.17 (ss=7.17) ve sanal iletişim ortalaması ise 18.69 (ss=6.27) olarak raporlanmıştır. Öz duyarlılık ortalaması ise Öz duyarlılık ortalaması ise 91.02 (ss=19.45) olarak raporlanmışken öz duyarlılık alt boyutlarının ortalamaları şu şekilde sıralanmaktadır; öz sevecenlik ortalaması 16.87 (ss=4.48), öz yargılama ortalaması

18.26 (ss=4.67), paylaşımların bilincinde olma ortalaması 13.51 (ss=3.55), izolasyon ortalaması 13.99 (ss=3.42), bilinçlilik ortalaması 14.11 (ss=3.41) ve aşırı özdeşleşme ortalaması 14.27 (ss=3.99) şeklinde gerçekleşmektedir.

Çalışmanın normallik incelemesi kapsamında, hipotez testlerinde kullanılacak ölçme araçlarının çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham'a (2005) göre, -3 ile +3 arasında elde edilen çarpıklık ve basıklık değerleri, verilerin normal dağıldığını göstermekte olup, bu da hipotez testlerinde parametrik testlerin kullanılması anlamına gelmektedir. Araştırmanın ölçme araçlarının çarpıklık ve basıklık değerleri, yukarıdaki Çizelge 4.2'de bulunmaktadır. Elde edilen bulguları incelerken, ölçek ve ölçek alt boyutlarının çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olduğu görülmüştür. Bu değerler sonucunda verilerin normal dağıldığı ifade edilmekte ve hipotez testlerinde parametrik testlerin kullanılması kararlaştırılmıştır.

Son olarak da, Cronbach's Alpha katsayısı incelemesiyle çalışmada kullanılan ölçme araçlarının güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Çizelge 4.2'de araştırma ölçme araçlarının Cronbach's Alpha katsayıları sunulmaktadır. Elde edilen bulgulara göre araştırmanın öz duyarlılık ölçek boyutlarından izolasyon boyutu hariç bütün ölçme araçları .70 üzerinde yeterli bir güvenilirliğe sahip olmakta ve hipotez testlerinde kullanılmalarının önünde istatistiksel bir engel bulunmamaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında araştırmanın hipotez testlerinde bağımsız örneklem t- testi, tek yönlü ANOVA, pearson korelasyon testi, basit doğrusal regresyon ve çoklu doğrusal regresyon testleri kullanılmıştır.

#### 4.2.2 Katılımcıların cinsiyetlerine göre değişkenler arasındaki ortalama fark

**Çizelge 4.3: Cinsiyet Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

| Değişken                      | Cinsiyet | N   | Ort ± Ss      | t      | p      |
|-------------------------------|----------|-----|---------------|--------|--------|
| Sosyal Görünüş Kaygısı        | Kadın    | 170 | 33.15 ± 14.16 | 1.163  | 0.246  |
|                               | Erkek    | 83  | 31.08 ± 11.26 |        |        |
| Sanal Tolerans                | Kadın    | 170 | 29.45 ± 7.21  | 0.867  | 0.387  |
|                               | Erkek    | 83  | 28.61 ± 7.09  |        |        |
| Sanal İletişim                | Kadın    | 170 | 18.24 ± 5.81  | -1.663 | 0.097  |
|                               | Erkek    | 83  | 19.63 ± 7.06  |        |        |
| Sosyal Medya Bağımlılığı      | Kadın    | 170 | 47.68 ± 11.87 | -0.337 | 0.737  |
|                               | Erkek    | 83  | 48.24 ± 13.42 |        |        |
| Öz Sevecenlik                 | Kadın    | 170 | 16.35 ± 4.73  | -2.637 | 0.009* |
|                               | Erkek    | 83  | 17.92 ± 3.72  |        |        |
| Öz Yargılama                  | Kadın    | 170 | 18.11 ± 4.98  | -0.755 | 0.451  |
|                               | Erkek    | 83  | 18.58 ± 3.97  |        |        |
| Paylaşımların Bilincinde Olma | Kadın    | 170 | 13.24 ± 3.72  | -1.796 | 0.074  |
|                               | Erkek    | 83  | 14.08 ± 3.09  |        |        |
| İzolasyon                     | Kadın    | 170 | 13.81 ± 3.70  | -1.203 | 0.230  |
|                               | Erkek    | 83  | 14.36 ± 2.72  |        |        |
| Bilinçlilik                   | Kadın    | 170 | 13.68 ± 3.65  | -2.973 | 0.003* |
|                               | Erkek    | 83  | 15.01 ± 2.63  |        |        |
| Aşırı Özdeşleşme              | Kadın    | 170 | 14.04 ± 4.14  | -1.357 | 0.176  |
|                               | Erkek    | 83  | 14.76 ± 3.64  |        |        |
| Öz Duyarlılık                 | Kadın    | 170 | 89.22 ± 21.15 | -2.124 | 0.035* |
|                               | Erkek    | 83  | 94.71 ± 14.83 |        |        |

\*=p<.05

Gerçekleştirilen analiz sonucunda Çizelge 4.3'te katılımcıların cinsiyeti ile ölçme araçları arasındaki ortalama farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları gösterilmektedir. Çizelgedeki bulgular neticesinde cinsiyet ile öz sevecenlik ( $t(251)=-2.637$ ,  $p=0.009$ ), bilinçlilik ( $t(251)=-2.973$ ,  $p=0.003$ ) ve öz duyarlılık ( $t(251)=-2.124$ ,  $p=0.035$ ) boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ortalama farklılığı tespit edilmiştir.

Bu farklılıklar incelendiğinde; öz sevecenlik boyutu bakımından; kadın katılımcıların öz sevecenlik puanları (Ort=16.35, Ss=4.73), erkek katılımcılarla (Ort=17.92, Ss=3.72) karşılaştırıldığında, erkek katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olmaktadır. Bilinçlilik boyutu bakımından elde edilen bulgulara göre kadın katılımcıların bilinçlilik puanları (Ort=13.68, Ss=3.65), erkek katılımcıların (Ort=15.01, Ss=2.63) bilinçlilik puanlarından istatistiksel olarak anlamlı ve daha düşük olmaktadır. Aynı zamanda, öz duyarlılık boyutu bakımından; kadın katılımcıların öz duyarlılık puanları (Ort=89.22, Ss=21.15), erkek katılımcılarla (Ort=94.71, Ss=14.83) karşılaştırıldığında, erkek katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir.

Diğer bir taraftan, sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, izolasyon ve aşırı özdeşleşme bakımından kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p>.05$ )

#### 4.2.3 Katılımcıların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark

**Çizelge 4.4: Eğitim Düzeyi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

| Değişken                 | Eğitim Düzeyi | N   | Ort ± Ss      | F     | p      |
|--------------------------|---------------|-----|---------------|-------|--------|
| Sosyal Görünüş Kaygısı   | Lise ve altı  | 34  | 32.76 ± 17.08 | 0.510 | 0.601  |
|                          | Lisans        | 182 | 32.84 ± 13.05 |       |        |
|                          | Lisansüstü    | 37  | 30.43 ± 10.41 |       |        |
| Sanal Tolerans           | Lise ve altı  | 34  | 30.82 ± 8.47  | 1.810 | 0.166  |
|                          | Lisans        | 182 | 29.19 ± 7.21  |       |        |
|                          | Lisansüstü    | 37  | 27.59 ± 5.23  |       |        |
| Sanal İletişim           | Lise ve altı  | 34  | 18.12 ± 6.55  | 0.365 | 0.694  |
|                          | Lisans        | 182 | 18.66 ± 6.43  |       |        |
|                          | Lisansüstü    | 37  | 19.38 ± 5.19  |       |        |
| Sosyal Medya Bağımlılığı | Lise ve altı  | 34  | 48.94 ± 14.04 | 0.224 | 0.800  |
|                          | Lisans        | 182 | 47.85 ± 12.67 |       |        |
|                          | Lisansüstü    | 37  | 46.97 ± 9.10  |       |        |
| Öz Sevecenlik            | Lise ve altı  | 34  | 15.12 ± 4.92  | 3.317 | 0.038* |
|                          | Lisans        | 182 | 17.24 ± 4.41  |       |        |
|                          | Lisansüstü    | 37  | 16.65 ± 4.08  |       |        |

**Çizelge 4.4: (Devam) Eğitim Düzeyi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

| Değişken                      | Eğitim Düzeyi | N   | Ort ± Ss      | F     | p      |
|-------------------------------|---------------|-----|---------------|-------|--------|
| Öz Yargılama                  | Lise ve altı  | 34  | 17.15 ± 5.34  | 1.631 | 0.198  |
|                               | Lisans        | 182 | 18.58 ± 4.50  |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 17.73 ± 4.77  |       |        |
| Paylaşımların Bilincinde Olma | Lise ve altı  | 34  | 12.00 ± 3.63  | 3.813 | 0.023* |
|                               | Lisans        | 182 | 13.81 ± 3.46  |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 13.46 ± 3.64  |       |        |
| İzolasyon                     | Lise ve altı  | 34  | 13.94 ± 3.99  | 0.204 | 0.816  |
|                               | Lisans        | 182 | 14.07 ± 3.34  |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 13.68 ± 3.29  |       |        |
| Bilinçlilik                   | Lise ve altı  | 34  | 13.50 ± 3.35  | 1.307 | 0.272  |
|                               | Lisans        | 182 | 14.33 ± 3.43  |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 13.62 ± 3.29  |       |        |
| Aşırı Özdeşleşme              | Lise ve altı  | 34  | 13.44 ± 4.19  | 3.250 | 0.040* |
|                               | Lisans        | 182 | 14.66 ± 3.89  |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 13.11 ± 4.07  |       |        |
| Öz Duyarlılık                 | Lise ve altı  | 34  | 85.15 ± 21.51 | 2.625 | 0.074  |
|                               | Lisans        | 182 | 92.68 ± 18.87 |       |        |
|                               | Lisansüstü    | 37  | 88.24 ± 19.47 |       |        |

\*=p<.05

Çizelge 4.4'te, araştırmanın eğitim düzeyi değişkeni ile ölçme araçları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ortalamaların farklılık gösterip göstermediğini saptamak için yapılan tek yönlü ANOVA bulguları paylaşılmıştır. Elde edilen bulgular incelendiğinde eğitim düzeyi ile ölçme araçlarından elde edilen bulgular incelendiğinde öz sevecenlik ( $F(2,250)=3.317$ ,  $p=0.038$ ), paylaşımların bilincinde olma ( $F(2,250)=3.813$ ,  $p=0.023$ ) ve aşırı özdeşleşme ( $F(2,250)=3.250$ ,  $p=0.040$ ) boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ortalama farklılığı tespit edilmiştir.

