

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL ONAY
İHTİYACININ YORDAYICISI OLARAK TOPLUMSAL
CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU VE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Halenur AYDIN

İstanbul
Temmuz-2024

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL ONAY
İHTİYACININ YORDAYICISI OLARAK TOPLUMSAL
CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU VE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Halenur AYDIN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU

İstanbul

Temmuz-2024

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Prof. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU

Üye Prof. Dr. Sefa BULUT

Üye Dr. Öğr. Üyesi Besra TAŞ

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Erhan İÇENER

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Yordayıcısı Olarak Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının Rolü**” adlı çalışmanın öneri sürecinden sonuçlanana kadar olan bütün aşamalarında bilimsel etik ve akademik kurallara uyulduğunu, tez içinde bulunan bütün bilgilere bilimsel ahlak ve gelenek dahilinde ulaşıldığını, tezin yazma kurallarına uygun bir şekilde hazırlandığını, doğrudan veya dolaylı yapılan her alıntının kaynağının gösterildiğini ve yararlanılan her eserin kaynakçada yer aldığını beyan ederim.

Halenur AYDIN

ÖN SÖZ

Bu araştırmanın amacı; üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyaçlarının yordayıcısı olarak toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının rolünü belirlemektir. Çalışmanın alana önemli katkı sunacağı düşünülmektedir.

Tez çalışması boyunca, birçok kişinin destek ve katkılarıyla bu çalışmanın tamamlanması mümkün olmuştur. Öncelikle, tez danışmanım Prof. Dr. M. Yüksel ERDOĞDU'ya, her zaman ilgili ve anlayışlı tavırlarıyla bu çalışmanın her aşamasında bana kılavuzluk ettiği için derin minnettarlığımı sunmak isterim. Kendisinin rehberliği bu çalışmanın gelişimine ve başarısına önemli katkılar sağlamıştır.

Ayrıca, tez süreci boyunca bana moral desteği veren ve beni cesaretlendiren sevgili arkadaşlarım Aslı Şüheda YAZICIOĞLU ve Kübranur KILIÇ'a teşekkür etmek isterim. Onların samimi destekleri ve olumlu enerjileri, bu süreci daha keyifli hale getirmeme yardımcı oldu.

Son olarak, tez çalışması sürecinde benimle dayanışma içinde olan, moral veren ve her zaman yanımda olan sevgili ablam Berra Nur AYDIN' a da içten teşekkürlerimi iletmek isterim. Onun desteği ve güveni, bu zorlu süreçte benim için büyük bir motivasyon kaynağı oldu.

Halenur AYDIN

İstanbul-2024

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL ONAY İHTİYACININ YORDAYICISI OLARAK TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU VE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ROLÜ

Halenur AYDIN

Yüksek Lisans, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU

Temmuz, 2024 – Sayfa 86

Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyaçlarının yordanmasında toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının rolünü belirlenmesidir. Nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma veri seti İstanbul ilindeki üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler aracılığıyla elde edilmiştir. Katılımcılar, 249'u kadın, 161'i erkek olmak üzere 410 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Çalışmada 'Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği', 'Toplumsal Cinsiyet Roller Tutum Ölçeği' ve 'Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği' kullanılmıştır. Demografik bilgiler için 'Kişisel Bilgi Formu' oluşturulmuştur. Ölçeklerden elde edilen puanların analizinde; frekans ve yüzdelikler, t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), pearson korelasyon ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre; toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılık gösterdiği, sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakmanın cinsiyete göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Sosyal onay ihtiyacının ve alt boyutları olan başkalarının yargılarına duyarlılık ile sosyal geri çekilmenin yaşa göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Pearson Korelasyon Analizi sonucunda, üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı puanları ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. Çoklu Regresyon Analizi sonucuna göre ise toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının sosyal onay ihtiyacı üzerinde anlamlı yordayıcı etkisinin olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Onay İhtiyacı, Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutumu,
Sosyal Medya Kullanımı



ABSTRACT

THE ROLE OF GENDER ROLE ATTITUDES AND SOCIAL MEDIA USAGE AS PREDICTORS OF SOCIAL APPROVAL NEEDS IN UNIVERSITY STUDENTS

Halenur AYDIN

Master Thesis, Psychological Counseling and Guidance

Thesis Advisor: Prof. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU

July, 2024 – Pages 86

This study aimed to examine the role of gender role attitudes and social media usage in predicting university students' social approval needs. The relational survey model, a quantitative research method, was employed. Data for the study were obtained from students enrolled in universities in Istanbul. The study group consisted of 410 university students, with 249 females and 161 males. The "Social Approval Needs Scale," "Gender Role Attitudes Scale," and "Social Media Usage Scale" were utilized in the study. A "Personal Information Form" was created for demographic information. Frequency and percentages, t-tests, one-way analysis of variance (ANOVA), Pearson correlation, and multiple regression analysis were used to analyze the scores obtained from the scales. According to the findings of the study, while gender role attitudes and social media usage varied by gender, only the sub-dimension of positive impression management within the social approval needs scale showed a significant difference by gender. It has been observed that social approval needs and its sub-dimensions, namely sensitivity to others' judgments and social withdrawal, show significant differences by age. According to the Pearson Correlation Analysis, there was a positive relationship between university students' social approval needs scores and their social media usage, while a negative relationship was found with gender role attitudes. Moreover, the Multiple Regression Analysis results indicated a significant predictive effect of gender role attitudes and social media usage on social approval needs.

Keywords: Social Approval Needs, Gender Role Attitudes, Social Media Usage

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI.....	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖN SÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR.....	xiv

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ	1
1.1.Problem	1
1.2. Amaç	4
1.3.Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Varsayımlar	6
1.5. Sınırlılıklar	7
1.6. Tanımlar	7

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL ONAY İHTİYACI, TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU VE SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR LİTERATÜR TARAMASI.....

2.1.SOSYAL ONAY İHTİYACI.....	8
2.1.1.Sosyal Onay İhtiyacı Kavramı	8
2.1.2.İhtiyaç Kuramları ve Sosyal Onay İhtiyacı.....	12
2.1.2.1.Murray ve İhtiyaçlar Kuramı	12
2.1.2.2.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı	12
2.1.2.3.McClelland'ın Başarı Gereksinimi Kuramı	14

2.1.3.Sosyal Onay İhtiyacı İle İlişkili Diğer Teoriler	15
2.1.3.1. Erken Dönem Uyumsuz Şemalar Ve Sosyal Onay İhtiyacı.....	15
2.1.3.2. Ellis'in Akılcı Olmayan İnançlar Yaklaşımı Ve Sosyal Onay İhtiyacı	17
2.1.3.3. Kohlberg'in Ahlak Gelişim Kuramı ve Sosyal Onay İhtiyacı	18
2.1.3.4. Sosyal Etki-Uyma Kuramı ve Sosyal Onay İhtiyacı.....	19
2.1.4. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Yurtdışı Araştırmaları.....	19
2.1.5. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Yurtiçi Araştırmaları	21
2.2.TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU	24
2.2.1.Toplumsal Cinsiyet Kavramı	24
2.2.2.Toplumsal Cinsiyet Rollerini	24
2.2.3.Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açıklayan Kuramlar	25
2.2.3.1.Biyolojik Kuram	25
2.2.3.2.Psikanalitik Kuram.....	26
2.2.3.3.Sosyal Öğrenme Kuramı.....	26
2.2.3.4.Bilişsel Gelişim Kuramı.....	27
2.2.3.5.Sosyal Rol Kuramı	28
2.2.3.6.Toplumsal Cinsiyet Şema Kuramı	29
2.2.4.Toplumsal Cinsiyet Rollerini Etkileyen Etmenler	29
2.2.5.Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu İle İlgili Yurtdışı Araştırmaları	31
2.2.6.Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu İle İlgili Yurtiçi Araştırmaları	33
2.3.SOSYAL MEDYA KULLANIMI	35
2.3.1.Sosyal Medya Kavramı	35
2.3.2. Sosyal Medya Kullanımı İle İlgili Yurtdışı Araştırmaları	37
2.3.3. Sosyal Medya Kullanımı İle İlgili Yurtiçi Araştırmaları	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	40
3.1.Araştırmanın Modeli	40
3.2.Araştırmanın Katılımcıları	40
3.3. Veri Toplama Araçları	40
3.3.1.Kişisel Bilgi Formu	41
3.3.2.Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği	41
3.3.3.Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutum Ölçeği.....	41

3.3.4.Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	42
3.4. Verilerin Toplanması	42
3.5. Verilerin Analizi.....	43

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI..... 44

4.1.Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi	4
4.2.Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi	45
4.3.Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) İlişkisinin İncelenmesi.....	48
4.4.İki Bağımsız Değişkenin (Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı) Bağımlı Değişken (Sosyal Onay İhtiyacı) Üzerindeki Yordama Gücünün İncelenmesi	49

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE ÖNERİLER 53

5.1. Tartışma.....	53
5.1.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Olumlu İzlenim Bırakma ve Sosyal Geri Çekilme) ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi	53
5.1.2. Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi	54
5.1.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi..	55

5.1.4. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacı, Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	56
5.1.5. Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Onay İhtiyacı Düzeyinin Yordanmasına İlişkin Değerlendirme.....	58
5.2.Öneriler	62
KAYNAKÇA	64
EKLER.....	84
ÖZGEÇMİŞ.....	88

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1. Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi.....	44
Tablo 4.2. Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Verilerin Bağımsız Örneklem T testi ile İncelenmesi.....	46
Tablo 4.3: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Yaş Değişkenine Bağlı Farklılaşp Farklılaşmadığına Dair ANOVA İncelemesi.....	47
Tablo 4.4: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu, Sosyal Medya Kullanım Ölçekleri (Süreklilik ve Yetkinlik) Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Momentler Korelasyon Katsayı Sonuçları.....	48
Tablo 4.5: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacını Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu.....	49
Tablo 4.6: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Başkalarının Yargılarına Duyarlılık Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu.....	50
Tablo 4.7: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Sosyal Geri Çekilme Alt Boyutunu Yordamasına Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonucu.....	50
Tablo 4.8: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Olumlu İzlenim Bırakma Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu.....	51

Tablo 4.9: Sosyal Medya Kullanımı Alt Boyutlarının (Süreklilik ve Yetkinlik) Sosyal Onay İhtiyacını Yordamasına Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonucu...	52
--	----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Sosyal Onay İhtiyacı Düzeyleri.....	11
Şekil 1.2: Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi.....	13



KISALTMALAR LİSTESİ

SPSS	: (Statistic Packets For Social Seciencies) Sosyal Araştırmalar İçin İstatistiksel Program Paketi
Akt	: Aktaran
Ed	: Editör
vd	: Ve Diğeri
Bknz	: Bakınız



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölümde sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı konularıyla ilgili çalışmanın problem, amaç, önem, varsayım, sınırlılık ve tanım kısımları bulunmaktadır.

1.1. Problem

İnsan, doğası gereği toplum içinde var olur; izole bir şekilde yaşaması mümkün değildir. Sosyal çevre ve insan etkileşimi, insan davranışını belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. Değerlerimiz ve hedeflerimiz, çevremizdeki insanlarla olan sosyal etkileşimlerimizde ortaya çıkar (Twenge ve Im, 2007: 177). İnsanlar, sosyal varlıklar olarak, diğer insanlar tarafından sevilme, takdir edilme ve onaylanma arzusuyla hareket ederler (Hofmann ve DiBartolo, 2010: 19). Bu ihtiyaç, bireyin davranışlarını, tercihlerini ve ilişkilerini yönlendirir. İnsanlar genellikle sosyal kabul ve onayı ararlar ve bunu elde etmek için farklı yöntemler dener, sosyal normlara uyum sağlamaya çalışırlar. Buna sosyal onay ihtiyacı adı verilir (Baumeister ve Leary, 1995: 498). Sosyal onay ihtiyacı, çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Diğerlerinin hayranlık ve itibarını kazanma (Fehr ve Falk, 2001: 21), övgü arama eğilimi (Hebert ve diğerleri, 1997: 1047), başkalarının gözünde iyi biri olmak (Chiba, Iketani, Han ve Ono, 2009: 334), başkalarından olumlu geri dönüş alma ihtiyacı (Öztürk, 2007: 49-51) gibi literatürde farklı tanımlar bulunmaktadır.