Ulaşılan bu değişiklikler değerlendirildiğinde; öz sevecenlik boyutu bakımından; lise ve altı düzeyindeki katılımcıların öz sevecenlik puanları (Ort=15.12, Ss=4.92), üniversite seviyesindeki (Ort=17.24, Ss=4.41) ve yüksek lisans düzeyindeki (Ort=16.65, Ss=4.08) katılımcılarla karşılaştırıldığında, lisans düzeyindeki katılımcıların öz sevecenlik düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı ve daha yüksek olmaktadır. Paylaşımların bilincinde olma boyutu için, lise ve altı

düzeyindeki katılımcıların paylaşımların bilincinde olma puanları (Ort=12.00, Ss=3.63), üniversite seviyesindeki (Ort=13.81, Ss=3.46) ve yüksek lisans düzeyindeki (Ort=13.46, Ss=3.64) katılımcılarla karşılaştırıldığında, lisans düzeyindeki katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir. Son olarak da aşırı özdeşleşme boyutu bakımından, lise ve öncesi düzeyindeki katılımcıların aşırı özdeşleşme puanları (Ort=13.44, Ss=4.19), lisans düzeyindeki (Ort=14.66, Ss=3.89) ve yüksek lisans seviyesindeki (Ort=13.11, Ss=4.07) katılımcılarla karşılaştırıldığında, üniversite düzeyindeki katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir.

Ölçme araçlarından; sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, öz yargılama, izolasyon, bilinçlilik ve öz duyarlılık ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir fark saptanmamaktadır ( $p>.05$ ).

#### 4.2.4 Katılımcıların medeni durumlarına bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark

**Çizelge 4.5: Medeni Durum Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

| Değişken                      | Medeni Durum   | N   | Ort $\pm$ Ss      | t      | p      |
|-------------------------------|----------------|-----|-------------------|--------|--------|
| Sosyal Görünüş Kaygısı        | Evli           | 49  | 29.35 $\pm$ 11.13 | -1.843 | 0.067  |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 33.23 $\pm$ 13.68 |        |        |
| Sanal Tolerans                | Evli           | 49  | 26.80 $\pm$ 6.63  | -2.616 | 0.009* |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 29.75 $\pm$ 7.19  |        |        |
| Sanal İletişim                | Evli           | 49  | 17.82 $\pm$ 5.90  | -1.089 | 0.277  |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 18.90 $\pm$ 6.35  |        |        |
| Sosyal Medya Bağımlılığı      | Evli           | 49  | 44.61 $\pm$ 11.71 | -2.063 | 0.040* |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 48.65 $\pm$ 12.43 |        |        |
| Öz Sevecenlik                 | Evli           | 49  | 15.88 $\pm$ 4.66  | -1.727 | 0.085  |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 17.10 $\pm$ 4.41  |        |        |
| Öz Yargılama                  | Evli           | 49  | 19.02 $\pm$ 4.13  | 1.269  | 0.206  |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 18.08 $\pm$ 4.78  |        |        |
| Paylaşımların Bilincinde Olma | Evli           | 49  | 12.47 $\pm$ 3.65  | -2.316 | 0.021* |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 13.76 $\pm$ 3.48  |        |        |
| İzolasyon                     | Evli           | 49  | 14.86 $\pm$ 3.27  | 1.986  | 0.048* |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 13.78 $\pm$ 3.43  |        |        |
| Bilinçlilik                   | Evli           | 49  | 13.41 $\pm$ 3.75  | -1.622 | 0.106  |
|                               | Bekar/Boşanmış | 204 | 14.28 $\pm$ 3.31  |        |        |

**Çizelge 4.5: (Devamı) Medeni Durum Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

| Değişken         | Medeni Durum   | N   | Ort ± Ss      | t      | p     |
|------------------|----------------|-----|---------------|--------|-------|
| Aşırı Özdeşleşme | Evli           | 49  | 14.84 ± 3.64  | 1.102  | 0.271 |
|                  | Bekar/Boşanmış | 204 | 14.14 ± 4.07  |        |       |
| Öz Duyarlılık    | Evli           | 49  | 90.47 ± 20.22 | -0.220 | 0.826 |
|                  | Bekar/Boşanmış | 204 | 91.15 ± 19.31 |        |       |

\*=p<.05

Çizelge 4.5'te katılımcıların medeni durumları ile ölçme araçları arasındaki istatistiksel anlamlı ortalama farklılıklarının tespiti amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t- testi bulgularına yer verilmiştir. Ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde medeni durum ile sanal tolerans ( $t(251)=-2.616$ ,  $p=0.009$ ), sosyal medya bağımlılığı ( $t(251)=-2.063$ ,  $p=0.040$ ), paylaşımların bilincinde olma ( $t(251)=-2.316$ ,  $p=0.021$ ) ve izolasyon ( $t(251)=1.986$ ,  $p=0.048$ ) boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ortalama farklılığı tespit edilmiştir.

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde; sanal tolerans bakımından; evli katılımcıların sanal tolerans puanları (Ort=26.80, Ss=6.63), bekar/boşanmış katılımcılarla (Ort=29.75, Ss=7.19) karşılaştırıldığında, bekar/boşanmış katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı bakımından; evli katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları (Ort=44.61, Ss=11.71), bekar/boşanmış katılımcılarla (Ort=48.65, Ss=12.43) karşılaştırıldığında, bekar/boşanmış katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olmaktadır. Paylaşımların bilincinde olma boyutu bakımından ise; evli katılımcıların paylaşımların bilincinde olma puanları (Ort=12.47, Ss=3.65), bekar/boşanmış katılımcılarla (Ort=13.76, Ss=3.48) karşılaştırıldığında, bekar/boşanmış katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir. Son olarak da izolasyon boyutu bakımından; evli katılımcıların izolasyon puanları (Ort=14.86, Ss=3.27), bekar/boşanmış katılımcılarla (Ort=13.78, Ss=3.43) karşılaştırıldığında, evli katılımcıların puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir.

Diğer bir taraftan, ölçme araçlarından sosyal görünüş kaygısı, sanal iletişim, öz sevecenlik, öz yargılama, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz duyarlılık ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır ( $p>.05$ ).

**4.2.5 Katılımcıların sosyal medya kullanım süresine bağlı olarak değişkenler arasındaki ortalama fark**

**Çizelge 4.6: Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

|                               | <b>Kullanım Süresi</b> | <b>N</b> | <b>Ort ± Ss</b> | <b>F</b> | <b>p</b> |
|-------------------------------|------------------------|----------|-----------------|----------|----------|
| Sosyal Görünüş Kaygısı        | 0-2 saat               | 40       | 28.85 ± 12.57   | 1.413    | 0.239    |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 32.52 ± 13.91   |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 33.71 ± 12.81   |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 34.79 ± 12.34   |          |          |
| Sanal Tolerans                | 0-2 saat               | 40       | 25.83 ± 7.45    | 8.033    | 0.000*   |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 28.59 ± 6.33    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 30.47 ± 7.31    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 34.42 ± 7.17    |          |          |
| Sanal İletişim                | 0-2 saat               | 40       | 16.53 ± 5.88    | 3.970    | 0.009*   |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 18.30 ± 6.17    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 19.64 ± 6.23    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 21.74 ± 6.37    |          |          |
| Sosyal Medya Bağımlılığı      | 0-2 saat               | 40       | 42.35 ± 12.75   | 7.065    | 0.000*   |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 46.90 ± 11.33   |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 50.12 ± 12.44   |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 56.16 ± 11.89   |          |          |
| Öz Sevecenlik                 | 0-2 saat               | 40       | 15.98 ± 4.44    | 0.988    | 0.399    |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 17.05 ± 4.56    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 17.24 ± 4.36    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 16.05 ± 4.54    |          |          |
| Öz Yargılama                  | 0-2 saat               | 40       | 17.98 ± 4.08    | 1.294    | 0.277    |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 18.58 ± 4.56    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 18.40 ± 5.02    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 16.37 ± 4.90    |          |          |
| Paylaşımların Bilincinde Olma | 0-2 saat               | 40       | 12.90 ± 3.48    | 1.860    | 0.137    |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 13.59 ± 3.68    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 14.04 ± 3.35    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 12.21 ± 3.41    |          |          |
| İzolasyon                     | 0-2 saat               | 40       | 15.23 ± 3.22    | 3.523    | 0.016*   |
|                               | 2-4 saat               | 116      | 13.96 ± 3.23    |          |          |
|                               | 4-6 saat               | 78       | 13.83 ± 3.27    |          |          |
|                               | 6 saatten fazla        | 19       | 12.26 ± 4.68    |          |          |

**Çizelge 4.6: (Devamı) Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni ve Araştırma Ölçme Araçları Ortalama Farklılıkları**

|                  | <b>Kullanım Süresi</b> | <b>N</b> | <b>Ort ± Ss</b> | <b>F</b> | <b>p</b> |
|------------------|------------------------|----------|-----------------|----------|----------|
| Bilinçlilik      | 0-2 saat               | 40       | 13.33 ± 3.14    | 1.135    | 0.335    |
|                  | 2-4 saat               | 116      | 14.34 ± 3.43    |          |          |
|                  | 4-6 saat               | 78       | 14.31 ± 3.37    |          |          |
|                  | 6 saatten fazla        | 19       | 13.58 ± 3.88    |          |          |
| Aşırı Özdeşleşme | 0-2 saat               | 40       | 14.93 ± 3.25    | 1.775    | 0.153    |
|                  | 2-4 saat               | 116      | 14.25 ± 3.98    |          |          |
|                  | 4-6 saat               | 78       | 14.42 ± 4.02    |          |          |
|                  | 6 saatten fazla        | 19       | 12.42 ± 4.99    |          |          |
| Öz Duyarlılık    | 0-2 saat               | 40       | 90.33 ± 16.69   | 1.287    | 0.279    |
|                  | 2-4 saat               | 116      | 91.77 ± 19.72   |          |          |
|                  | 4-6 saat               | 78       | 92.24 ± 19.78   |          |          |
|                  | 6 saatten fazla        | 19       | 82.89 ± 21.27   |          |          |

\*=p<.05

Yukarıda bulunan Çizelge 4.6’da katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi ve çalışmada kullanılan ölçme araçları arasındaki istatistiksel anlamlı ortalama farklılıklarının saptanması adına yapılan tek yönlü ANOVA bulgularından bahsedilmiştir. Ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde sosyal medyada geçirilen günlük zaman ile ölçme araçlarından sanal tolerans ( $F(3,249)=8.033$ ,  $p<0.001$ ), sanal iletişim ( $F(3,249)=3.970$ ,  $p=0.009$ ), sosyal medya bağımlılığı ( $F(3,249)=7.065$ ,  $p<0.001$ ) ve izolasyon ( $F(3,249)=3.523$ ,  $p=0.016$ ) boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ortalama farklılığın olduğu saptanmıştır. Bu durum incelendiğinde:

Sanal tolerans altboyutu için; 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük sanal tolerans düzeyine sahipken (Ort=25.83, Ss=7.45), 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcılar (Ort=34.42, Ss=7.17) en yüksek sanal tolerans düzeyine sahip olmaktadır. Sanal iletişim boyutu için; 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük sanal iletişim düzeyine sahipken (Ort=16.53, Ss=5.88), 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcılar (Ort=21.74, Ss=6.37) en yüksek sanal iletişim düzeyine sahip olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı boyutu için; 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük sosyal medya bağımlılığı düzeyine sahipken (Ort=42.35, Ss=12.75), 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcıların (Ort=56.16, Ss=11.89) sosyal medya bağımlılığı düzeyine bakıldığında en yüksek seviyede oldukları görülmüştür. İzolasyon boyutu için; 0-2 saat sosyal medya kullanan

katılımcılar en yüksek izolasyon düzeyine sahipken (Ort=15.23, Ss=3.22), günlük olarak 6 saat ve daha fazla sosyal medya kullanan katılımcılar (Ort=12.26, Ss=4.68) en düşük izolasyon seviyesine sahiptir.