Sosyal onay ihtiyacı, bireylerin toplum içindeki kabul görmesi ve değerli hissetmesi açısından son derece önemlidir (Henslin, 2001: 174). Toplumsal ilişkilerdeki mutluluk, diğer insanların onayını ve takdirini kazanmayla ilişkilidir (Altun Erdoğan, 2022: 174). İnsanlar, sosyal çevrelerinde kabul gördüklerinde daha mutlu, güvende ve tatmin olmuş hissederler. Aynı şekilde, sosyal onayın eksikliği ise bireylerde endişe ve düşük özsaygıya sebep olur (Crowne ve Marlowe 1964; akt: Karaşar, 2014: 17). Sosyal onay ihtiyacı, insanların günlük yaşamlarını olumlu geri bildirimler almak için şekillendirmelerine neden olur. Bu ihtiyaç, toplumsal normlara uyum sağlama ve sosyal kabul görebilme arzusundan kaynaklanır ve kişinin içinde bulunduğu kültürden

etkilenir (Karaşar, 2014: 14). Sosyal onay ihtiyacı yüksek kişi, kültürel açıdan onay arama eğiliminde, uyumlu ve tedbirlidir (Paulhus ve John, 1998: 1028). Başkalarının beklentilerine göre hareket eder ve kendini arka plana atar. Sosyal onay ihtiyacı düşük kişi ise toplumun beklentilerini önemsemeyip kendi benliğine göre hareket eder (Karaşar, 2014: 17).

Yapılan araştırmalara bakıldığında; Sosyal onay ihtiyacının, benlik kurgusu (Twenge ve Im, 2007: 185), benliğin farklılaşması (Değirmenci ve Demirli, 2019: 90-91), dayanıklılık (Büyükeskil, 2021:21), iyi oluş (Rudolph vd., 2005: 315), kişiler arası bağımlılık düzeyi (Raba, 2019: 38), liderlik tarzları (Sosik ve Dinger, 2007: 146), mutluluk (Karaşar, 2014: 119), mutsuzluk (Ellis ve Harper, 2010: 59), mükemmeliyetçilik (Sherry, 2002: 10-15), sosyal kaygı, yaşam doyumu (Huta ve Hawley, 2010: 77-86) ve kaygı düzeyi (Yahşi, 2018: 48) gibi kavramlarla ilişkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Sosyal onay ihtiyacı, kişinin içinde bulunduğu kültürden etkilenirken, bu kültür öğelerinin içinde toplumsal cinsiyet rolleri de bulunur. Cinsiyet, biyolojik anlamda kadın ve erkeği ayıran bir kavramken, kadınlık ve erkeklik toplumsal süreç ve etkileşim sonucu şekillenmiştir (Hepşen, 2010: 14). Kadınlık (dişilik) ve erkekliğin (erillik) toplum tarafından öğrenilmesiyle birlikte kadın ve erkeklerin davranışları arasındaki farklar oluşur (Giddens, 2012: 510).

Toplum, bireylerden biyolojik cinsiyetlerine uygun davranışlar sergilemelerini bekler ve benimseyip uygulamalarını zorunlu kılar. Biyolojik cinsiyetlerine uymayan davranışlara ise sert bir şekilde karşı çıkar (Vatandaş, 2007: 44). Toplumun aksi davranış örüntülerinde karşı çıktığı kadınlık ve erkeklik kavramları toplumsal cinsiyeti oluşturur. Toplumsal cinsiyet süreçsel, bireysel ve toplumsaldır (Wharton, 2005: 7). Toplumsal cinsiyet rolleri, kadın ve erkekte beklenen davranış kalıplarıdır (Myers, 2015: 176). Kadın ve erkek rolleri, toplumsal cinsiyet rolleri bakımından geleneksel ve eşitlikçi şeklinde sınıflandırılabilir. Geleneksel rollerde kadının sorumlulukları ev işleri, erkek geçimi sağlayan evin reisidir. Eşitlikçi rollerde ise, ailevi, mesleki, sosyal ve eğitsel her alanda kadın ve erkek sorumlulukları adil bir şekilde dağıtılır (Dökmen, 2009: 104). Toplumsal cinsiyet normlarına uyma, bireyin başkalarının sevgi ve saygısını kazanmasını kolaylaştırır. Toplum tarafından kabul görür ve onaylanır. Uygun olmayan davranış, görünüm ve eylem sergileyen kişiler ise toplum tarafından suçlanır ve dışlanır (Henslin, 2001: 174). Geleneksel cinsiyet rollerini devam ettiren

kadının, statüsünün artabileceği gözlemlenmiştir (Takiff, Sanchez ve Stewart, 2001: 142). Sanchez ve arkadaşları (2005: 1445), toplumsal cinsiyet normlarına uyan kişinin, dış değerlendirmeye ihtiyaç duyduğunu, toplumdan gelen destek, onay ve kabulün kendilik algısına etkisinden söz etmiştir. Bu nedenle, başkalarından alınan sosyal onay, yalnızca bireyin önemli kararlarında değil aynı zamanda toplum içinde edindiği cinsiyet rollerinde de önemlidir.

Literatürde toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun; bağlanma stilleri (Schwartz ve ark., 2004: 145), benlik saygısı (Lennon ve ark., 1994: 196-197), evlilik (Barber ve Axinn, 1998: 22), flört şiddeti (Abiç ve ark., 2022: 240), ilişki doyumu (Kaya ve Yüceol, 2018: 46), psikolojik iyi oluş (Arıcı, 2011: 95) ve romantik kıskançlık (Kaplan ve Tasa, 2022: 687) gibi kavramlarla ilişkili olduğu görülmüştür.

Toplumsal cinsiyet rolleri, bireyi toplumsal ilişkilere yönlendirip, bu ilişkilerin sürdürülüp içselleştirilmesini sağlar. Bu işlevi gerçekleştirmek için medya gibi toplum öğelerinden yararlanır (Connell, 1998: 79). Toplumsal cinsiyet rollerini benimseme ve sürdürmede sosyal medya etkili faktörlerden biridir (Çelebi, 2022: 827). Sosyal platformlarda cinsiyet kalıpları pekiştirilip, bireylere baskı oluşturabilecek bir etkiye sebep olur (Kesgin, 2023: 97).

Sosyal medya çağımızın en önemli iletişim kanallarından birisi haline gelmiştir. Sosyal medyanın tanımı konusunda bir ortaklığa varılamamıştır ancak en geniş tanımlardan biri şu şekildedir: ‘Sosyal medya, kullanıcıların internet tabanlı platformlar aracılığıyla geniş ve dar kitlelere erişerek, kullanıcı üretimi içeriklerle etkileşimde bulunmalarını ve gerçek veya eş zamanlı olarak kendilerini seçici bir şekilde sunmalarını sağlar’ (Carr ve Hayes, 2015: 50). Sosyal medya, takip edilen kişilerin paylaşımlarına yorum yapma, soru sorma ve aldıkları yanıtları görme gibi sanal tepkilerle birlikte çift taraflı ve etkileşime dayalı iletişimi sağlar Bireyler, internet aracılığıyla yaptıkları sosyal etkileşimlerinde de uyum davranışına ve diğerlerinin beklentilerine önem verirler (Değerli, 2016: 65; Hacıfendioğlu, 2010: 57). Sosyal medya, yetersiz sosyal beceri (Lin vd., 2016: 325) ile ilişkilidir. Aynı zamanda sosyal medya kullanımı kaygı düzeyini de etkilemektedir. Özellikle beğeni ve takipçi gibi etkenler, kişilerin öz değerlendirmelerini etkiler (Vogel ve ark., 2014: 207). Sosyal beceriler, kişinin başkalarıyla olumlu etkileşimde olmasını sağlayan becerileridir. Kişi bu becerilerle başkalarıyla ilişki kurar ve beğeni elde ederek bu beğeniyi sürdürmek için çabalar (Fardouly, 2015: 43). Kişi bu beğeniyi sürdürmek için sosyal medyada

gördüğü yaşam tarzı içinde ‘iyi’ olarak kabul gören neyse onu kendine uyarlamaktadır (Meier ve Gray, 2014: 5). Bu sosyal onay ihtiyacı için yapılan ‘başkalarının gözünde iyi bir insan olmak’ (Chiba, Iketani, Han ve Ono, 2009: 334) tanımına uymaktadır. Sosyal medya, Maslow’un ihtiyaçlar piramidi içerisindeki ait olma ve sevgi ihtiyacının doyurulması için kullanılır (Larsen vd, 1976: 9-10). Kişi, sosyal medyada yaptığı etkileşimler ile ihtiyaçlarını karşılar. İnsanlar, etkileşim kurma arzusu ve ait olma ihtiyaçlarını tatmin etmek için sosyal medyayı kullanırlar (Doğan ve Karakuş, 2016: 60). Kişinin sosyal ağlardaki sosyalleşme çabası, bu sebeple sosyal onay ihtiyacıyla ilişkilendirilebilir. Sosyal onay ihtiyacı duyan kişi, topluluklara katılır, sosyal ağlardan ilişkiler kurar ve sosyalleşme ihtiyacını gidermeye çalışır (Suler, 1996: 391).

Literatürde sosyal medyanın; psikolojik iyi oluş (Reed vd., 2023: 143), algılanan destek (Lin vd., 2023: 11; Yıldız ve Koçak, 2020: 1112), yaratıcılık, uykusuzluk, depresyon (Frith, 2017: 13-20), narsistik kişilik örüntüleri (Balcı ve Gargalık, 2020: 135; Zia ve Malik, 2019: 43), kendini açma (Balcı ve Arsal Gölcü, 2020: 134-137), içedönüklük (Zia ve Malik, 2019: 43) gibi kavramlarla ilişkili olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki üç değişkene ait tanımlara ve araştırma bulgularına genel olarak bakıldığında bu araştırmanın problemi toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanım düzeyinin, sosyal onay ihtiyacı üzerindeki rolünü incelemektir.

1.2. Amaç

Çalışmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının yordayıcısı olarak toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının rolünün tespit edilmesidir. Bu kapsamda aşağıdaki soruların cevaplarına ulaşmak hedeflenmiştir;

1-Sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanım ölçeklerinin betimsel istatistikleri nedir?

2-Sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı ölçek puanları, üniversite öğrencilerinde cinsiyete göre gruplar arasında anlamlı farklılıklar göstermekte midir?

3-Sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı ölçek puanları, üniversite öğrencilerinde yaşa göre gruplar arası anlamlı farklılıklar göstermekte midir?

4-Sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı ölçek puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

5-Sosyal onay ihtiyacı alt ölçekleri, toplumsal cinsiyet rolleri ve sosyal medya kullanımı alt ölçekleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6- Toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının sosyal onay ihtiyacı toplam puanını ve alt ölçeklerini yordamadaki önem düzeyi nedir?

7- Sosyal medya kullanımı alt ölçeklerinden süreklilik ve yetkinliğin sosyal onay ihtiyacını yordama düzeyi nedir?