Ayrıca, sosyal görünüş kaygısı, öz sevecenlik, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz duyarlılık boyutları ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamaktadır ( $p>.05$ ).

#### 4.3 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

**Çizelge 4.7: Yaş ve Araştırma Ölçme Araçları Korelasyon Analizi Bulguları**

| Değişken                         | 1 | 2       | 3       | 4      | 5       | 6       | 7       | 8       | 9       | 10      | 11      | 12      |
|----------------------------------|---|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1. Yaş                           | 1 | -,284** | -,302** | -,128* | -,240** | ,177**  | ,208**  | ,142*   | ,262**  | ,140*   | ,247**  | ,238**  |
| 2. Sosyal Görünüş Kaygısı        |   | 1       | ,574**  | ,528** | ,600**  | -,290** | -,538** | -,129*  | -,545** | -,241** | -,491** | -,458** |
| 3. Sanal Tolerans                |   |         | 1       | ,695** | ,931**  | -,245** | -,553** | -,168** | -,489** | -,265** | -,578** | -,471** |
| 4. Sanal İletişim                |   |         |         | 1      | ,909**  | -0,033  | -,477** | 0,002   | -,378** | -0,076  | -,440** | -,292** |
| 5. Sosyal Medya Bağımlılığı      |   |         |         |        | 1       | -,159*  | -,562** | -0,096  | -,474** | -,192** | -,558** | -,420** |
| 6. Öz Sevecenlik                 |   |         |         |        |         | 1       | ,631**  | ,823**  | ,405**  | ,858**  | ,562**  | ,868**  |
| 7. Öz Yargılama                  |   |         |         |        |         |         | 1       | ,490**  | ,713**  | ,581**  | ,820**  | ,870**  |
| 8. Paylaşımların Bilincinde Olma |   |         |         |        |         |         |         | 1       | ,311**  | ,808**  | ,444**  | ,777**  |
| 9. İzolasyon                     |   |         |         |        |         |         |         |         | 1       | ,430**  | ,737**  | ,723**  |
| 10. Bilinçlilik                  |   |         |         |        |         |         |         |         |         | 1       | ,578**  | ,854**  |
| 11. Aşırı Özdeşleşme             |   |         |         |        |         |         |         |         |         |         | 1       | ,843**  |
| 12. Öz Duyarlılık                |   |         |         |        |         |         |         |         |         |         |         | 1       |

\*\*= $p<.01$ , \*= $p<.05$

Araştırmanın korelasyon analizi bulguları yukarıda Çizelge 4.7’de sunulmuştur. Yaş, sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, öz sevecenlik, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, izolasyon, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz duyarlılık değişkenleri arasındaki Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmış ve sunulmuştur.

Yaş kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde; yaş ile öz sevecenlik ( $r=.177$ ,  $p<.01$ ), öz yargılama ( $r=.208$ ,  $p<.01$ ), paylaşımların bilincinde olma ( $r=.142$ ;  $p<.05$ ), izolasyon ( $r=.262$ ;  $p<.01$ ), bilinçlilik ( $r=.140$ ;  $p<.05$ ), aşırı özdeşleşme ( $r=.247$ ;  $p<.01$ ) ve öz duyarlılık ( $r=.238$ ;  $p<.01$ ) arasında zayıf ama doğru orantılı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur. Diğer bir taraftan yaş ile sosyal görünüş kaygısı ( $r=$

-0.284,  $p < .01$ ), sanal tolerans ( $r = -.302$ ,  $p < .01$ ), sanal iletişim ( $r = -.128$ ,  $p < .05$ ) ve sosyal medya bağımlılığı ( $r = -.240$ ,  $p < .01$ ) arasında zayıf ama anlamlı ve ters orantılı bir korelasyon ilişkisi saptanmıştır.

Ek olarak korelasyon testi ile araştırmanın hipotez testlerinde gerçekleştirilecek korelasyon analizlerinin çoklu doğrusallık varsayımını sağlayıp sağlamadığı da korelasyon değerleri kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde araştırmanın farklı ölçme araçları ve boyutları arasında .800 üzeri bir korelasyon değerine sahip anlamlı bir istatistiksel ilişki tespit edilmediği için regresyonun ön koşulu olan çoklu doğrusallık varsayımı sağlanmaktadır.

#### 4.3.1 Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki

**Çizelge 4.8: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısını Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken        | B    | SH        | %95 Güven Aralığı |           | p     | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |       |
|--------------------------|------|-----------|-------------------|-----------|-------|----------------------------------|-------|
|                          |      |           | Alt Sınır         | Üst Sınır |       | Tolerans                         | VIF   |
| Sosyal Medya Bağımlılığı | .644 | .054 .600 | .537              | .751      | .000* | 1.000                            | 1.000 |

Bağımlı Değişken: Sosyal Görünüş Kaygısı, \* =  $p < .05$ ,  $R^2 = \%36$

Yukarıda yer alan Çizelge 4.8’de sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısını yordayıcılığının tespitine yönelik yapılan basit doğrusal regresyon testinin sonuçları yer almaktadır. Tespit edilen verilere göre sosyal medya bağımlılığının, sosyal görünüş kaygısının ( $\beta = 0.60$ ,  $t(251) = 11.875$ ,  $p < .05$ ) pozitif yönlü ve anlamlı bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Verilerden yola çıkarak sosyal medya bağımlılığı seviyesindeki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %60 oranında arttırmaktadır. Ayrıca bu modelin varyansı açıklama gücü ise %36 olmaktadır. Tüm bunlar gözetilerek, araştırmanın H1 hipotezi kabul edilmektedir.

#### 4.3.2 Sosyal medya bağımlılığı ile öz-şefkat arasındaki ilişki

**Çizelge 4. 9: Sosyal Medya Bağımlılığı İle Öz Duyarlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken         | B     | SH           | %95 Güven Aralığı |           | p     | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |       |
|---------------------------|-------|--------------|-------------------|-----------|-------|----------------------------------|-------|
|                           |       |              | Alt Sınır         | Üst Sınır |       | Tolerans                         | VIF   |
| Sosyal Medya- Bağımlılığı | 0.661 | 0.090 -0.420 | -0.838            | -0.483    | .000* | 1.000                            | 1.000 |

Bağımlı Değişken: Öz Duyarlılık, \* =  $p < .05$ ,  $R^2 = \%17$

Çizelge 4.9’da Sosyal Medya Bağımlılığı’nın Öz Şefkati yordayıcılığının tespitine yönelik gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon testinin bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığının, öz duyarlılığın ( $\beta = -0.420$ ,  $t(251) = -7.339$ ,  $p < .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı düzeyindeki bir birimlik artış, öz duyarlılığı %42 oranında azaltmaktadır. Ayrıca bu regresyon modelinin varyansı açıklama gücü ise %17.7 olmaktadır. Elde edilen bu bulgulara göre araştırmanın H2 hipotezi kabul edilmektedir

#### 4.3.3 Sanal tolerans ve sanal iletişimin sosyal görünüş kaygısı ile ilişkisi

**Çizelge 4.10: Sanal Tolerans ve Sanal İletişimin ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken | B    | SH   | %95 Güven Aralığı |           | p    | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |      |       |
|-------------------|------|------|-------------------|-----------|------|----------------------------------|------|-------|
|                   |      |      | Alt Sınır         | Üst Sınır |      | Tolerans                         | VIF  |       |
|                   |      |      |                   |           |      |                                  |      |       |
| Sanal Tolerans    | .742 | .130 | .400              | .486      | .999 | 0.000*                           | .517 | 1.913 |
| Sanal İletişim    | .529 | .149 | .250              | .236      | .823 | 0.000*                           | .517 | 1.913 |

Bağımlı Değişken: Sosyal Görünüş Kaygısı, \* =  $p < .05$ ,  $R^2 = \%36$

Çizelge 4.10’da sanal tolerans ve sanal iletişimin sosyal görünüş kaygısını yordayıcılığının tespitine yönelik gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon testinin bulguları yer almaktadır. Ulaşılan bulgulardan yola çıkarak, sanal tolerans ( $\beta = 0.400$ ,  $t(250) = 5.695$ ,  $p < .05$ ) ve sanal iletişimin ( $\beta = 0.250$ ,  $t(250) = 3.550$ ,  $p < .05$ ) sosyal görünüş kaygısının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü yordayıcıları olduğu bulunmuştur. Sonuç olarak, sanal tolerans ve sanal iletişim seviyelerindeki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını sırasıyla %40 ve %25 oranında arttırmaktadır. Ayrıca bu regresyon modelinin varyansı açıklama gücü ise %36 olmaktadır.

#### 4.3.4 Sanal tolerans ve sanal iletişimin öz şefkati ile arasındaki ilişki

**Çizelge 4.11: Sanal Tolerans ve Sanal İletişimin Öz Duyarlılık ile İlişkinin İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken | B      | SH   |                   |           |       |          | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |       |
|-------------------|--------|------|-------------------|-----------|-------|----------|----------------------------------|-------|
|                   |        |      | %95 Güven Aralığı |           | p     | Tölerans | VIF                              |       |
|                   |        |      | Alt Sınır         | Üst Sınır |       |          |                                  |       |
| Sanal Tolerans    | -1.406 | .210 | -.518             | -1.820    | -.992 | 0.000*   | .517                             | 1.935 |
| Sanal İletişim    | .213   | .240 | .069              | -.261     | .686  | .377     | .517                             | 1.935 |

Bağımlı Değişken: Öz Duyarlılık, \* =  $p < .05$ ,  $R^2 = \%22.4$

Yukarıda yer alan Çizelge 4.11’de sanal tolerans ve sanal iletişimin öz duyarlılığı yordayıcılığının tespitine yönelik gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon testinin bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre sanal toleransın ( $\beta = -0.518$ ,  $t(250)$

$= -6.687$ ,  $p < .05$ ) öz duyarlılığın istatistiksel olarak anlamlı ama negatif yönlü bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Ancak sanal iletişimin ( $\beta = 0.069$ ,  $t(250) = 0.885$ ,  $p > .05$ ) öz duyarlılığı anlamlı olarak yordamadığı anlaşılmıştır. Bu bulgulara göre sanal tolerans düzeyindeki bir birimlik artış, öz duyarlılığı %51.8 oranında azaltmaktadır. Ayrıca bu regresyon modelinin varyansı açıklama gücü ise %22.4 olmaktadır.

#### 4.3.5 Öz şefkat ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki

**Çizelge 4.12: Öz Şefkat ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken              | B     | SH     | %95 Güven Aralığı |           | p     | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |       |
|--------------------------------|-------|--------|-------------------|-----------|-------|----------------------------------|-------|
|                                |       |        | Alt Sınır         | Üst Sınır |       | Tolerans                         | VIF   |
| Sosyal Medya-0.313 Bağımlılığı | 0.038 | -0.458 | -0.389            | -0.238    | .000* | 1.000                            | 1.000 |

Bağımlı Değişken: Sosyal Görünüş Kaygısı, \* =  $p < .05$ ,  $R^2 = \%21$

Yukarıda yer alan Çizelge 4.12’de Öz Şefkatin Sosyal Görünüş Kaygısını yordayıcılığının tespitine yönelik gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon testinin bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre öz duyarlılığın, sosyal görünüş kaygısının ( $\beta =$

$-0.458$ ,  $t(251) = -8.168$ ,  $p < .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu verileri baz alarak, öz duyarlılık düzeyindeki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %45.8 oranında azaltmaktadır. Ayrıca bu regresyon modelinin varyansı açıklama gücü ise %21 olmaktadır. Sonuç olarak, araştırmanın H3 hipotezi kabul edilmektedir.

#### 4.3.6 Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide öz şefkatin rolü

**Çizelge 4.13: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkide Öz Şefkatin Moderatör Rolünün İncelenmesi**

| Bağımsız Değişken        | B      | SH    | %95 Güven Aralığı |           | p      | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |       |        |
|--------------------------|--------|-------|-------------------|-----------|--------|----------------------------------|-------|--------|
|                          |        |       | Alt Sınır         | Üst Sınır |        | Tölerans                         | VIF   |        |
| Sosyal Medya Bağımlılığı | 0.531  | 0.057 | 0.495             | 0.418     | 0.644  | 0.000*                           | 0.823 | 1.215  |
| Öz Duyarlılık            | -0.171 | 0.037 | -0.250            | -0.243    | -0.099 | 0.000*                           | 0.823 | 1.215  |
| Etkileşim (Model 2)      | -0.003 | 0.003 | -0.289            | -0.009    | 0.002  | 0.243                            | 0.039 | 25.953 |

Yukarıda yer alan Çizelge 4.13’de, sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısını yordayıcılığında öz duyarlılığın moderatör rolünün saptanmasına yönelik gerçekleştirilen hiyerarşik regresyon analizinin sonuçları bulunmaktadır. Ulaşılan verilere göre, sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısının ( $\beta = 0.495$ ,  $t(250) = 9.247$ ,  $p < .05$ ) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Öz duyarlılık ise sosyal görünüş kaygısını ( $\beta = -0.250$ ,  $t(250) = -4.682$ ,  $p < .05$ ) anlamlı ve negatif yönlü bir şekilde yordadığı bulunmuştur. Ancak, etkileşim terimi (Sosyal\_Medya\_Bağımlılığı x Öz\_Duyarlılık) eklenerek gerçekleştirilen ikinci modelde, etkileşim teriminin sosyal görünüş kaygısını anlamlı bir şekilde yordamadığı ( $\beta = -0.289$ ,  $t(249) = -1.171$ ,  $p > .05$ ) tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre, öz duyarlılığın, sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisini değiştiren bir moderatör rolü olmadığını göstermektedir. İlk modelin varyans açıklama gücü %41 iken, ikinci modelde etkileşim teriminin eklenmesiyle birlikte varyans açıklama gücünde anlamlı bir artış gözlemlenmemiştir. Elde edilen bu bulgulara göre araştırmanın H4 hipotezi reddedilmektedir.

#### 4.3.7 Sanal tolerans ve sanal iletişim ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide öz şefkatin rolü

**Çizelge 4.14: Sanal Tolerans ve Sanal İletişim ile Sosyal Görünüş Kaygısı arasındaki ilişkide Öz Şefkatin Moderatör Rolü**

|        | Bağımsız Değişken | B      | SH    | %95 Güven           |           | p      | Çoklu Doğrusallık İstatistikleri |              |
|--------|-------------------|--------|-------|---------------------|-----------|--------|----------------------------------|--------------|
|        |                   |        |       | Araştırma Alt Sınır | Üst Sınır |        | Tolerans                         | VIF          |
| Model1 | Sanal Tolerans    | 0.498  | 0.136 | 0.269               | 0.230     | 0.767  | .000                             | 0.438 2.281  |
|        | Sanal İletişim    | 0.566  | 0.144 | 0.267               | 0.283     | 0.849  | .000                             | 0.515 1.941  |
|        | Öz Duyarlılık     | -0.174 | 0.038 | -0.254              | -0.248    | -0.099 | .000                             | 0.776 1.288  |
| Model2 | Sanal Tolerans    | 1.241  | 0.547 | 0.669               | 0.163     | 2.319  | .024                             | 0.027 36.91  |
|        | Sanal İletişim    | 0.339  | 0.683 | 0.16                | -1.006    | 1.683  | .620                             | 0.023 43.911 |
|        | Öz Duyarlılık     | 0.037  | 0.152 | 0.054               | -0.264    | 0.337  | .810                             | 0.047 21.076 |
|        | Etkileşim terimi1 | -0.009 | 0.006 | -0.426              | -0.022    | 0.004  | .161                             | 0.026 38.793 |
|        | Etkileşim terimi2 | 0.003  | 0.008 | 0.135               | -0.012    | 0.018  | .689                             | 0.021 47.703 |

Son olarak yukarıda yer alan Çizelge 4.14'de, sanal tolerans ve sanal iletişimin sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisinde öz duyarlılığın moderatör rolünü incelemek için gerçekleştirilen hiyerarşik regresyon analizinin bulguları yer almaktadır. Bu analizde, sanal tolerans, sanal iletişim ve öz duyarlılık değişkenlerinin yanı sıra, bu değişkenlerin etkileşim terimleri (sanal tolerans \* öz duyarlılık; sanal iletişim \* öz duyarlılık) de modele dahil edilmiştir. Araştırmanın ilk modelinde sanal tolerans, sanal iletişim ve öz duyarlılık sosyal görünüş kaygısındaki varyansın %41.1'ini açıklamaktadır ( $F(3, 249) = 58.036, p < 0.001$ ). ikinci modelde ise etkileşim terimleri dahil edilmiş ve bu beş değişken sosyal görünüş kaygısındaki varyansın %41.7'sini açıklamaktadır ( $F(5, 247) = 35.357, p < 0.001$ ).

Araştırmanın ilk modelinde sanal tolerans sosyal görünüş kaygısının anlamlı ve pozitif bir yordayıcısıdır ( $B = 0.498, p < 0.001$ ) ve sanal toleranstaki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %26.9 oranında artırmaktadır. Sanal iletişim ise sosyal görünüş kaygısının anlamlı ve pozitif bir yordayıcısı ( $B = 0.566, p < 0.001$ ) olmakta ve sanal iletişimdeki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %26.7 oranında artırmaktadır. Son olarak da öz duyarlılık sosyal görünüş kaygısının anlamlı ve negatif bir yordayıcısıdır ( $B = -0.174, p < 0.001$ ), buna göre öz duyarlılıktaki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %25.4 oranında azaltmaktadır. İkinci modelde ise sanal tolerans yine sosyal görünüş kaygısının anlamlı ve pozitif bir yordayıcısı olmaktadır

( $B = 1.241$ ,  $p < 0.05$ ). Sanal toleranstaki bir birimlik artış, sosyal görünüş kaygısını %66.9 oranında artırmaktadır. Buna karşın sanal iletişim ve öz duyarlılık ise anlamlı olarak sosyal görünüş kaygısını yordamamaktadır.

Bu bulgulara göre, Model 1'de sanal tolerans ve sanal iletişim sosyal görünüş kaygısını anlamlı ve pozitif yönlü yordarken, öz duyarlılık sosyal görünüş kaygısını anlamlı bir şekilde negatif yönlü yordamaktadır. Ancak, Model 2'de etkileşim terimleri eklendiğinde, sanal tolerans sosyal görünüş kaygısını hala anlamlı bir şekilde pozitif yönlü yordarken, sanal iletişim ve öz duyarlılık anlamlı birer yordayıcı olmamaktadır. Ayrıca, etkileşim terimleri de sosyal görünüş kaygısını anlamlı bir şekilde yordayamamıştır. Bu durum da öz duyarlılığın, sanal tolerans ve sanal iletişim ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide moderatör bir rol oynamadığını göstermektedir.

## 5. TARTIŞMA

Araştırma, sosyal medya bağımlılığının bireylerin sosyal görünüş kaygısı düzeyleri üzerindeki etkilerini analiz etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, öz şefkat algısının bu ilişkideki moderatör rolünü de değerlendirmektedir. Bulgular, sosyal medya kullanımının artan yaygınlığı ve etkisi altında, bireylerin sosyal ilişkiler ve kişisel algıları üzerindeki karmaşık dinamikleri daha iyi anlamamıza katkı sağlayacaktır.