1.3.Araştırmanın Önemi

Bireylerin yaşamları boyunca çevreleriyle olan etkileşimi, kişisel ve toplumsal gelişimlerini şekillendiren kritik bir faktördür. İnsanlar, sosyal çevrelerinde diğer insanlarla kurdukları ilişkiler aracılığıyla kendilerini tanımlar, değerlendirir ve geliştirirler. Bu etkileşimler, kişinin hayatında önemli dönüm noktalarını belirlerken, aynı zamanda onların duygusal ve psikolojik sağlığını da etkiler (Twenge ve Im, 2007: 177). İnsanlar arasındaki etkileşimlerin merkezinde, sosyal onay kavramı önemli bir yer tutar. Sosyal onay, bireyin başkaları tarafından kabul edilme ve takdir edilme ihtiyacını ifade eder (Larsen vd., 1976: 3-11). Bu ihtiyaç, insanın sosyal varlık olarak varlığını sürdürebilmesi için temel bir gerekliliktir. İnsanlar, ilişkilerinde karşılıklı olarak onaylanmayı arzularlar ve bu onay, kendilerini değerli hissetmelerine ve toplumları içinde yerlerini bulmalarına yardımcı olur. İnsanların çevrelerinden destek alarak düşünce ve fikirlerini rahatça ifade edebilmeleri, sağlıklı iletişim için de temel bir unsurdur. Böylece, bireyin kendini daha rahat ifade ederken başkalarıyla daha etkili bir şekilde iletişim kurmasına olanak tanır. Ayrıca, çevreden gelen destek, bireyin duygusal olarak desteklenmesini ve anlaşıldığını hissetmesini sağlar, bu da ruhsal sağlık için önemli bir zemindir.

Bununla birlikte sosyal onay, yalnızca bir ihtiyaç olmakla kalmaz, aynı zamanda bir motivasyon kaynağı olarak da işlev görür (Karaşar, 2014: 15). İnsanlar, genellikle başkalarının takdirini kazanmak için çaba gösterirler ve bu da onları harekete geçirir. Bir birey, diğerlerinin onayını kazanmak için belirli bir beceriyi geliştirebilir veya bir hedefe ulaşmak için çaba gösterebilir. Bu bağlamda, sosyal onay kavramı, insanın kişisel ve toplumsal gelişiminde kilit bir rol oynar. İnsanlar, toplumları içinde kabul

görmek ve değerli hissetmek isterler ve bu da sosyal onay ihtiyacının temelini oluşturur. Dolayısıyla, sosyal onay, insanın iç dünyasını şekillendiren ve dış dünyayla etkileşimini yönlendiren önemli bir faktördür. Sosyal onay ihtiyacının şekillenmesinde etkili olan kültürel parçalar vardır. Toplumsal cinsiyet rolleri kültür parçalarındandır. Toplumun kabul ettiği ve belirlediği cinsiyet normları, bireylerin davranışlarını, tercihlerini ve toplumsal rollerini etkiler (Hepşen, 2010: 14). Bu cinsiyet rolleri, bireylerin kendi davranış ve tercihlerini bu kalıplara uygun şekilde şekillendirmelerine yol açar (Dulin, 2007: 105). Dolayısıyla, sosyal onay ihtiyacı da bu toplumsal cinsiyet normlarına uygun davranış ve tercihlerin kabul görmesi gerekliliği üzerine inşa edilebilir.

Gündelik hayatımızda, etkileşim içinde olduğumuz her alanda, bu ihtiyaç belirgin hale gelir. Yüz yüze ilişkilerde, karşımızdaki kişilerin onayını ve kabulünü ararken sosyal medya gibi dijital platformlarda da, kendimizi ifade ederken ve paylaşımlar yaparken başkalarının onayını umabiliriz. Sosyal medya platformları, bireylerin kendilerini göstermeleri ve toplum tarafından kabul edilmeleri için bir sahne sağlar. Burada da toplumsal cinsiyet normları ve beklentileri etkili olabilir. Ancak, sosyal medyanın etkisiyle toplumsal cinsiyet rollerinin değişip değişmediği ve her ikisinin de sosyal onay ihtiyacı üzerindeki etkisi henüz tam olarak anlaşılmamıştır. Bu sebeple, bu çalışmada sosyal onay ihtiyacında, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımından hangisinin daha önemli yordayıcı olduğunun tespiti söz konusu olacaktır. Bu anlamda da insanların sosyal onay ihtiyaçlarını azaltmaya dönük çalışmalarda bu araştırmanın katkısı olacağı söylenebilir. Bu çalışmada özellikle sosyal medya kullanımı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal onay ihtiyacının cinsiyet ve yaşa göre farklılaşma durumları ortaya konulacak ve bu konuda riskli grupların belirlenmesi ve gerekli önlemlerin alınması konusunda araştırma bulgularının alanda çalışan psikolog, psikolojik danışman, ebeveyn ve velilere de önemli katkılar sağlaması amaçlanmaktadır.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın varsayımları şu şekilde sıralanmıştır;

1. Katılımcıların, üniversite öğrencisi oldukları varsayılmaktadır.
2. Katılımcıların, verilerin toplandığı kişisel bilgi formu ve ölçekleri doğru ve objektif

olarak yanıtladığı varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

1. Araştırma verileri, 2023-2024 eğitim öğretim yılında toplanılmıştır.
2. Araştırma İstanbul ilinde bulunan üniversitelerde eğitim gören, üniversite öğrencileri ile sınırlıdır.
3. Elde edilen veriler Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutum Ölçeği ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sosyal Onay İhtiyacı: Bir kişinin diğerlerinin onayını araması ve onaylanmamaktan kaçmaya çalışması (Leite ve Beretvas, 2005:141).

Sosyal Medya Kullanımı: İnsanların bakış açısı, bilgi ve düşüncelerini topluluklara ulaştırabildikleri ve karşılıklı etkileşimin sağlandığı online araçlar/ web sitelerinin kullanımı (Boyd ve Ellison, 2007: 210).

Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu: Toplumun kadın ve erkekten beklediği davranış kalıplarına dair tutum (Myers, 2015: 176).

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL ONAY İHTİYACI, TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU VE SOSYAL MEDYA KULLANIMINA DAİR LİTERATÜR TARAMASI

Bu kısımda; sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı kavramları açıklanmıştır. Bu kavramları açıklayan kuramlara yer verilmiştir. Ayrıca sosyal onay ihtiyacı, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı ile ilgili yurtiçi ve yurtdışında gerçekleştirilen çalışmalara atıfta bulunulmuştur.

2.1. SOSYAL ONAY İHTİYACI

2.1.1. Sosyal Onay İhtiyacı Kavramı

İnsanın hayatında karmaşık gereksinimleri vardır ve bunlar karşılanmadığında kişinin ruhsal sağlığı zarar görebilir. Bu gereksinimlerden biri de sosyal olarak kabul görmektir. Birey olma arzusuyla birlikte, ilişki kurma isteği de insanlarda bulunur ve bunların bir denge halinde kalması gerekmektedir (Cüceloğlu, 2011: 514-523).

Birey, yaşamın her noktasında çevre ile bağlantıda olduğu için, sosyal çevre bireyin hayatına etki eden dikkate değer bir belirleyicidir (Twenge ve Im, 2007: 177). Bundan kaynaklı, sosyal çevreyi meydana getiren kişilerle olan etkileşim hayati öneme sahiptir. İnsanlar arasındaki bu etkileşimin oluşmasında önemli etmenlerden biri de, insanların başkaları tarafından onaylanmaya duydukları ihtiyaçtır (Larsen vd., 1976: 3-11). İnsanların, etkileşimde oldukları kişilerin düşüncelerine dair duydukları bu ihtiyaç, sosyal onay ihtiyacı olarak literatürde yer alır. Sosyal onay ihtiyacı, ilk olarak K. Horney (1942) tarafından “nevrotik sevgi ve onaylanma ihtiyacı” şeklinde tanımlanmıştır. Horney’e (1942; akt: İnanç ve Yerlikaya, 2002: 101) göre, sosyal onay ihtiyacı; durum fark etmeksizin diğerlerini memnun etme ve bu yolla sevilme ve onaylanma isteğidir. Bu ihtiyaç, insanların beklentilerini karşılama, kendini ifade etme korkusu, başkalarının düşmanlıklarından korkma gibi unsurları içerir. Odak noktası, kişinin kendisi değil, diğerleridir. Dikkat edilen, başkalarının görüş ve arzularıdır.

Sosyal onay ihtiyacı, kişinin diğerlerinin onayını araması ve aksinden kaçması şeklinde ifade edilmiştir (Leite ve Beretvas, 2005: 141). Bu ihtiyaç, bireyler arası

ilişkilerde kritik bir rol oynar. Kişiler arasındaki yakınlığı artırmakla beraber, başkalarının beğenilerine uygun şekilde yaşama biçimini belirler. Fehr ve Falk (2001: 21) sosyal onayı, diğerlerinin hayranlık ve takdirini kazanma ile ilgili bir kavram olarak tanımlarken, Hebert ve diğerleri (1997: 1047) övgü arama eğilimi olarak tanımlamışlardır. Chiba, Iketani, Han ve Ono (2009: 334)'ya göre ise sosyal onay, diğer insanların gözünde iyi biri olma ihtiyacı şeklinde tanımlanmıştır. Öztürk (2007: 49-51) sosyal onay ihtiyacını, başkaları tarafından takdir edilip olumlu geri dönüt alma ihtiyacı olarak tanımlarken; Kell (2009: 16) diğer insanlar tarafından beğenilmeye duyulan ihtiyaç olarak ifade eder.

Bazı yazarlar sosyal onay ihtiyacını, onaylanma arzusu olarak tanımlar. Jones, akılcı olmayan inançlardan biri olan onaylanma arzusunu “Bir bireyin, bulunduğu toplumda neredeyse herkes tarafından sevilme ve onaylanma arzusunu acil bir gereksinim olarak algılamasıdır. Bunun temeli, sevgi ve onayın istenebilir bir şey değil ihtiyaç olarak görülmesidir” şeklinde açıklar (Jones, 1969; akt: Yurtal,1999: 52-53).

Başka yazarlar ise sosyal onayı itici güç şeklinde değerlendirmiştir. Bernstein (2011), birçok kişinin davranışlarına, onaylanma ve takdir edilme arzularının motivasyon sağladığını ileri sürmüştür. McCollum (2009) ise onay bekleminin genelde bir motivasyon gereksinimi olduğunu belirtmiştir. Crowne ve Marlowe (1960) onaylanma motivasyonunu, başkalarının takdirini arzulayan insanlara ait bir kişilik özelliği şeklinde ifade etmişlerdir (akt: Kell, 2009: 2).

Sosyal onayı, ihtiyaç bağlamında değerlendiren Twenge ve Im'e (2007: 177) göre, bu ihtiyaç, diğerlerinin fikirlerine uyum arzusunun yanında gelen bir kaygı ve sosyal anlamda kabul edilebilir olma arzusudur. Sosyal onay ihtiyacı, temel bir ihtiyaçtır ve uyum sağlama davranışlarını açıklar. Sosyal onayın ihtiyaç, arzu ve itici güç olarak değerlendirildiği farklı görüşlerin sonucunda, ihtiyaç bağlamında ele alınmasının en doğrusu olduğu belirlenmiştir. Çünkü insan, etkili ve samimi ilişkiler geliştirmek amacıyla sosyal onaydan beslenen sosyal bir varlıktır (Karaşar, 2014: 17).