### 5.1 Sosyal Görünüş Kaygısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi

Çalışmada genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı puanlarındaki varyansın yaklaşık %36'sı açıklanmaktadır. Bu sonuç, sosyal medya kullanımının bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimini artırdığını ve bu durumun da sosyal görünüş kaygısını artırabileceğini desteklemektedir. Efe, Caner ve Başdaş (2022) tarafından yapılan çalışmaya göre sosyal medya araçlarından Tik-Tok kullanan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı daha yüksektir. Aynı zamanda, Emre ve Özyazıcı'nın 2022 yılında ergenlere yönelik yaptığı çalışmada sosyal medya paylaşımlarını takip etmenin bireylerin kendi görünüşleri, bedenleri ile ilgili olumsuz inançlara kapılması ve kendilerini yetersiz görmelerine yol açtığı saptanmıştır. Yapılan bu çalışmada erkek ve kadın katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmamasına rağmen literatürdeki araştırmalarda farklı sonuç lar gözlemlenmiştir (Boursier, Gioia, & Griffiths (2020). Aynı zamanda, Güzel ve Özer (2023) tarafından gerçekleştirilen araştırmada Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı arasında olumlu ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Sosyal medyada sıkça karşılaşılan idealize edilmiş beden imajları ve yaşam tarzları, kullanıcıların kendi fiziksel görünümelerini ve sosyal yaşamlarını

sorgulamalarına ve eleştirmelerine yol açabilir. Bu da sosyal görünüş kaygısının artmasına neden olabilir.

Bu bulgu, modelin sosyal görünüş kaygısının nedenlerini belirlemede oldukça etkili olduğunu ortaya koymaktadır, ancak diğer potansiyel etmenlerin de dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Sosyal görünüş kaygısının oluşumunda rol oynayabilecek diğer faktörler, örneğin bireyin benlik saygısı, sosyal destek düzeyi ve medya okuryazarlığı gibi değişkenler, ilerleyen araştırmalarda incelenebilir.

## **5.2 Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öz Şefkat İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi**

Çalışmanın bulguları, öz duyarlılığın sosyal görünüş kaygısının önemli bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Araştırma öncesinde varsayıldığı gibi sonuçlar negatif ve anlamlıdır. Basit doğrusal regresyon analizine göre, öz duyarlılık ( $p < .05$ ), sosyal görünüş kaygısını istatistiksel olarak anlamlı ve negatif etkilemektedir. Bu bulgular, öz duyarlılık düzeyindeki bir birimlik artışın sosyal görünüş kaygısını %45.8 oranında azalttığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, bu regresyon modelinin varyans açıklama gücü %21 olarak belirlenmiştir. Koç ve Ermiş (2016) tarafından sporculara yönelik yapılan araştırmanın sonucuna göre sosyal görünüş kaygısı ile öz şefkatin öz sevecenlik alt boyutu ve bilinçlilik alt boyutu ile negatif ama anlamlı bir ilişki gözlemlenirken öz yargılama, paylaşımların farkında olma, izolasyon ve aşırı özdeşleşme alt boyutları arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Ergenlerle yapılan bir diğer araştırmada öz şefkat ve sosyal görünüş kaygısı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Shah, Quart-ul-ain, 2023).

Bu sonuçlar, öz duyarlılığın bireylerin sosyal görünüş kaygılarını azaltmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Öz şefkat, bireylerin kendilerini daha kabullenici ve anlayışlı bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanıyan bir özellik olarak, sosyal görünüş kaygısını hafifletmesi beklenen bir sonuçtur. Bu, bireylerin dış görünüşlerine ve başkalarının algılarına karşı daha az hassas olmalarına ve dolayısıyla kendilerini oldukları haliyle kabul etmelerine yardımcı olur.

### **5.3 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Öz Şefkat İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi**

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığının öz duyarlılığı yordayıcılığını incelemek amacıyla gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon testinin bulguları, dikkate değer ve önemli sonuçlar ortaya koymuştur. Analiz sonuçlarına göre, sosyal medya bağımlılığının öz duyarlılığın istatistiksel olarak anlamlı ama negatif yönlü bir yordayıcılığı olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, sosyal medya bağımlılığı düzeyindeki her bir birimlik artışın, öz duyarlılığı %42 oranında azalttığını göstermektedir. Yetişkinler üzerinde yapılan bir araştırmada benzer şekilde sosyal medya bağımlılığının öz şefkati negatif yönlü etkilediğini göstermektedir (Mitropoulou, Karagianni ve Thomadakis, 2022). Keyte, Mullis, Egan, Hussain, Cook ve Mantzios (2021) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada bireylerin sosyal medyaya fazla maruz kalmaları sonrasında depresyon gibi bazı psikoloji rahatsızlıklar ortaya çıkabilecekken öz şefkatin bu rahatsızlıkları önleyici bir rol üstlendiği belirtilmiştir. Özyazıcı ve Emre'nin (2022) yaptığı araştırmada çoğunlukla bireylerin sosyal medyada takip ettikleri arkadaşlarının paylaşımlarını görmeleri sonucunda kendilerini eleştirdiklerini ve düşük öz şefkat davranış ve duygularına sahip oldukları söylenmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığının artmasıyla kişi kendi benliğinden ve gerçek hayattaki bağlantılarından uzaklaşmaktadır. Bu da, bazı psikolojik ve fizyolojik bozuklukların oluşmasına yol açabilir. Kişinin kendine verdiği değer, kendini kabul edişi de olumsuz etkilenebilir. Bu açıdan, bağımlılığı artan kişilerin öz şefkat seviyelerinin azalması beklenen bir sonuçtur.

### **5.4 Sosyal Görünüş Kaygısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Öz Şefkat ile Demografik Bilgilerin İlişkisine Dair Bulguların İncelenmesi**

Elde edilen bulgular incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcılar arasında öz sevecenlik, bilinçlilik ve öz duyarlılık boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur. Diğer yandan, sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, izolasyon ve aşırı özdeşleşme açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir fark saptanmıştır ( $p>.05$ ). Benzer bir şekilde, Tolan ve Aslan (2022) tarafından yapılan çalışmalarda, sosyal

medya bağımlılığı konusunda cinsiyetler arasında istatistiksel olarak önemli bir fark olmadığı belirtilmiştir. Abbasi (2019) 'a göre de sosyal medya bağımlılığının kadın ve erkeğe göre bir değişikliği yoktur. Diğer yandan, sosyal görünüş kaygısı konusunda literatürde cinsiyetler arasında belirgin farklar olduğu görülmektedir. Pekdağ ve Coşkun (2010) tarafından yürütülen bir araştırma, kadınların erkeklere kıyasla kendi görünüşleri hakkında daha fazla kaygı duyduklarını ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Grieve, Wann, Henson, Ford ve Healty(2006) yaptığı çalışmada kadınların sosyal görünüş kaygısının erkeklere göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Veriler değerlendirildiğinde; öz sevecenlik, paylaşımların bilincinde olma ve aşırı özdeşleşme boyutlarında eğitim düzeyine göre anlamlı farklar saptanmıştır. Ancak, sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı, öz yargılama, izolasyon, bilinçlilik ve öz duyarlılık boyutlarında eğitim düzeyine göre anlamlı farklar bulunmamaktadır ( $p>.05$ ). Çalışmada elde edilen sonuçlardan farklı olarak, Özer ve Güzel'in (2023) yaptığı çalışmada bireylerin eğitim düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı seviyelerinin azaldığı görülmektedir.

Medeni durum değişkeni incelendiğinde, sanal tolerans, sosyal medya bağımlılığı, paylaşımların bilincinde olma ve izolasyon boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ancak, sosyal görünüş kaygısı, sanal iletişim, öz sevecenlik, öz yargılama, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz duyarlılık boyutlarında medeni durum değişkenine göre anlamlı farklar bulunmamaktadır ( $p>.05$ ). Öte yandan, Özer ve Güzel'in (2023) yaptığı çalışmaya göre bekarların sosyal görünüş kaygı düzeylerinin evlilere kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Sanal tolerans, sanal iletişim, sosyal medya bağımlılığı ve izolasyon boyutlarında kullanım süresine göre anlamlı farklar saptanmıştır. Ancak, sosyal görünüş kaygısı, öz sevecenlik, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz duyarlılık boyutlarında kullanım süresine göre anlamlı farklar bulunmamaktadır ( $p>.05$ ). Güzel ve Özer'e (2023) göre sosyal medyayı günlük kullanımının 4 saatten fazla süren bireylerin sosyal görünüş kaygısı düzeyleri daha yüksektir.

Yaş değişkeni ile bazı psikolojik değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ve zayıf şiddette ilişkiler bulunmuştur. Öz sevecenlik, öz yargılama, paylaşımların bilincinde olma, izolasyon, bilinçlilik, aşırı özdeşleşme ve öz

duyarlılık yaşla birlikte doğru orantılı bir ilişki göstermiştir. Öte yandan, yaş ile sosyal görünüş kaygısı, sanal tolerans, sanal iletişim ve sosyal medya bağımlılığı arasında ters orantılı ve zayıf şiddette ilişkiler tespit edilmiştir.

### **5.5 Cinsiyet Değişkenine Göre Öz Şefkat'teki Farklılaşmaya Dair Yorumlar**

Elde edilen bulgular, cinsiyet ile Öz Şefkat Ölçeğinin alt boyutları olan öz sevecenlik, bilinçlilik ve öz duyarlılık boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, kadın ve erkek katılımcıların öz şefkat düzeylerinde belirgin farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Öz sevecenlik boyutu bakımından, erkeklerin puanlarının kadınlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı ve yüksek olduğu bulunmuştur ( $p=0.009$ ). Bilinçlilik boyutu açısından ise kadın katılımcıların bilinçlilik puanları, erkek katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı derecede daha düşük bulunmuştur ( $p=0.003$ ). Erkeklerin bu konuda daha yüksek puanlar alması, onların daha yüksek farkındalık ve dikkat düzeyine sahip olduklarını işaret edebilir. Öz duyarlılık boyutu incelendiğinde, kadın katılımcıların puanlarının, erkek katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı derecede daha az olduğu saptanmıştır ( $p=0.035$ ). Bu sonuçlar, erkeklerin bu konuda da kadınlara göre daha yüksek puan aldığını ve dolayısıyla öz duyarlılık açısından daha hassas oldukları söylenebilir. Çalışmanın sonuçlarından farklı olarak literatürde öz şefkat hakkında yapılan araştırmalarda, bireylerin cinsiyetinin Öz Şefkati ya da öz sevecenlik ve paylaşımların bilincinde olma alt boyutlarını etkilememektedir (Küçük, 2020). Bacanlı ve Çarpıt (2020) tarafından gerçekleştirilen bir meta-analiz, erkeklerin öz şefkat puan ortalamalarının kadınlara kıyasla daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Erkeklerin kendilerine karşı daha sevecen, daha bilinçli ve kendilerine karşı daha duyarlı olmaları, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentilerinin bireylerin öz şefkat düzeyleri üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

## 5.6 Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Öz Şefkat'teki Farklılaşmaya Dair Yorumlar

Elde edilen bulgular, eğitim düzeyi ile öz sevecenlik, paylaşımların bilincinde olma ve aşırı özdeşleşme alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, katılımcıların eğitim düzeylerinin öz şefkatin farklı boyutlarına olan etkilerini ortaya koymaktadır. Öte yandan, Savaş (2021) tarafından gerçekleştirilen yüksek lisans tez çalışmasında bireylerin eğitim durumlarının öz şefkat seviyesi ile arasında anlamlı bir ilişki olmadı gözlemlenmiştir. Yapılan bir diğer çalışmada benzer şekilde düşük eğitilmiş bireylerin orta ve yüksek eğitim düzeyine sahip insanlara kıyasla öz şefkat düzeyleri daha düşüktür (Lopez, Sanderman, Çiftlik ve Schroevers, 2018). Literatürde yapılan diğer araştırmalara bakıldığında eğitim seviyesi ile öz şefkat arasındaki ilişkiye dair bulgulara rastlanılmamıştır.