Sosyal onay ihtiyacı ve sosyal beğenirlik kavramları sıklıkla birbirleri yerine kullanıldıklarından dolayı karıştırılmaktadır. Sosyal beğenirlik, sosyal onay ihtiyacına benzerlik gösterir. Ancak literatürde sosyal onay psikolojik dinamik olarak değerlendirilmiş, ihtiyaç, motivasyon kaynağı ve kişilik özelliği olarak kavramsallaştırılmıştır (Karaşar, 2014: 15). Sosyal beğenirliğe dikkat eden bireyin,

sosyal onay arayışında olduğu düşünülür. Sosyal onay ihtiyacı bir kişilik özelliği olarak ifade edilirken; sosyal beğenirlik, bireyin başkalarının değerlendirilmelerinde kendini daha iyi olarak göstermeye çaba harcamasıdır (Kell, 2009: 3).

Sosyal onay ihtiyacı, bireylerin günlük yaşamlarını başkalarının olumlu geri bildirimlerine göre şekillendirmesinde rol oynar. Türkiye gibi toplulukçu kültürün baskın olduğu toplumlarda bu ihtiyaç daha belirgindir. “El alem ne der?” gibi başkalarının fikirlerinin önemli olduğu düşüncesi, Türk kültüründe yaygındır ve insanların sosyal yaşam tercihlerini etkileyebilir (Karaşar, 2014: 14). Birey, kendi tercihleri ile sosyal anlamda beklenen durumlar arasında tereddüt ettiğinde, sosyal onay ihtiyacı rol oynar (Hebert vd., 1997: 1047). Bazısı, diğerlerinin düşüncelerine karşı daha duyarlı olduğundan, kendi istek ve ihtiyaçlarından uzaklaşıp, başkalarının ihtiyaçlarına yönelme eğilimindedir ve bu doğrultuda uyumlu davranışlar sergilerler (Baytemir vd., 2017: 955; Özden, 2019: 1541).

Sosyal onay ihtiyacı yüksek olan kişiler, bu ihtiyacı karşılamak için başkalarının takdir edeceği ve destekleyeceği davranışlar sergileme eğilimindedirler (Kell, 2009: 18). Başkalarının kendileriyle ilgili düşüncelerine büyük önem verirler. Crowl’a (2001) göre onay ihtiyacı düşük kişiler, başkalarının düşüncelerine karşı daha az hassastır, başkalarının onayını almakla ilgilenmezler ve dolayısıyla kendi davranışlarına daha çok güvenirlir (akt: Sosik ve Dinger, 2007: 138; Grams ve Rogers, 1990: 73). Chiba, Iketani, Han ve Ono’ya (2009: 334) göre sosyal onay ihtiyacı yüksek olan kişiler, olumlu etki bırakma arzusu taşıdığından dolayı sosyal anlamda kaygı deneyimlemeye meyillilerdir. Yüksek oranda sosyal onay ihtiyacı duyan bireylerin, kültürel açıdan onay arama eğiliminde olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, sosyal onay ihtiyacı olan bireylerin toplum içinde uyumlu, tedbirli ve sempatik özellikler gösterdiği belirlenmiştir (Paulhus ve John, 1998: 1028). Bu kişi onaylanmak ve sevilmek için çabalarken, kendi içsel ihtiyaç ve değerlerini ikinci plana atabilir. Kabul görmek için hoş olmayan, sapkın davranışlar gösterebilir. Sosyal onay ihtiyacı düşük olan birey ise kendi yolunu izler ve içsel değerleriyle kendi kararlarına daha fazla odaklanır. Dış etkenlerden gelebilecek manipülasyonlara karşı dirençlidir. Toplum beklenti ve standartlarına değil, kendi benliklerine sadık kalma eğilimindedir (Karaşar, 2014: 17).

Salmon'un TAT hikâyelerini analiz ettiği kitapçıkta sosyal onay ihtiyacı dört düzeyde tanımlanmıştır (Crowne ve Marlowe 1964; akt: Karaşar, 2014: 17).

Şekil 1.1. Sosyal Onay İhtiyacı Düzeyleri

Sosyal onay ihtiyacı yüksek kişilerin özellikleri; • Güçlü onaylanma ve sevmeye arzu • Diğerlerinin olumlu görüşlerine bağımlılık • Benlik algısı ve özsaygıyı başkalarının değerlendirmesiyle belirleme • Reddedilme ve dışlanmada kendini sorgulama • Hayır diyememe • Eleştiri ve düşmanlıktan kaçınma • Kabul için sıra dışı davranışlar sergileyebilme eğilimi	Sosyal onay ihtiyacı orta kişilerin özellikleri; • Uygun standartlara uyum konusunda endişeli olma • Orta düzeyde geleneksel ahlak anlayışına sahip olma • Katı kuralları savunma • Başkalarının görüşlerine veya düşüncelerine göre kendini değerlendirme ve yargılanma • Uygun olmayan veya ahlaki standartlara uymayan karakterleri küçümseme
Sosyal onay ihtiyacı düşük kişilerin özellikleri; • Savunmacı, hayal gücünden yoksun, kendini açığa vuran • Kuşku ve onay ihtiyacına ilgisiz	Sosyal onay ihtiyacı duymayan kişilerin özellikleri; • Başkalarının değerlendirmesinde manipülasyona dirençli • Sosyal ödül, tanınırlık ve kabuldense içsel değerlere ilgi • Otoritenin negatif düşünce ve reddine rağmen kendi düşüncelerine bağlılık

Ellis ve Harper'a (2010: 136) göre, başkalarının onayını kazanmak amacıyla çabaladığımızda, kendi arzu ve beklentilerimizi kenara bırakıp onların istek ve beklentilerine uyum sağlamaya başlarız. Sosyal onay alma isteği arttıkça, toplumda diğer insanların da bizi kabul etmeleri daha zor hale gelir. Bireyin kabul edilme ve onaylanma arzusu bazen güçlü duruş sergilemek yerine geri çekilmesine, pasif bir tutum takınmasına veya anlaşmazlıklardan kaçınmasına neden olabilir. Bu da bireyin kişisel yeteneklerinin toplum içinde azalmasına yol açar.

2.1.2.İhtiyaç Kuramları ve Sosyal Onay İhtiyacı

İhtiyaç, genel anlamda bir eksiklik ifade eder ve bireyde bir gerilim oluşturarak onu harekete geçirir. İnsanları harekete geçiren ihtiyaçlarla ilgili farklı teoriler vardır. Sosyal onay kavramını ele alan teorisyenler; McClelland, Henry Murray ve Abraham Maslow' dur (Karaşar, 2014: 20).

2.1.2.1.Murray ve İhtiyaçlar Kuramı

Murray (1893; akt. Burger, 2006: 244-246) kişiliğin temel ihtiyaçlarını belirlemiştir. Yiyecek ve su gibi temel fizyolojik ihtiyaçlardan ziyade, insan psikolojisinde daha derin ve karmaşık olan ihtiyaçlara odaklanmıştır. Bu ihtiyaçları; Kendini suçlama, başarma, yakın ilişki, saldırganlık, özerklik, yenilgiyi kabullenmeme, savunma, saygı duyma, üstünlük, gösteriş, riskten uzak durma, psikolojik zarardan uzak durma, düzen, oyun, reddetme, hassasiyet, cinsellik, yardım isteme ve anlayış şeklinde ifade etmiştir. Sosyal onay ihtiyacı, bu ihtiyaçlardan yakın ilişki ve sergileme/gösteriş ihtiyaçları ile ilişkili olabilir. Murray yakın ilişki ihtiyacını, arkadaşlık ve ilişki kurmak olarak tanımlamıştır. Başkalarını selamlama, sohbet etme, iş birliği yapma, onlara katılmak ve birlikte yaşamak olarak açıklamıştır. Sergileme/ Gösteriş ihtiyacını ise dikkat çekme, diğerlerini heyecanlandırma, eğlendirme, şaşırtma ve korkutma, kişinin bir rol benimseyerek kendini ifade etmesi olarak açıklamıştır.

Murray, bir gereksinimin aktifleşip aktifleşmemesini, bulunduğu şartlarla ilişkilendirir ve bunu "baskı" olarak ifade eder. Örneğin, Düzen gereksinimi, dağılmış bir yer gibi baskı oluşturabilecek şartlar oluşmadığında, davranışa etki etmeyecektir. Düzen gereksinimi yüksekse, odanın biraz dağılmış olmasına rağmen, genellikle düzenlemeye vakit ayrılacaktır. Fakat Düzen ihtiyacı düşükse, oda darmadağınık oluncaya dek beklenilebilir (Burger, 2006: 244-246).

2.1.2.2.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

Abraham Maslow' un 1943 yılında oluşturduğu İhtiyaçlar Piramidi (Bknz. Şekli 1.2.) aşağıdaki basamaklardan oluşmaktadır;

Şekil 1.2.: Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi



1-Fizyolojik İhtiyaçlar: Hiyerarşinin başlangıç noktası olarak alınan ihtiyaçlar, fizyolojik dürtüler olarak adlandırılır. Bu fizyolojik ihtiyaçlar; su, yiyecek, hava, uyku, barınma ve cinsellik olarak sıralanabilir. Bu ihtiyaçlar karşılanmazsa organizma diğer tüm ihtiyaçları yok sayar ve arka plana atar (Maslow, 1954: 372).

2-Güvenlik İhtiyacı: Bu ihtiyaç, kişinin kendini emniyette hissetmesi, emniyetsizlikten doğabilecek anksiyeteden uzak olmasını tanımlar. Normal bir toplumda kişi için güvenli durum 'üyelerin vahşi hayvanlardan, aşırı sıcaklıklardan, suçlulardan, saldırıdan, cinayetten kendini yeterince güvende hissetmesi' şeklinde açıklanır (Maslow, 1954: 377).

3-Ait Olma ve Sevgi İhtiyacı: Hem fizyolojik hem de güvenlik ihtiyaçları giderildiğinde; sevgi, şefkat ve ait olma ihtiyaçları devreye girer. Organizma, insanlarla sevgi dolu ilişkiler kurma ve bir grupta yer alma ihtiyacı duyar ve bu hedefe ulaşmak için çaba sarf eder. Buradaki sevgi ihtiyacı hem sevgi alma hem de sevgi vermeyi içerir (Maslow, 1954: 381).

4-:Değer İhtiyacı: Birey, kendine ve başkalarına değer vermeye ihtiyaç duyar. Bu basamak saygı ihtiyacı olarak da görülebilir. İki alt grup halinde sınıflandırılabilir. İlk olarak, güç, başarı, yeterlilik, dünya karşısında güven, bağımsızlık ve özgürlük arzusu. İkinci olarak, şöhret, prestij ve takdir. Değer ihtiyacının tatmin edilmesi, kendine güven, saygı, yeterlik hissi duygularına yol açar. Ancak bu ihtiyacın engellenmesi aşağılık, zayıflık ve çaresizlik hislerine neden olur (Maslow, 1954: 382).

5-Kendini Gerçekleştirme: Birey, fizyolojik, güvenlik, sevgi ve değer ihtiyaçlarının hepsini eksiksiz karşılasa bile, yapması gerekenleri yapmadığı için rahatsızlık ve mutsuzluk duyabilir. Eğer sonuçta mutlu olmak istiyorsa, bir müzisyen müzik yapmalı, bir ressam resim yapmalıdır. Bir insan ne olabilirse o olmalıdır. Bu ihtiyaç, insanın kapasitesinin en üst noktasına ulaşmasını ifade eder (Maslow, 1954: 383).

Ait olmak ve sevgiye duyulan ihtiyaç ile değer ihtiyacı, sosyal onay ihtiyacı ile ilişkili bulunmaktadır. Maslow'a göre, diğer insanlardan alınan onay, birey için etkili ve önemlidir. Maslow'un ihtiyaç piramidindeki ait olma ve sevgi ihtiyacı, sosyal onay ile giderilebilir (Larsen vd, 1976: 9-10).

2.1.2.3.McClelland'ın Başarı Gereksinimi Kuramı

McClelland, Murray'ın , insan davranışlarının temelinde 20'den fazla ihtiyaç içeren gereksinimlerinden sadece başarı, güç ve yakın ilişki gereksinimlerinin olduğu bir kuram geliştirmiştir. McClelland, genel olarak başarı gereksinimine odaklanmasına rağmen, birçok çalışmada bu üç gereksinimi bir arada test etmiştir. McClelland (1987: 595), bu gereksinimlerin davranışı yönlendirmedeki öneminin, kişiler arası etkileşimde, akademik performansta, yaşam tarzında ve iş performansında gözlemlenebileceğini belirtmiştir (Topaloğlu ve Süral Özel, 2008: 14).

Başarı Gereksinimi: Başarı gereksinimini McClelland (1976) 'iyi iş yapma ya da bir kusursuzluk standardıyla rekabet etmenin önemli olduğu eylemlere yönelme' şeklinde tanımlamaktadır. Bu perspektife göre, başarı gereksinimi, zorlu görevler üstlenme, belirsizlikle başa çıkma ve kişisel performansın sonuçlarında sorumluluk alma gibi eylemlerle ifade edilir (Sagie ve Elizur, 1999: 376). Başarı gereksinimi yüksek birey, görevini büyük bir enerjiyle yerine getirir. Ancak her alanda aynı düzeyde enerji harcamaz, enerjilerini kişisel başarı potansiyeli olan işlere saklar. Monoton ve sıkıcı işler, başarı gereksinimi yüksek bireyleri diğerlerinden daha fazla sıkar. Ancak yaratıcılık gerektiren ve yeteneklerini başkalarına gösterme fırsatı sunan işler, bu insanlar için çok çekici olabilir (Burger, 2006: 289). Başarı gereksinimi yüksek bireyler, kendilerinin ne kadar iyi performans gösterdiklerini öğrenmek için, sonuçlardan kişisel olarak sorumlu oldukları ve performansları hakkında geri bildirim aldıkları durumları tercih ederler (McClelland, 1987: 595).

Güç Gereksinimi: Güç gereksinimi, bireyin etkili olma arzusudur. Kişi, insanlar üzerinde etki yaratma endişesi duyar. Güç ihtiyacı yüksek bireyin, fiziksel veya psikolojik zirve deneyimleri hatırlama olasılıkları daha yüksektir. Yüksek güç, birçok rekabetçi ve iddialı faaliyetle, prestij ve itibar ile ilişkilendirilir. Ancak, rekabetçi ve saldırgan faaliyetler, bozucu etkileri sebebiyle toplum tarafından kontrol edildiğinden güç ihtiyacı çıkış yolları, kabul edilebilir normlara göre şekillendirilir. Yüksek güce sahip erkekler ve kadınların davranış çıkışları farklıdır. Erkekler arasında güç ihtiyacı rekabetçi ve iddialı davranışlara yol açar. Kadınlar arasında ise daha çok kaynak biriktirme yoluyla etkisini gösterir (McClelland, 1987: 596).

Yakın İlişki Gereksinimi: Yakın olma gereksinimi, bireyin başkalarıyla yakın ve dostane ilişkiler kurma arzusudur. Yakın olma ihtiyacı, reddedilme korkusuyla yalnız kalmaktan korkup başka insanlarla birlikte olma çabası veya bireyin bir olma ihtiyacı olarak açıklanır. Yakın olma gereksinimi yüksek olan kişiler, başkalarıyla samimi paylaşımlardan zevk alır. Doğal, sıcak, içten, takdir edici ve sevgi dolu olarak algılanırlar (McClelland, 1987: 598).

2.1.3.Sosyal Onay İhtiyacı İle İlişkili Diğer Teoriler

2.1.3.1.Erken Dönem Uyumsuz Şemalar Ve Sosyal Onay İhtiyacı

Sosyal onay ihtiyacıyla ilişkili teorik açıklamalar arasında erken dönem uyumsuz şemalarda bulunur. Young (2009: 33)’a göre erken dönem uyumsuz şemalar, kişinin kendi ve başkalarıyla ilişkisiyle ilgili, çocukluk döneminde oluşan anı,duygu,düşünce ve bedensel hislerden oluşan, bireyin yaşamı süresince detaylandırması gereken işlevsiz ve yaygın bir modeldir. Young geliştirdiği modelde; 18 erken dönem uyumsuz şemasını, giderilmemiş duygusal ihtiyaçların beş genel kategorisi olan ‘şema alanları’ içerisinde gruplandırmıştır (Young, 2009: 34-38).

Alan 1: Ayrılma ve Dışlanma/Reddedilme

Bireyin emniyet, devamlılık, bakım, anlayış, duyguları ifade etme, kabul alma ve saygı ihtiyaçlarının karşılanmayağı beklentisidir.

Şema alanıyla alakalı olan erken dönem uyumsuz şemaları;

-Terk Edilme

-Güvensizlik

- Duygusal Yoksunluk
- Kusurluluk
- Sosyal İzolasyon

Alan 2 : Zedelenmiş Özerklik ve Performans

Bireyin, ayrı olabilme, hayatını sürdürme, bağımsız olma veya başarılı olma becerilerinden çıkarımlarıyla çevre ve kendi hakkında beklentileridir.

Şema alanı ile ilişki erken dönem uyumsuz şemaları;

- Bağımlılık
- Hastalıklar ve Zarara Karşı Dayanıksızlık
- Yapışıklık
- Başarısızlık

Alan 3: Zedelenmiş Sınırlar

Kişisel sınırdaki diğerlerine karşı yükümlülüklerde veya uzun dönem hedefe odaklanmada yetersizlik. Diğerlerinin hakkına saygı gösterme, başkalarıyla ortak çalışma, vaatte bulunma ya da mantıklı hedefler belirleme ve bunları gerçekleştirmede zorluklara sebep olur.

Şema alanı ile ilişki erken dönem uyumsuz şemaları;

- Büyükleme
- Yetersiz Öz-denetim

Alan 4: Başkalarına Yönelimlilik

Sevilme ve onaylanma, bağlarını koruma veya kendi gereksinimlerini göz ardı edip başkasının duygu ve tepkisine odaklanmak.

Şema alanı ile ilişki erken dönem uyumsuz şemaları;

- Boyun Eğicilik
- Kendini Feda
- Onay Arayıcılık

Alan 5: Aşırı Tetikte Olma ve Baskılama/Ketleme

Mutlu olma, fikirlerini açıklama, dinlenme, yakın bağlar ve sağlığa rağmen bireyin duygu ve davranışlarını baskılaması veya benimsenmiş normlar, etik davranışlar ve performansla alakalı beklentilere fazla odaklanmak.

Şema alanıyla alakalı erken dönem uyumsuz şemaları;

- Olumsuzluk
- Duygusal Baskılama
- Aşırı Eleştiricilik
- Cezalandırıcılık

Young'un modelinde, Başkalarına Yönelimlilik alanında bulunan onay arayıcılık şeması; bireyin kendi güvenli ve gerçek benlik duygusunu geliştirmek yerine, başkalarından onay, tanınma, ilgi veya uyum sağlamaya aşırı önem vermesiyle karakterizedir (Young, 2009: 37). Bu şemaya sahip kişilerin öz saygıları, başkalarının reaksiyonlarıyla belirlenir. Onay ve tanınmaya ulaşmak için toplumdaki konumları, görünüşleri, maddiyatları veya performanslarına fazlaca odaklılardır (Young, 2009: 42).

2.1.3.2.Ellis'in Akılcı Olmayan İnançlar Yaklaşımı Ve Sosyal Onay İhtiyacı

Kişiler yanlış inançlarından kaynaklı olarak depresyon, kaygı ve sıkıntı gibi durumları yaşamaktadırlar. Yanlış olan inançlardan bazıları tamamiyle gerçektir ve terapiyle kolaylıkla düzeltilebilir. Bazılarının ise tanımlanması zor ve değiştirilmeye karşı dirençlidir (Burger, 2006: 628).

Ellis'in tanımladığı on bir akılcı olmayan inanç aşağıda sıralanmaktadır (Ellis, 1962: 61):

- 1.Yetişkin bir insan, bulunduğu topluluktaki hemen hemen her önemli kişi tarafından sevilmeli veya onaylanmalı fikri.
2. Kendini değerli hissetmek için her yönden tamamen yetkin, yeterli ve başarılı olması gerektiği fikri.
3. Belirli insanların kötü olduğu ve kötülükleri için ciddi şekilde suçlanıp cezalandırılmaları gerektiği fikri.
4. Bir şeyler istediğiniz gibi gitmediğinde bu durumun korkunç ve felaket olduğu fikri.
5. İnsanın mutsuz olmasındaki kaynağın dışsal nedenler olduğu ve üzülüp, rahatsız olduğu durumlar üzerinde hiç kontrolünün bulunmadığı fikri.

6. Eğer bir şey tehlikeli veya korkutucu ise, onun hakkında korkunç bir şekilde endişelenmek ve olasılığını sürekli düşünmek gerektiği fikri.

7. Belirli hayat zorluklarını ve kendi sorumluluklarını karşılamaktansa, bunlardan kaçmanın daha kolay olduğu fikri.

8. Bir insanın, diğerlerine bağımlılık göstermesi ve kendinden üstün bir başkasına ihtiyacı olması gerektiği fikri.

9. Geçmişin, şu anki davranışlarımızın belirleyicisi ve o dönemde hayatımıza şiddetli olarak etki gösterdiği için, sürekli aynı etkiyi göstereceği fikri.

10. Başkalarının sorunları ve rahatsızlıkları üzerine oldukça üzgün olmak gerektiği fikri.

11. Bireyin problemlerinin daima doğru ve kusursuz bir çözümünün bulunduğu ve buna ulaşamadığında durumun karşılaşılabileceği en kötüsü olduğu fikri.

Yukarıdaki akılcı olmayan inançlardan birinin de onaylanma ihtiyacı olduğu görülmektedir. Bu inancın akılcı olmamasına gerekçe olarak; ‘herkesin’ onayını kazanma hedefinin ulaşılmazlığı, sürekli kaygı ve endişeye sebep olması, onay arayışının başkalarına güvensiz ve sinirli tavıra sebep olabileceği bu nedenle onayın kaybedilebileceği, başkalarının onayını ararken kendi istek ve tercihlerinden ödün verilmesi sıralanabilir (Ellis, 1962: 61).

2.1.3.3.Kohlberg’in Ahlak Gelişim Kuramı ve Sosyal Onay İhtiyacı

Kohlberg, kuramını yapılandırırken sosyal onay kavramına yer vermiştir. Kurama göre birey yanlış ve doğruyu belirlemek amacıyla düzenli olarak düşünce halindedir. Kuram üç düzey ve altı evreden oluşmaktadır. Bu düzey ve evreler aşağıda verildiği gibidir (Kohlberg, 1977: 54):

-Gelenek Öncesi Dönem: Ceza ve İtaat ve Kişisel Çıkarlar

-Geleneksel Dönem: Kişilerarası Uyum ve Toplumsal Düzen

-Gelenek Sonrası Dönem: Toplumsal Sözleşme ve Evrensel Ahlak İlkeleri

Geleneksel düzeyin üçüncü evresi olan ‘Kişilerarası Uyum’ evresinde yapılan davranışlar, diğer insanları memnun eden, onlara yardımcı olan ve onaylanan davranışlar olarak tanımlanır. Çoğunlukla normlara uymak önem kazanır.