Öz sevecenlik boyutu açısından, lise ve altı eğitime sahip katılımcıların öz sevecenlik puanları, lisans düzeyindeki katılımcılarla ve lisansüstü düzeyindeki katılımcılarla karşılaştırıldığında, lisans seviyesindeki katılımcıların puanlarının istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu bulunmuştur ( $p=0.038$ ). Bu bulgu, lisans düzeyindeki katılımcıların kendilerine karşı daha sevecen olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Paylaşımların bilincinde olma boyutu için, lise ve altı düzeyindeki katılımcıların paylaşımların bilincinde olma puanları, lisans düzeyindeki ve lisansüstü düzeyindeki katılımcılarla karşılaştırıldığında, lisans düzeyindeki katılımcıların puanlarının istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu saptanmıştır ( $p=0.023$ ). Bu sonuç, lisans düzeyindeki katılımcıların paylaşımların farkında olma ve bu paylaşımlara bilinçli bir şekilde yaklaşma konusunda daha yüksek puanlar aldığını göstermektedir. Son olarak, aşırı özdeşleşme boyutu incelendiğinde, lise ve altı düzeyindeki katılımcıların aşırı özdeşleşme puanları, lisans ve lisansüstü düzeyindeki katılımcılarla karşılaştırıldığında, lisans düzeyindeki katılımcıların puanlarının istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $p=0.040$ ). Bu bulgu, lisans düzeyindeki katılımcıların duygusal deneyimleriyle aşırı özdeşleşme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

### **5.7 Medeni Durum Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığındaki Farklılaşmaya Dair Yorumlar**

Araştırma bulgularına göre, medeni durumun sosyal medya bağımlılığı üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı bakımından; evli katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları, bekar/boşanmış katılımcıların puanlarıyla karşılaştırıldığında, bekar/boşanmış katılımcıların puanlarının istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bekar veya boşanmış bireylerin sosyal medya kullanımını daha yoğun bir şekilde gerçekleştirdiğini ve bu platformlara daha bağımlı hale geldiğini göstermektedir. Alt boyutu olan Sanal tolerans bakımından; evli katılımcıların sanal tolerans puanları, bekar/boşanmış katılımcıların puanlarıyla karşılaştırıldığında, bekar/boşanmış katılımcıların puanlarının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Sağar'ın (2019), yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını irdelediği çalışmada benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutu olan sanal tolerans ile medeni durum arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Çalışmaya göre boşanmış olan bireylerin sosyal medya bağımlılık ve sanal tolerans düzeyleri daha yüksektir. Öte yandan, bir diğer alt bileşen olan sanal iletişim ile medeni durum arasında anlamlı bir fark yoktur. Aynı zamanda Uslu (2021), evlilere kıyasla bekarların daha yüksek sosyal medya bağımlılığın olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçları destekler nitelikte olan bir diğer çalışma ise Özer ve Güzel (2023) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu farklılaşmanın nedenleri çeşitli faktörlere dayanabilir. Bekar veya boşanmış bireylerin sosyal medya üzerinden daha fazla sosyal etkileşim arayışında olmaları, duygusal destek ve arkadaşlık ihtiyaçlarını bu platformlarda karşılamaya çalışmaları olası sebepler arasında sayılabilir.

### **5.8 Medeni Durum Değişkenine Göre Öz Şefkatteki Farklılaşmaya Dair Yorumlar**

Bulgulara göre Öz Duyarlılık ölçeğinin alt boyutlarından biri olan paylaşımların bilincinde olma bakımından; bekar/boşanmış katılımcıların puanlarının evlilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bir diğer alt boyut olan izolasyon boyutu bakımından; evli

katılımcıların puanlarının bekar-boşanmış katılımcılara göre istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, evli bireylerin izolasyon seviyelerinin, bekar veya boşanmış bireylere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Küçük (2020) tarafından yapılan araştırmada evli olan bireylerin bekar olanlar kıyasla izolasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Literatürde yapılan bir diğer araştırmaya göre evli bireylerin öz sevecenlik puanlarının, bekarların ise aşırı özdeşleşme puanlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır (Vardar. 2019)

### **5.9 Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Sosyal Medya Bağımlılığındaki Farklılaşmaya Dair Yorumlar**

Elde edilen bulgular, sosyal medyada platformlarında gündelik olarak geçirilen zaman ile sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans ve sanal iletişim arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu göstermektedir. Bu farkların analizi, sosyal medya kullanımının bu boyutlar üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde incelememizi sağlamaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımı arasında kuvvetli bir ilişki olduğu görülmektedir. 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük bağımlılık düzeyine sahipken, 6 saatten fazla sosyal medyada vakit geçiren katılımcılar en yüksek bağımlılık düzeyine sahiptir. Bu bulgu, sosyal medya kullanım süresinin artmasının sosyal medya bağımlılığını artırdığını açıkça ortaya koymaktadır. Uslu (2021) çalışmasında sosyal medyada geçirilen süre ve bağımlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Koçak ve Zeliha (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinde en yüksek puanı alan katılımcıların günde 3-5 saat ve fazla sosyal medya kullandığı gözlemlenmiştir. Estetik işlem yaptırma algısını konu alan bir araştırmada sosyal medya kullanım süresi 4 saatten fazla olan bireylerin diğerlerine göre sosyal medya bağımlılığı daha yüksek düzeydedir (Özer ve Güzel, 2023)

Sanal tolerans alt boyutunda, sosyal medya kullanım süresi arttıkça sanal tolerans düzeyinin de arttığı görülmektedir. 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük sanal tolerans düzeyine sahipken, 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcılar en yüksek sanal tolerans düzeyine sahiptir. Sanal iletişim boyutunda da benzer bir trend gözlemlenmiştir. 0-2 saat sosyal medya kullanan

katılımcılar en düşük sanal iletişim düzeyine sahipken, 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcılar en yüksek sanal iletişim düzeyine sahiptir.

#### **5.10 Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre İzolasyondaki Farklaşmaya Dair Yorumlar**

Öz Şefkatin bir boyutu olan izolasyon boyutunda ise, sosyal medyada geçirilen vakit ile izolasyon düzeyi arasında ters bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. 0-2 saat sosyal medya kullanan katılımcılar en yüksek izolasyon düzeyine sahipken, 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcılar en düşük izolasyon düzeyine sahiptir. Bu bulgu, sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin kendilerini daha az izolehisettiğini düşündürmektedir. Literatürde yapılan çalışmalarda sonucu destekler niteliktedir. Sosyal medyada uzun süre vakit geçirmenin bazı psikolojik olumsuzluklara neden olabileceği saptanmıştır (Watson, Prosek ve Giordano, 2021). Emre ve Özyazıcı (2022) tarafından gerçekleştirilen ergenlerin sosyal medya kullanımı ve öz şefkat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmada, özellikle uzun süreli instagram kullanan katılımcıların psikolojik olarak olumsuz etkilendiklerinden bahsedilmektedir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 6.1 Sonuç

- Cinsiyetin sosyal görünüş kaygısı düzeyini etkilemediği saptanmıştır.
- Eğitim durumun sosyal görünüş kaygısı düzeyini etkilemediği saptanmıştır.
- Medeni durumun sosyal görünüş kaygısı düzeyini etkilemediği saptanmıştır.
- Sosyal medya kullanım süresinin sosyal görünüş kaygısı düzeyini etkilemediği saptanmıştır.
- Bireylerin yaşı arttıkça sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin azaldığı saptanmıştır.
- Sosyal medya bağımlılığı düzeyinin pozitif yönde sosyal görünüş kaygısı düzeyini yordadığı tespit edilmiştir.
- Sosyal medya bağımlılığı düzeyinin negatif yönde öz şefkat düzeyini yordadığı tespit edilmiştir.
- Öz şefkat düzeyinin negatif yönde sosyal görünüş kaygısını yordadığı tespit edilmiştir.
- Öz şefkat düzeyinin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin sosyal görünüş kaygısı düzeyi üzerindeki etkisini değiştiren bir moderatör rolü olmadığı tespit edilmiştir.

### 6.2 Öneriler

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak demografik değişkenlerin sosyal görünüş kaygısı seviyesinde olumlu ya da olumsuz bir etkisi olmadığı söylenebilir. Öngörüldüğü gibi, yaş ile sosyal görünüş kaygı düzeyi arasında negatif ama anlamlı

bir ilişki vardır. Bireyler yaşları arttıkça başkalarının yargılamalarına daha az önem verdikleri ve kaygılarının azaldığı söylenebilir.

Güzellik algılarının medya aracılığıyla empoze edilmesiyle önemli bir sorun haline gelen sosyal görünüş kaygısını kontrol altına almak için müdahale programları oluşturulabilir ve bu programlar için araştırma sonuçlarından destek alınabilir. Bu kaygının başlangıcının muhtemel olduğu ergenlik dönemindeki ve ileriki yaşlardaki bireylere olumlu beden algısı oluşturmak ve başkalarının düşüncelere bu denli odaklanmamaları adına çeşitli eğitim ve seminerler verilebilir.

Gelecekteki çalışmalarda araştırmacılar, daha geniş ve çeşitli demografik özelliklere sahip katılımcılarla çalışarak sonuçların genellenebilirliğini artırabilirler. Farklı yaş grupları, eğitim seviyeleri, meslekler ve coğrafi bölgelerden katılımcılar seçmek, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat arasındaki ilişkilerin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesini sağlayacaktır.