Davranışların niyetleri değerlendirilir ve 'iyi niyetli' olmak amaçlanır. Bunun için de insanların onaylayacağı nazik ve iyi davranışlar tercih edilir (Kohlberg, 1977: 55).

2.1.3.4.Sosyal Etki-Uyma Kuramı ve Sosyal Onay İhtiyacı

Latane'nin (1981) geliştirdiği kuram, belirli ana prensipler dahilinde topluluk ve birey etkileşimini açıklar. Bu etkileşimi açıklarken üç ana prensibe odaklanır. Sosyal etmenler kişiyi belli bir düzene göre etkiler. Çeşitli sosyal etmenleri kişi şu öncelikler bağlamında değerlendirir: sosyal etmenin şiddeti, bireyin hayatına yer ve zaman olarak yakınlığı ve etki altına aldığı insanların adedi (Cüceloğlu, 2011: 533).

Birey, toplumsal uyumu sağlamak için sosyal onay almayı hedefler. Bunu yapmak için toplumun kabul ettiği davranışları sergiler. Bu uyma davranışı üç farklı şekilde olur. Bunlar; itaat, özdeşleşme ve benimsemedir. İtaat, bireyin sorgulamadan uyum göstermesidir. Bunu reddedilmekten kaçınmak için yapar çünkü toplumdan dışlanma ve eleştirilme kaygısı içindedir. Özdeşleşme, çevresindekilerle benzer olmak istemesiyle ilgilidir. Benimseme ise önceden belirlenmiş olan kuralların doğru olduğuna inanıp bu kurallara uymadır (Kağıtçıbaşı, 2013: 105). Sosyal onay ihtiyacı ile itaat etme davranışının ilişkili olduğu düşünülmektedir. Birey, içinde bulunduğu toplumun değer ve düşünceleri tarafından etkilenip davranışlarını buna göre şekillendirir. Sosyal etki, sosyal onay ihtiyacını etkileyip, davranışların şekillenmesinde rol oynar (Karaşar, 2014: 27).

2.1.4.Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Hill ve arkadaşları (2004: 84) tarafından geliştirilen "Mükemmeliyetçilik Envanteri"nde ölçek alt boyutlarından biri onay ihtiyacıdır. Bu bulgu, mükemmeliyetçilikle ilişkilendirilen envanterde onay ihtiyacına dair alt boyut bulunmasıyla, mükemmeliyetçilik ve onay ihtiyacı arasında ciddi ilişki bulunduğunu belirtmektedir.

Twenge ve Im'in (2007: 185) uzun süreçli araştırması, sosyal onay ihtiyacının değişen hayat koşullarına göre nasıl değiştiğini açıklamaktadır. Bu araştırma, Amerika'da üniversite öğrencileri arasında yapılan çalışmaları kapsar. 1958 ile 1980 yılları arasında yapılan çalışmalar, sosyal onay ihtiyacının azaldığını göstermiştir. Ancak,

1980 ile 2001 yılları arasında yapılan çalışmalar, sosyal onay ihtiyacının durağanlaştığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, sosyal onay ihtiyacının zaman içinde nasıl değişkenlik gösterebileceğini göstermektedir.

Sherry (2002: 10-15) tarafından yapılan araştırmada, mükemmeliyetçilik ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişki detaylı olarak incelenmiştir. Katılımcılar, 70 ruhsal problemlili hasta ve 211 genç yetişkin olmak üzere 281 kişiden oluşmaktadır. Sonuçlar, yetişkin ruhsal problemlili hastalarda kendine dair mükemmeliyetçilik ile başkaları tarafından belirlenen mükemmeliyetçiliğin onay ihtiyacını öngördüğünü göstermiştir. Ayrıca, genç yetişkin kadın ve erkekte başkalarına dair mükemmeliyetçilik onay ihtiyacıyla etkili bulunmuştur.

Leary ve Kowalski (1995: 94-112) tarafından yapılan çalışma sonucunda, sosyal onay ihtiyacı yüksek olanların, sosyal onay ihtiyacı düşük olanlara kıyasla sosyal kaygıyı daha fazla yaşadıkları görülmüştür. Bunun temelinde, yüksek sosyal onay ihtiyacına sahip kişilerin, diğerlerinin önünde olumlu bir izlenim bırakma arzusuyla daha fazla motive olmaları yatmaktadır.

Huta ve Hawley (2010: 77-86) tarafından yapılan araştırmada, onay ihtiyacının kişilerde benlik saygısı, pozitif duygulanım ve yaşam doyumu ile negatif anlamlı ilişkisi olduğuna ulaşılmıştır. Bu durum, onaylanma ihtiyacının artmasıyla bu pozitif özelliklerin azaldığını göstermektedir. Ayrıca, olumsuz duygulanım ve depresyonla pozitif anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Sosik ve Dinger (2007: 146), 183 kurumsal yöneticinin katıldığı bir liderlik geliştirme kursu düzenleyerek liderlerin kişisel özellikleri, liderlik tarzları ve vizyon içeriği arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Katılımcılar, kursun başlangıcında kendi sosyal onay ihtiyaçlarını, kendini izleme düzeylerini ve sosyal güç ihtiyaçlarını belirten raporlar vermişlerdir. Araştırma, karizmatik liderlik tarzının sosyal onay ihtiyacıyla ilişkili olduğu sonucuna varmıştır.

Rudolph ve arkadaşlarının (Rudolph vd., 2005: 315) dördüncü ile sekizinci sınıf arasında yer alan 153 öğrenciyle yaptığı araştırmada, sosyal onayın iyi oluşla ilişkilendirildiği sonucuna varılmıştır.

Chiba ve arkadaşlarının (2009: 323) yaptığı çalışmada, sosyal kaygı ile sosyal onay ihtiyacının ilişkisini incelemiştir. Araştırmaya göre, yüksek sosyal onay ihtiyacına sahip olanlar, olumlu izlenim bırakmaya odaklı ve sosyal kaygıya eğilimlidir. Bu

bulgular, onay ihtiyacı yüksek kişilerin olumlu izlenime odaklı oldukları için sosyal kaygıya yatkınlıklarının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Masterson (1971: 12-13) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 155 üniversite öğrencisi üzerinde aile büyüklüğü ve cinsiyetin, onay ihtiyacıyla ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kadınların onay ihtiyacının erkeklerden fazla olduğu gözlemlenmiştir. Onay ihtiyacı ve aile büyüklüğünün arasında da anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgular, onay ihtiyacının cinsiyet ve aile yapısı gibi faktörlerden etkilendiğini göstermektedir.

Kimble ve Helmreich (1972: 339-341), yaptıkları çalışmada; sosyal onayın bireyin öz saygısıyla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bulgular, düşük öz saygısı olan kişilerin, orta düzeyde öz saygısı olan kişilere göre sosyal onay ihtiyaçlarının daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

2.1.5.Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar

Karaşar (2014: 119) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada, kendine yönelik mükemmeliyetçilik, sosyal kaygı ve toplulukçu benlik kurgusunun sosyal onay ihtiyacını yordadıkları sonucunu bulmuştur. Bu araştırma Türkiye’de sosyal onay ihtiyacına dair gerçekleştirilen ilk çalışmadır. Bu araştırma ile birlikte Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği geliştirme çalışmaları yapılmıştır.

Baytemir ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinde ebeveynlere duyulan bağlılık ile sosyal onay ihtiyacının kişilerarası yetkinliği ne ölçüde etkilediği incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal onayın başkalarının görüşlerine duyarlılık ve olumlu bir izlenim oluşturma alt boyutları değişkenler üzerinde anlamlı etkiye sahiptir. Üniversite öğrencilerindeki toplumsal becerilerin gelişiminde, içinde bulundukları toplum normlarına dikkatli oldukları düşünülmektedir (Baytemir vd., 2017: 955).

Aydoğmuş ve Demir’in (2017: 9) yaptığı çalışmada, 262 üniversite öğrencisi üzerinde sosyal onay ihtiyacı ve sorunlu internet kullanımı ilişkisi araştırılmıştır. Sonuç olarak, sorunlu internet kullanımı ve sosyal onay anlamlı şekilde ilişkili bulunmuştur. Özellikle sorunlu internet kullanımında sosyalleşme arayışının önemli bir etken olduğu vurgulanmıştır.

Yahşi'nin (2018: 48) 190 lise öğrencisiyle yaptığı araştırmada, lise öğrencilerindeki onay ihtiyacı ve kaygı düzeyi ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal onay ihtiyacının sosyal geri çekilme ve olumlu izlenim bırakma alt boyutları ile öğrencilerin kaygı düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Değirmenci ve Demirli (2019: 90-91) 449 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmada, geniş ve çekirdek ailelerde büyümüş bireylerin sosyal onay ihtiyaçları ile benlik farklılaşmaları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarında, sosyal onay ihtiyacı ile benlik farklılaşması negatif anlamda ilişkili bulunmuştur.

Raba (2019: 38) yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinin kişiler arası bağımlılık düzeylerini sosyal onay ihtiyacı, aidiyet duygusu ve utandırılma korkusu açısından incelenmesini amaçlamıştır. Araştırma bulgularında, sosyal onay ihtiyacı ile kişiler arası bağımlılık düzeyi pozitif anlamda ilişkili bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin sosyal onay düzeyleri yükseldikçe, kişiler arası bağımlılık düzeylerinde de artış gözlenmektedir.

Büyükeskil (2021: 21) 408 üniversite öğrencisi ile yürüttüğü çalışmada dayanıklılık ve sosyal onay ilişkisini incelemiştir. Çalışma sonucuna göre; üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyaçları ve dayanıklılıkları negatif anlamda orta seviyede ilişkili çıkmıştır. Dayanıklılığın, sosyal onay ihtiyacı tarafından yordandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mürtezaoglu ve Çıkrıkçı (2022: 492) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, lise öğrencilerinin mutluluğunu değerlendiren psikososyal göstergeler incelenmiştir. Öz yeterlilik, sosyal onay ihtiyacı ve akran ilişkileri bunlar arasında değerlendirilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, sosyal onay ihtiyacı ergen mutluluğunun önemli yordayıcılarından biridir. Ayrıca, ergenlerin mutlulukları ile öz yeterlik arasındaki ilişkide, sosyal onay ihtiyacı ve akran ilişkilerinin kısmi aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, öğrencilerin duygusal ve sosyal öz yeterlik düzeyleri artış gösterdikçe, sosyal onay ihtiyaçlarında azalma beklenmektedir.

Turan ve Duy (2020: 36), 842 üniversite öğrencisiyle yaptıkları araştırmalarında, romantik ilişkilerde şiddetin yordayıcıları olarak; bağlanma boyutları, benlik saygısı, toplumsal cinsiyet roller tutumu ve sosyal onay ihtiyacının rolünü incelemiştir. Araştırma sonucunda; romantik ilişkide şiddetin yordayıcılarından birinin sosyal onay

ihtiyacı olduğu ve sosyal onay ihtiyacı ile öz saygının negatif anlamda ilişkisi görölmüştür.

Karaşar ve Öğülmüş (2016) ‘Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeğı’ni geliştirene kadar, sosyal onay ihtiyacı literatürde onay motivasyonu veya onay arama kavramları ile ifade edilmektedir. Bu sebeple Karaşar ve Öğülmüş’ün geliştirdiğı ölçeğı kadar, sosyal onay ihtiyacı başka ölçeklerin alt boyutları şeklinde ölçölmüştür. Bu araştırmalardan bazıları aşağıda sıralandığı gibidir;

Erözkan (2005: 147) tarafından üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen çalışmada, Kişilerarası Duyarlılık Ölçeğı alt boyutu olan onaylanma ihtiyacı ile depresyon arasında olumlu bir ilişki bulunmuştur. Bu bulgulara göre, onaylanma ihtiyacının artmasıyla birlikte, depresyon düzeyinde de artış gözlemlenmiştir.

Soygüt ve ekibinin (2009: 75-84) çalışmasında, erken dönem uyumsuz şemaların bir belirleyicisi olarak onay arayıcılığının çeşitli değişkenlerle ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Belirti Tarama Listesi'nde yer alan genel belirti düzeyi, kaygı, kişilerarası duyarlılık ve depresyon ile onay arayıcılığı arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Göller'in (2010: 95) çalışmasında, lise öğrencileri üzerinde uygulanan Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeğı alt boyutlarından biri olan onay ihtiyacı ile depresyon arasında olumlu bir ilişki bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, onay ihtiyacının artmasıyla birlikte depresyon puanlarının da arttığı gözlemlenmiştir.

Yaka'nın (2011: 113) çalışmasında, psikiyatrik rahatsızlık gösteren bireylerde erken dönem uyumsuz şemaları, bağlanma, psikolojik belirtiler ve öz yönetim ilişkisi incelenmiştir. Bulgulara göre, Young Şema Ölçeğı Kısa Formu alt boyutlarından onay arayıcılığı ile Kısa Semptom Envanteri arasında pozitif orta düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki, psikiyatrik tanı almamış bireylerle madde bağımlılığı, depresyon, yeme bozukluğu ve anksiyete tanısı almış kişiler arasında incelenmiştir.

Şenormancı ve arkadaşlarının (2013: 242) yaptığı çalışmada, unipolar depresyon tanısı almış 60 hastaya Fonksiyonel Olmayan Tutumlar Ölçeğı'ndeki alt faktör olan onay görme ihtiyacı uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, depresyon ile onay görme ihtiyacı arasında negatif düşük düzey ilişki bulunmuştur.

Siyez (2015: 34) tarafından 666 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen bir araştırmada, aşırı internet kullanımı değişkenlerinden sosyal fayda sağlama ile onay

bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, empati düzeyi düşük ve onay bağımlılığı yüksek olan öğrencilerde, internetten sağlanan sosyal faydanın daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

2.2.TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUMU

2.2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı

Cinsiyet, canlıların biyolojik, fizyolojik ve genetik özellikleriyle ilgili olan eril veya dişil nitelikleri ifade eder (Özcan, 2012: 5). Doğuştan gelen biyolojik cinsiyetler kadın veya erkek olarak tanımlanırken, kadınlık ve erkeklik kavramları toplumsal etkileşimler sonucunda kültürel bağlamda ortaya çıkar (Hepşen, 2010: 14). Kadınlık ve erkeklik, toplumsal öğrenmenin bir sonucu olarak belirli davranış farklılıklarına neden olur. Toplumsal cinsiyet, kadınlık ve erkeklik kavramlarıyla ilişkilendirilir ve bireyin biyolojik cinsiyetinden doğrudan etkilenmez (Giddens, 2012: 505-506). Toplum, bireylerden biyolojik cinsiyetlerine uygun davranışlar sergilemelerini bekler ve biyolojik cinsiyetlerine uygun olmayan davranışları reddeder (Vatandaş, 2007: 31). Bu bağlamda bakıldığında, biyolojik cinsiyet bireye görev ve sorumluluklar yüklemeyken, toplumsal cinsiyet belirli davranış standartları ve rollerle ilişkilendirilir.

Toplumsal cinsiyetin psikososyal gelişimine ilişkin yapılan çalışmalarda, 18-24 aylık çocukların cinsiyet kimliklerini edinme sürecine sözel olmayan ifadelerle başladıkları belirtilmektedir (Halim ve Ruble, 2010: 496). Bu gruptaki çocuklar, kendi cinsiyetlerini ve çevrelerindeki kişilerin cinsiyetlerini tanıyabilirler. Ancak, bu süreçte cinsiyet kavramının biyolojik ve değişmez olduğu bilgisine henüz sahip değildirler (Sravanti ve Sagar, 2019: 286). 5-7 yaşları arasında ise çocuklar, bilişsel gelişimleriyle birlikte cinsiyetin biyolojik ve değişmez olduğunu kavrayarak, kendi biyolojik cinsiyetlerine uygun davranış örüntülerini benimsemeye başlarlar (Halim ve Ruble, 2010: 496).

2.2.2.Toplumsal Cinsiyet Roller

Toplum, kadın ve erkeklerin davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bireyler, toplumsallaşma süreci içerisinde toplum tarafından kabul edilmiş cinsiyet rollerini benimserler. Buradaki roller kişinin statüsüne uyacak şekilde toplumun ondan

beklediği davranışlardır (Akgül Gök, 2013: 6-7). Toplumsal cinsiyet rolleri, kişiye parçası olduğu toplum tarafından dayatılan, cinsiyetine bağlı belirlenmiş davranışlar ve kalıp yargılardır (Dökmen, 2009: 29). Bireyin kimlik bütünlüğü ve düşünce biçimini etkiler (Plotnik, 2007: 395). Temelde iki toplumsal cinsiyet rolü vardır: erkeklik rolü (eril) ve kadınlık rolü (dişil). Bu roller, kadın ve erkeğe, toplumsal katılım ve iş bölümü olan her alanda belirli sorumluluklar verir (Vatandaş, 2007: 34). Cinsiyet rolleri toplumun genelinden kabul gördüğü için kadının ve erkeğin bulunduğu her alanda yansımaları gösterir (Sankır, 2010: 1). Kişi toplumsal cinsiyet rollerine uygun olmayan bir davranışta bulunduğu anda, toplum onu suçlayıp dışlar (Henslin, 2001: 174).

Bem'in (1974) toplumsal cinsiyet rollerini tanımladığı ölçekte, kadınsı özellikler arasında "sevecen, cana yakın, duygusal, hassas, merhametli, nazik, tatlı dilli, boyun eğen, başkalarının ihtiyaçlarına duyarlı" gibi özellikler bulunurken; erkeksi özellikler ise "mantıklı, duygularını açığa vurmeyen, idealist, cömert, ailesine karşı sorumlu, lider, girişken, baskın, otoriter, hırslı, güçlü" şeklinde sıralanmıştır (Dökmen, 1999: 32).

2.2.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açıklayan Kuramlar

Cinsiyet rolünün kazanılmasıyla ilgili farklı teoriler geliştirilmiştir. Kimi teoriler genetik farklılıklara atıfta bulunurken, diğerleri bilişsel gelişim evrelerinin rolüne vurgu yapar. Bazıları ise sosyal öğrenme süreçlerine dayanırken, diğerleri sosyal kategorizasyon ilkelerine odaklanır (Halim ve Ruble, 2010: 495).

2.2.3.1. Biyolojik Kuram

Biyolojik kuram, kadın ve erkeğin doğuştan getirdikleri özellikleri nedeniyle birbirinden ayrı sıkıntılarla karşılaştıklarını ve bu yüzden toplumsal rollerinin birbirinden farklı şekilde şekillendiğini savunur (Buss, 1995: 164). Biyolojik kuram, psikolojik olayların büyük ölçüde beyin ve sinir sisteminin etkinliğiyle ilişkilendirildiği ve davranış ile bu fizyolojik süreçler arasında güçlü bir bağlantı olduğunu savunur. Bu kuramda, toplumsal cinsiyete dair farklılıklar beyin yapısı, hormonlar ve üreme organları gibi biyolojik farklılıklarla açıklanır (Ünlü, 2001: 5). Beyin çalışmalarına bakıldığında, erkek beyninin hacim olarak kadın beyninden daha

büyük olduğu görülmüştür (Ruignork,2014: 37). Hormonal yapı anlamında da kadın ve erkek farklılık gösterir ve bu biyolojik fark davranışlarda farklılıklara yol açar. Östrojen, temel kadın hormonu iken, androjen temel erkek hormonudur (Parker, 2005: 5-8). Hayvanlar üzerinde yapılan deneyler, hormon dengelerinin değiştirilmesinin cinsiyet rolleri davranışlarının değişimine neden olduğunu göstermektedir (Dökmen, 2009: 51).

2.2.3.2 Psikanalitik Kuram

Psikanalitik Kuram'ın geliştiricisi Freud'a göre, bireyin kişiliği, çocukluk sürecindeki deneyimleriyle gelişir. Freud, bu gelişim sürecini beş ana başlık altında inceler ve 0-6 yaş arasında bulunan üç dönemin, kişiliğin oluşmasında önemli olduğunu vurgular. Freud'un belirttiği gelişim evreleri sırasıyla; Oral dönem (0-1 yaş), Anal Dönem (1-3 yaş), Fallik Dönem (3-6 yaş), Latent Dönem (6-11 yaş) ve Genital Dönem (11 yaş ve üstü)'dir (Özdemir ve diğerleri, 2012: 571). Belirtilmiş bu dönemler içerisinde ihtiyaçların tam anlamıyla karşılanmaması veya çözümlenememiş karışıklıklar, kişilik gelişiminde hasarlara neden olabilir. Çocuğun ihtiyaçlarının aşırı derecede karşılanması halinde de yine kişilik gelişimi olumsuz etkilenmektedir (Kitiş-Çınar, 2013: 16).

Freud'un psikanalitik kuramı, toplumsal cinsiyetle ilgili ilk açıklamaları içerir. Ona göre, psikososyal gelişim evrelerinde cinsel kimlik doğumla birlikte başlar. Çocuklar, ilk iki dönemde (oral ve anal) cinsiyetler arasındaki farkları anlamazlar. Ancak fallik dönemde, cinsiyet farklılıkları kavranır ve ebeveynlerine özdeşim yaparak toplumsal cinsiyet rollerini ilk kez öğrenirler (Dökmen, 2009: 43-44). Freud'a göre, çocuklar kendi cinsiyetlerine sahip ebeveynleriyle özdeşim kurar ve onların özelliklerini benimserler. Dolayısıyla, erkekler "erkek" olmanın, kadınlar ise "kadın" olmanın nasıl olduğunu bu şekilde öğrenirler. Bu, psikanalitik kuramın, bireylerin psikolojik ve toplumsal uyum için kendi cinsiyetlerine uygun bir "cinsel kimlik" geliştirmelerinin önemini vurguladığı anlamına gelir (Dökmen, 2009: 47).

2.2.3.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Bandura'nın geliştirdiği kurama göre, öğrenme edimsel koşullanma, model alma ve taklit yoluyla gerçekleşir (Bandura, 1977; akt. Dökmen, 2009: 59). Bu kuram,

cinsiyete özgü davranışların öğrenilmesinde genel öğrenme ilkelerine başvurur ve çocukların diğer sosyal davranışları öğrendikleri gibi cinsiyet rollerini de öğrendiklerini savunur. Kızlar ve erkekler, farklı davranış örüntülerini cezalandırma ve ödüllendirme yoluyla şekillendirilirler. Toplumsal cinsiyet anlamında tutarlı görülen davranışlar için sunulan onay, övgü ve ilgi gibi toplumsal pekiştireçler, istenen davranışların kazandırılmasında etkilidir (Bayrakçı, 2013: 201). Sosyal öğrenme kuramı, çocukların belirli davranışları edinmelerini, kültürdeki cinsiyete uygun davranışları tanımlayan kalıp yargılarla açıklar ve çocukları çevresel etkilerin pasif alıcısı olarak görür (Arslan, 2000: 26).