Araştırmacılar, farklı sosyal medya platformlarının (örneğin, Instagram, Twitter, Facebook) kullanıcı davranışları üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak inceleyebilir. Her platformun kendine özgü dinamikleri ve kullanıcı kitlesi olduğundan, bu platformların bağımlılık düzeyleri, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat üzerindeki etkileri farklılık gösterebilir.

Bu öneriler, sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat arasındaki ilişkilerin daha derinlemesine incelenmesini sağlayacak ve alandaki literatüre önemli katkılar sunacaktır.

## KAYNAKLAR

- Abak, E. (2019). Ruminatif Düşünme Stili, Beden Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısının Romantik İlişki Ve Partner Odaklı Obsesif Kompulsif Semptomlarla İlişkisi. Yayınlanış Yüksek Lisans Tezi. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara.
- Abbasi, I. S. (2019). Social Media Addiction İn Romantic Relationships: Does User's Age Influence Vulnerability To Social Media Infidelity? *Personality And Individual Differences*, 139, 277–280. Doi:10.1016/J.Paid.2018.10.038
- Akın, Ü., Akın, A. Ve Abacı, R. (2007). Öz-Duyarlık Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 01-10.
- Aktan, E. (2018). Sosyal Medya Ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 11(2), 35-53.
- Altın, M., Kıvrak, O. A. (2018) The Social Media Addiction Among Turkish University Students, *Journal Of Education And Training Studies*, 6,12. Doi:10.11114/Jets.V6i12.3452
- Aslan, H. R., Tolan, Ö. Ç., (2022). Social Appearance Anxiety, Automatic Thoughts, Psychological Well-Being And Social Media Addiction İn University Students
- Bacanlı, F., & Çarkıt, E. (2020). Öz Şefkatin Cinsiyete Göre İncelenmesi: Meta Analiz Çalışması. *Ege Eğitim Dergisi*, 21(2), 1-15. <https://doi.org/10.12984/Egeefd.648331>
- Bateson, M., Brilot, B., & Nettle, D. (2011). *Anxiety: An Evolutionary Approach*. *The Canadian Journal Of Psychiatry*, 56(12), 707–715. Doi:10.1177/070674371105601202
- Beard, K. W. (2005). Internet Addiction: A Review Of Current Assessment Techniques And Potential Assessment Questions. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(1), 7–14. Doi:10.1089/Cpb.2005.8.7
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, Md (2020). Özçekim Beklentileri Ve Sosyal Görünüm Kaygısı Ergenlerin Sorunlu Sosyal Medya Kullanımını ÖngörüyorMu? *İnsan Davranışında Bilgisayarlar*, 110,106395. <https://doi.org/10.1016/J.Chb.2020.106395>
- Budak, S. (2005). Psikoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- Büyükcumcu, S.B., Ceyhan, A.A. (2018). Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Karşılaştırma Eğilimlerinin İncelenmesi - *Anadolu Journal Of Educational Sciences International*, 2020; 10(1): 273-302
- Caner, N., Efe, Y.S & Başdaş, Ö. (2022). Sosyal Medya Bağımlılığının Ergenlik Çağındaki Hayat'a Katkısı: Sosyal Görünüm Kaygısı. *Curr Psychol* 41, <https://doi.org/10.1007/S12144-022-03280-Y>

- Cash, T.F. (1997).The Body Image Workbook: An 8-Step Program For Learning To Like Your Looks. Washington: New Harbinger. *Chopathology. Neurosci Biobehav Rev.* 2001;25:117-142
- Çankaya B (2007) Lise I. Ve II. Sınıf Öğrencilerinin Algılanan Benlik Saygısının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dilbaz, N. (1997). Sosyal Fobi. *Psikiyatri Dünyası*;1:18-24
- Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (Sgk) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 151-159.
- Erkan, Y. D. D. Z. (2002). Sosyal Kaygı Düzeyi Yüksek Ve Düşük Ergenlerin Ana Baba Tutumlarına İlişkin Nitel Bir Çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(10).
- Eser, A. (2023).Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasında İlişkinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, 20
- Festinger, L. (1954). Sosyal Karşılaştırma Süreçleri Kuramı. İçinde M. Sherif Ve M. O. Wilson (Editörler), *Sosyal Psikoloji Okumaları* (S. 117-140)
- Fidan, Z. (2021). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul
- Grieve Fg, Wann D, Henson Ct, Ford P. Healty And Unhealty Weight Management Practices İn Collegiate Men And Women. *Journal Of Sport Behavior*, 29: 229- 241, 2006.
- Güvenen, G. (2017). Sosyal Medya Ve Kitle İletişim Araçlarının Lise Öğrencilerinin Beden Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisan Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. Ve Heimberg, R. C. (2008). Development And Examination Of The Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, 15(1): 48-59
- Karamış, B. (2021). Effects Of Self-Compassion Exercises On Flow State, Enjoyment/Anxiety And Self Compassion During Language Learning. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi, Mersin
- Keyte, R., Mullis, L., Egan, H., Hussain, M., Cook, A., & Mantzios, M. (2021). Self-Compassion And Instagram Use İs Explained By The Relation To Anxiety, Depression, And Stress. *Journal Of Technology İn Behavioral Science*, 6(2).
- Koç, E. H., & Ermiş, E. (2016). Self-Compassion As A Predictor Of Social Physique Anxiety İn Athletes. *Journal Of Human Sciences*, 13(3), 5214–5222. Retrieved From <https://Www.J-Humansciences.Com/Ojs/Index.Php/Ijhs/Article/View/4120>

- Koçak, M., & Zeliha, T. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ve Yaşamın Anlamı Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631.
- Korte S.M. (2001) Corticosteroids In Relation To Fear, Anxiety And Psychopathology
- Levinson, Cheri, A. Thomas, L., Rodebaugh. (2012). Social Anxiety And Eating Disorder Comorbidity: The Role Of Negative Social Evaluation Fears,
- López, A., Sanderman, R., Ranchor, A.V., (2018) Başkalarına Karşı Şefkat ve Öz Şefkat: Seviyeler, Korelasyonlar ve Psikolojik İyi Oluşla İlişkisi. *Farkındalık* 9 , 325–331 <https://doi.org/10.1007/s12671-017-0777-z>
- Manav, F. “Kaygı Kavramı”.(2011). *Toplum Bilimleri Dergisi* 5 (9) : 201-211
- Meltem, K. (2020). Yetişkinlerin Öz Şefkat, Bağlanma Stilleri Ve Psikolojik İyi Oluş Özelliklerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Mitropoulou, E. M., Karagianni, M., & Thomadakis, C. (2022). Social Media Addiction, Self-Compassion, and Psychological Well-Being: A Structural Equation Model. *Alpha psychiatry*, 23(6), 298–304. <https://doi.org/10.5152/alphapsychiatry.2022.22957>
- Neff K. D. (2023). Self-Compassion: Theory, Method, Research, And Intervention. *Annual Review Of Psychology*, 74, 193–218.
- Neff, K. D. (2003a). Self-Compassion: An Alternative Conceptualization Of A Healthy Attitude Toward Oneself. *Self And Identity*, 2(2), 85-101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Neff, K. D. (2003b). The Development And Validation Of A Scale To Measure Self-Compassion Self And Identity, 2(3), 223-250.
- O'day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). *Social Media Use, Social Anxiety, And Loneliness: A Systematic Review. Computers In Human Behavior Reports*, 3, 100070. [Doi:10.1016/J.Chbr.2021.100070](https://doi.org/10.1016/J.Chbr.2021.100070)
- Özer, P., Güzel, Ş. (2023). Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Sosyal Medya Bağımlılığının Estetik İşlem Yaptırma Algısı İle İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40).
- Özyacı, K., Emre, O., (2022) Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımı Odağında Öz Şefkatin Rolünü Anlamak. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3). S.875- 898
- Pala, S. (2023). Egzersiz Bağımlılığı Düzeyine Göre Kendini Algılama, Kişilerarası Duyarlılık Ve Beden Algısı Seviyelerinin İncelenmesi. Onaylanmış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Pekdağ, F., & Coşkun, F. (2010). Üniversiteli Dansçıların Sosyal Fizik Kaygı Ve Beden İmgesinden Hoşnut Olma Düzeyleri. *Pamukkale Journal Of Sport Sciences*, 1(2),
- Raudeliūnienė J, Davidavičienė V, Tvaronavičienė M, Jonuška L. Evaluation Of Advertising Campaigns On Social Media Networks. *Sustainability*. 2018; 10(4):973. <https://doi.org/10.3390/Su10040973>

- Sağar, M. E., (2019). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi, Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi 1 (1) S.29-42
- Savaş, E. (2021) Pandemi Sürecinde Yetişkinlerin Öz Şefkat Ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Belirsizliğe Tahammülsüzlük Düzeyleri Ve Psikolojik Semptomları İle İlişkinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Kent Üniversitesi, İstanbul
- Steimer T. (2022). The Biology Of Fear-And Anxiety-Related Behaviors. Dialogues In Clinical Neuroscience. 4(3) S231-49
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik Ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (Keğad)*, 14(1), 523-538.
- Terry, M. L., & Leary, M. R. (2011). *Self-Compassion, Self-Regulation, And Health. Self And Identity*, 10(3), 352–362. Doi:10.1080/15298868.2011.558404
- Uslu, M., (2021). Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Kulla 391nımı Araştırması. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6(2). S. 371- 391.
- Vardar, Z.S., (2019). Yetişkinlerde Öz Şefkat Ve Kişilerarası Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). *Do Social Network Sites Enhance Or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. Social Issues And Policy Review*, 11(1), 274–302. Doi:10.1111/Sipr.12033
- Watson, J. C., Prosek, E. A., & Giordano, A. L. (2022). Distress Among Adolescents: An Exploration Of Mattering, Social Media Addiction, And School Connectedness. *Journal Of Psychoeducational Assessment*, 40(1), 95-107. <https://doi.org/10.1177/07342829211050536>
- White, E.K. (2008). The Role Of Social Physique Anxiety And Social Appearance Anxiety In The Body Checking Behaviors Of Male And Female College Students. (Unpublished Master Thesis). University Of Nevada, Department Of Psychology.
- Wills, T. A. (1981). Downward Comparison Principles In Social Psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245.
- Yorulmaz, M, Ve Kurutçu, Ş. (2019). Vücut Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 195-208.
- Young, K. S. (2004). *Internet Addiction. American Behavioral Scientist*, 48(4), 402–415. Doi:10.1177/0002764204270278
- Zainab Shah, Ansa Qurat-Ul-Ain (2023). Self-Compassion On Positive And Negative Affect And Appearance Anxiety Among Adolescents. *Pak. Journal Of Int’l Affairs*, Vol 6, Issue 2 S,617-627
- Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., Harris, R. B., & Harris, K. J. (2019). Social Media Addiction And Social Media Reactions: The Implications For Job Performance. *The Journal Of Social Psychology*, 1–15. Doi:10.1080/00224545.2019.1578725

## **EKLER**

### **EK-A: Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu**

Değerli Katılımcı,

Gedik Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencisi Hatice Hale Arslan tarafından yürütülen çalışmaya davet edilmektesiniz. Bu araştırmanın temel amacı sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve öz şefkat arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Katılımcılara, yaklaşık 10 dakika sürmesi beklenen üç farklı form uygulanacaktır. Çalışmaya katılmanız zorunlu değildir.

Çalışmaya katılmanız durumunda, çalışmanın amacına ulaşması için tüm soruların eksiksiz yanıtlanması, verilen cevapların samimi ve içten olması oldukça önemlidir. Cevaplar tamamen gizli tutulacak ve sadece bilimsel araştırma amacıyla araştırmacı tarafından kullanılacaktır. Çalışmaya katılım sırasında rahatsızlık duyarsanız, herhangi bir neden belirtmeden çalışmayı bırakma hakkına sahipsiniz. Çalışmayı yarım bıraktığınız takdirde doldurduğunuz anket araştırmaya dahil edilmeyecektir.

Bu formu okuyup onaylamanız araştırmayı kabul ettiğiniz anlamına gelmektedir. Verilerin analizinden sonra, araştırma ile ilgili bir rapor yayınlanabilir. Yukarıda belirtilenler dışında herhangi bir sorunuz olursa araştırmacı ile ..... adresi üzerinden iletişime geçebilirsiniz.

## **EK-B: Sosyodemografik Bilgi Formu**

**1. Cinsiyet:**

K( ) E( )

**2. Yaşınız :**

**3. Eğitim Durum:**

İlkokul( ) Ortaokul( ) Lise( ) Üniversite( ) Lisansüstü( )

**4. Medeni Durum:**

Bekar( ) Evli( ) Dul( ) Boşanmış( )

**5. Gün içerisinde sosyal medyada kaç saat geçiriyorsunuz?**

0 saatten- 2 saate kadar ( ) 2 saatten çok- 4 saate kadar ( ) 4 saatten çok- 6 saate kadar ( ) 6 saatten çok ( )

**6. Hangi sosyal medya araçlarını kullanıyorsunuz?**

Instagram ( ) Twitter ( ) Snapchat ( ) Tiktok ( ) Facebook ( ) LinkedIn ( ) WhatsApp ( ) Youtube ( ) Pinterest ( )

### EK-C: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Aşağıda bazı maddeler bulunmaktadır. Lütfen maddeleri dikkatlice okuyun ve size uygunluk derecesine göre değerlendirerek (bana hiç uygun değil, bana çok az uygun, bana biraz uygun, bana çok uygun ve bana tamamen uygun) seçeneklerinden birini işaretleyiniz.

|                                                                                                                                                                 | Bana hiç uygun değil | Bana çok az uygun | Bana biraz uygun | Bana çok uygun | Bana tamamen uygun |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------|----------------|--------------------|
| 1-Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.                                                                                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 2-Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.                                                                                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 3-İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.                                                                                                               |                      |                   |                  |                |                    |
| 4-İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.                                                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 5-Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.                                                   |                      |                   |                  |                |                    |
| 6-Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.                                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 7-İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.<br>Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracığından endişe duyarım.                                                   |                      |                   |                  |                |                    |
| 8-Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım. İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşarım.                          |                      |                   |                  |                |                    |
| 9-Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım. Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum. |                      |                   |                  |                |                    |
| 10-İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.                                                                            |                      |                   |                  |                |                    |
| 11-Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissedirim.                                                    |                      |                   |                  |                |                    |
| 12-Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.                                                                                 |                      |                   |                  |                |                    |
| 13-İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.                                                                                       |                      |                   |                  |                |                    |

### EK-D: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu

Aşağıda sosyal medya kullanımı ile ilgili maddeler bulunmaktadır. Lütfen aşağıda verilen maddeleri dikkatlice okuyun ve her maddenin size uygunluğunu verilen derecelendirme sistemine göre değerlendiriniz.

|                                                                                                        | Bana hiç uygun değil | Bana çok az uygun | Bana biraz uygun | Bana çok uygun | Bana tamamen uygun |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------|----------------|--------------------|
| 1-Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.                                           |                      |                   |                  |                |                    |
| 2-Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.                                                |                      |                   |                  |                |                    |
| 3-Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır                           |                      |                   |                  |                |                    |
| 4-Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.                                         |                      |                   |                  |                |                    |
| 5-Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.                                                                  |                      |                   |                  |                |                    |
| 6-Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.                                       |                      |                   |                  |                |                    |
| 7-Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.                            |                      |                   |                  |                |                    |
| 8-Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 9-Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.                                                      |                      |                   |                  |                |                    |
| 10-Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 11-Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.                                                                 |                      |                   |                  |                |                    |
| 12-Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.                                |                      |                   |                  |                |                    |
| 13-Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.                                 |                      |                   |                  |                |                    |
| 14-Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum. |                      |                   |                  |                |                    |
| 15-Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.                                           |                      |                   |                  |                |                    |
| 16-İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.      |                      |                   |                  |                |                    |
| 17-Sosyal medyada Bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.                            |                      |                   |                  |                |                    |
| 18-Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.                      |                      |                   |                  |                |                    |
| 19-Sosyal medya                                                                                        |                      |                   |                  |                |                    |

|                                                                                                                  |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.                            |  |  |  |  |  |
| 20-Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor. |  |  |  |  |  |



### EK-E: Öz-Duyarlık (Öz-Şefkat) Ölçeği

Aşağıda bazı maddeler bulunmaktadır. Lütfen her maddeyi dikkatlice okuyarak sizin için en uygun seçeneği işaretleyiniz.

|                                                                                                                                             | Bana hiç uygun değil | Bana çok az uygun | Bana biraz uygun | Bana çok uygun | Bana tamamen uygun |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------|----------------|--------------------|
| 1-Bir yetersizlik hissettiğimde, kendime bu yetersizlik duygusunun insanların birçoğu tarafından paylaşıldığını hatırlatmaya çalışırım.     |                      |                   |                  |                |                    |
| 2-Kişiliğimin beğenmediğim yönlerine ilişkin anlayışlı ve sabırlı olmaya çalışırım.                                                         |                      |                   |                  |                |                    |
| 3-Bir şey beni üzdüğünde, duygularıma kapılıp giderim. Hoşlanmadığım yönlerimi fark ettiğimde kendimi suçlarım.                             |                      |                   |                  |                |                    |
| 4-Benim için önemli olan bir şeyde başarısız olduğumda, kendimi bu başarısızlıkta yalnız hissederim.                                        |                      |                   |                  |                |                    |
| 5-Zor zamanlarımda ihtiyaç duyduğum özen ve şefkati kendime gösteririm.                                                                     |                      |                   |                  |                |                    |
| 6-Gerçekten güç durumlarla karşılaştığımda kendime kaba davranırım.                                                                         |                      |                   |                  |                |                    |
| 7-Başarısızlıklarımı insanlık halinin bir parçası olarak görmeye çalışırım.                                                                 |                      |                   |                  |                |                    |
| 8-Bir şey beni üzdüğünde duygularımı dengede tutmaya çalışırım.                                                                             |                      |                   |                  |                |                    |
| 9-Kendimi kötü hissettiğimde kötü olan her şeye kafamı takar ve onunla meşgul olurum.                                                       |                      |                   |                  |                |                    |
| 10-Yetersizliklerim Hakkında düşündüğümde, bu kendimi yalnız hissetmeme ve dünyayla bağlantımı koparmama neden olur.                        |                      |                   |                  |                |                    |
| 11-Kendimi çok kötü hissettiğim durumlarda, dünyadaki birçok insanın benzer duygular yaşadığını hatırlamaya çalışırım.                      |                      |                   |                  |                |                    |
| 12-Acı veren olaylar yaşadığımda kendime kibar davranırım.                                                                                  |                      |                   |                  |                |                    |
| 13-Kendimi kötü hissettiğimde duygularıma ilgi ve açıklıkla yaklaşmaya çalışırım.                                                           |                      |                   |                  |                |                    |
| 14-Sıkıntı çektiğim durumlarda kendime karşı biraz acımasız olabilirim. Sıkıntı veren bir olay olduğunda olayı mantıksız biçimde abartırım. |                      |                   |                  |                |                    |
| 15-Hata ve yetersizliklerimi anlayışla karşılarım.                                                                                          |                      |                   |                  |                |                    |
| 16-Acı veren bir şeyler yaşadığımda bu duruma dengeli bir bakış açısıyla yaklaşmaya çalışırım.                                              |                      |                   |                  |                |                    |
| 17-Kendimi üzgün hissettiğimde, diğer insanların çoğunun belki de benden daha mutlu olduklarını düşünürüm.                                  |                      |                   |                  |                |                    |

|                                                                                                                             |  |  |  |  |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 18-Hata ve yetersizliklerime karşı kınayıcı ve yargılayıcı bir tavır takınırım.                                             |  |  |  |  |  |
| 19-Duygusal anlamda acı çektiğim durumlarda Kendime sevgiyle yaklaşıyorum.                                                  |  |  |  |  |  |
| 20-Benim için bir şeyler kötüye gittiğinde, bu durumun herkesin yaşayabileceğini ve yaşamın bir parçası olduğunu düşünürüm. |  |  |  |  |  |
| 21-Bir şeyde başarısızlık yaşadığımda objektif bir bakış açısı takınmaya çalışırım.                                         |  |  |  |  |  |
| 22-Benim için önemli olan bir şeyde başarısız olduğumda, yetersizlik duygularıyla kendimi harap ederim.                     |  |  |  |  |  |
| 23-Zor durumlarla mücadele ettiğimde, diğer insanların daha rahat bir durumda olduklarını düşünürüm.                        |  |  |  |  |  |
| 24-Kişiliğimin beğenmediğim yönlerine karşı sabırlı ve hoşgörülü değilimdir.                                                |  |  |  |  |  |



## ÖZGEÇMİŞ

### ÖĞRENİM DURUMU:

**Lisans:** 2022, Marmara Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji

**Yüksek Lisans:** Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji

### MESLEKİ DENEYİM:

(2022) Psikoterapi Atölyesi - Psikolog (2023) PsikolojiPark - Koordinatör