Model alma ve taklit açısından bakıldığında ilk deneyimler ebeveynlerledir. Sosyal öğrenme kuramı, ailelerin çocuklarının cinsiyetine dayalı olarak algıladıklarını ve bu algılarına göre davrandıklarını iddia etmektedir (Güldü ve Kart, 2009: 104). Televizyon, sosyal medya, masallar ve oyunlar da genellikle çocuklar tarafından model alınır. Bu yollarla çocuklar kendi cinsiyet davranışlarını pekiştirirken aynı zamanda kendilerine ait olmayan karşı cinsin davranışlarını da gözlemler (Dökmen, 2009: 61). Televizyon, medya ve reklamların cinsiyet rollerinin gelişiminde önemli bir rolü vardır. Reklamlar genellikle erkek çocuklarına eylemde bulunma, rekabet etme, yıkım ve kontrol etme gibi kavramları vurgularken, kız çocuklarına ise duyguları kullanma, beslenme faaliyetleriyle ilgilenme ve sınırlı aktivitelerde bulunma gibi unsurları öne çıkarır (Johnson ve Young, 2002: 473).

2.2.3.4.Bilişsel Gelişim Kuramı

Bilişsel gelişim kuramı, Piaget'in bilişsel gelişim kuramına dayanır. Piaget, küçük ve büyük çocuk arasındaki düşünce biçimin farklılık gösterdiğini savunur. Küçük çocuk ve büyük çocuğun düşünce biçimleri arasında niteliksel farklılıklardan söz eder. Çocukların yargılarını önemli düzeyde etkileyen değişkenlerden biri fiziksel görünüştür (Dökmen, 2009: 64). Kohlberg, çocuklarda ahlaki yargı ve niceliksel gelişim konusunda olduğu gibi cinsiyete uygun davranmanın da bilişsel anlamda gelişim süreçlerindeki kademeli düzenle birlikte gerçekleştiği fikrini öne sürer. Toplumsal cinsiyet rollerini algılayış, farklı biliş basamaklarında zamanla gerçekleşir ve bulunulan basamak özelliklerine göre değişir (Kohlberg, 1968; akt. Erzeybek, 2015: 19). Çocuk bilişsel anlamda olgunlaştıkça kendini kadın veya erkek olarak kategorize eder ve bu cinsel kimlik ile uyumlu davranmaya çalışır (Dökmen, 2009: 65). Çocuğun

cinsiyet rol gelişimi üç aşamada gerçekleşir. 2-3 yaş arası etiketleme dönemidir. Bu dönemdeki çocuk bireylerin iki cinsiyetten birine sahip olduğunu anlar ve kendi cinsiyetinden emindir (Dökmen, 2009: 66). Etiketleme döneminde yapılan atıflar biyolojik değil yüzeysel unsurlarla yapılır. Örneğin birinin uzun saçları varsa kadındır gibi. Çocuk kişinin cinsiyetinin değişebileceğine inanır. Eğer bir adam elbise giyerse kadına dönüştür gibi. Cinsiyet sürekliliği yoktur (Helgeson, 2017: 308).

Cinsiyet sürekliliğinin kavranması 3-4 yaşlarında gerçekleşir. Bu dönemde çocuk büyüdüğünde de aynı cinsiyette kalacağını anlar ama fiziksel özelliklerden hala etkilenir. Son olarak 4-7 yaşları arasında çocuk cinsiyetin görünüşten bağımsız olduğunu anlar (Dökmen 2009: 66). Çocuk cinsel kimliğini kazandıktan sonra bununla uyumlu davranışlar sergilemek için motive olur (Helgeson, 2017: 308).

Bilişsel yaklaşıma göre, insanlar tutarlı bir bilişsel yapıya ihtiyaç duyarlar. Çocuklarda bunu sağlamak, en uygun erkek ya da kız olma şeklini bulmaktır. Bilişsel tutarlılık isteği sonucunda, çocuklar cinsiyet kalıplarını sabit, ahlaki ve katı normlar olarak benimser (Dökmen, 2009: 66).

2.2.3.5. Sosyal Rol Kuramı

Bu kuram, kadın ve erkek arasında olan davranış farklılıklarını, toplumsal cinsiyet yargıları ve sosyal rollerle açıklar. Sosyal rol, toplumun şekillendirip kişiden beklediği davranışları ifade eder (Dökmen, 2009: 84). Kadın ve erkek, doğuştan farklı cinsiyet rolleriyle gelmezler. Farklı sosyal etkileşimler sonucunda kadın ve erkek farklı rol üstlenir ve bu rol, sosyal ve psikolojik süreçlerle davranışlarda cinsiyet farklılıklarına yol açar (Eagly ve Wood, 2016: 459). Toplumda, bireylerden kendi cinsiyetlerine uygun davranış örüntüleri beklenir ve bu beklentiler, klişeleşmiş inançlardan kaynaklanır. Bu inançlar aile ve toplum gibi etkenler tarafından şekillendirilmektedir. Yani, kadınla ilgili toplumsal beklentiler dişil cinsiyet rolünü, erkekle ilgili beklentiler eril cinsiyet rolünü tanımlamaktadır (Dulin, 2007: 105). Bu inançlar, genellikle hiyerarşik yapılarla ilişkilidir. Hiyerarşik yapıda, erkeklerin kadınlardan daha fazla güç ve statü sahibi olma eğiliminde olduğu görülür. Erkekler, genellikle başkalarını etkileme yeteneği üzerine odaklanırken, kadınlarda daha fazla etkilenme eğilimi bulunur. Bu nedenle, erkekler genellikle ilham kaynağı ve yön verici konumdadır (Eagly, 1983; akt. Dökmen, 2009: 81-82). Ayrıca, otorite veya uzmanlık gerektiren

konularda erkeğin kadına kıyasla daha çok güç ve statüye sahip olduğu kabul edilir. Bu nedenle, genellikle kadınların daha toplumsal, erkeklerin ise daha yön verici olduğu inancı yaygındır (Carli, 2001: 728).

2.2.3.6. Toplumsal Cinsiyet Şema Kuramı

Bu kuramın kurucusu Sandra Lipsitz Bem'dir. Bu kurama göre çocuk, cinsiyet kimliği kazanma amacıyla kendini ve etrafındakileri kadın ve erkek olarak etiketlemek zorundadır. Cinsiyet şemaları oluşturur ve bu şemalara cinsiyetlere ait özellikleri ekler. Kadınsı ve erkeksi kategorilerine ayırdığı şemalara, karşılaştığı her bilgide ekleme yapar ve şemayı genişletir (Dökmen, 2009: 69). Kültürlerde, kadın ve erkek rol ve davranışları belirlenmiş, cinsiyete dayalı iş ve faaliyetler tanımlanmıştır. Çocuklar, bu rolleri gözlemleyerek öğrenir ve toplumsal cinsiyetle ilgili bilgileri içselleştirirler. Çocuklar toplumun cinsiyet şemasının içeriğini öğrenirken, kendi cinsiyetlerini ve kendilerini nasıl tanımlamaları gerektiğini öğrenirler. Bu öğrenme süreci, cinsiyet rollerinin iki cinsiyet arasında farklı şekillerde uygulandığını öğretir. Sonuç olarak, çocuklar kendilerini ve kişilik özelliklerini cinsiyet rollerine uygun olarak düzenlerler. Bu şekilde, cinsiyet şemalarıyla donatılan çocuklar, kendi cinsiyetlerini farklı bir tür olarak görmeye başlarlar (Bem, 1981: 355).

Sandra Bem, şema kuramında, insanların erkeksi ve kadınsı davranışlarını dört grupta ele alır. "Kadınsı", kadınsı özelliklerin erkeksi özelliklere göre daha fazla olduğu kişileri tanımlar. "Erkeksi", erkeksi özelliklerin kadınsı özelliklere göre daha fazla olduğu kişileri ifade eder. "Androjen" erkeksi ve kadınsı özelliklere aynı anda sahip kişileri tanımlar. Bu kategorideki bireylerin erkeksi ve kadınsı özellikleri eşit düzeydedir. Son olarak, "Farklılaşmamış Cinsiyet Tiplemesi", ne erkeksi ne de kadınsı özelliklere sahip kişileri ifade eder (Damarlı, 2006: 35).

2.2.4. Toplumsal Cinsiyet Rollerini Etkileyen Etmenler

Cinsiyet rolleri bağlamında kadın ve erkek rolü genellikle geleneksel ve eşitlikçi olarak ayrılır. Geleneksel rollerde, kadın ev işleri sorumluluklarını yüklenirken, erkeğin evin geçimini sağlama gibi görevleri vardır (Akın ve Demirel, 2003: 81). Geleneksel rollerde, kadın ile erkek arasında oldukça belirgin bir ayrım vardır ve kadın çoğu zaman geri planda kalır. Eşitlikçi cinsiyet rollerinde ise kişilerde iş, evlilik,

sosyal ve toplumsal temelde hiçbir ayrım bulunmaz (Bakioğlu ve Türküm, 2019: 719). Kadın ve erkek bütün sorumlulukları eşit olarak paylaşır (Akın ve Demirel, 2003: 81). Birey, cinsiyet rolleriyle ilgili tutumlarını, aile, okul, televizyon, gazete, kitaplar, oyun, şarkı sözü ve masallar gibi çeşitli etmenlerden öğrenebilir (Alpan, 2018: 81).

Aile, kişilerin toplumla etkileşime girdiği ilk basamaktır (Tosun ve Doğan, 2021: 82). Ailesinin yaşadığı bölge ve ait olduğu sınıf, kişinin toplumsallaşması boyunca etkili olacak normları belirler (Giddens, 2012: 205). Çocuklar cinsiyet rollerini ailelerinden öğrenir. Aile, çocuğun kendi cinsiyetini fark etmesine yardımcı olur ve cinsiyete uygun davranışları ödüllendirir veya onaylar (Orçan, 2011: 139). Çocuk, ilk olarak giyim şekli, saç uzunluğu gibi görsel işaretlerle cinsiyetlere dair farklılıkları algılar. Çocukların cinsiyet rollerini öğrendikleri sözel olmayan belirleyicilerden biri de oyuncaklardır (Giddens, 2012: 209). Ebeveynler, çocuklarına oyuncak seçerken toplumsal algının etkisiyle çocuğun cinsiyetiyle uyuşan oyuncaklara yönelirler. Kızlar için bebek ve ev gereçleri, erkekler için ise silah ve araba gibi oyuncakları tercih ederler (Campbell, Shirley ve Caygill, 2002: 206).

Aile içinde öğrenilmeye başlanan cinsiyet rolleri, toplumun kültürel değerleriyle birlikte çocukların cinsiyetlerine göre yönlendirilmesine neden olur. İnsan toplumsal cinsiyet rollerini parçası olduğu kültür değerleriyle öğrenir (Geçici, vd., 2017: 26; Güvenç ve Aktaş, 2006: 46). Kültürel unsurlar içinde toplumsal cinsiyetin öğrenilmesinde etkili kanallardan biri dildir. Kişi, konuşmayı öğrendiğinde kültürün ögesi olur ve toplumsal cinsiyet yaklaşımlarını da öğrenir (Nakhanova, 2022: 345). Türk edebiyatındaki cinsiyet yansımasına bakıldığında; erkek için cesur, güçlü kalıpları olumlu, çapkın, bencil ve kaba olumsuz olarak kullanılır. Kadınlar için ise, namuslu, fedakar, duygusal, güzel ve hamarat olumlu, huysuz, geveze ve şirret olumsuz olarak kullanılan ifadelerdir (Çolak, 2018: 95-104). Toplumların kültürel değerleri, kadın ve erkeğin davranışlarını şekillendirir ve denetler. Bittiği rollerle kişiyi hangi sorumlulukları üstlenmeleri gerektiği konusunda yönlendirir. Bu roller, doğum öncesinden başlar, aile içinde ve daha sonra okul, iş hayatı ve yasalarla pekişir. Sonuç olarak, bireyin yaşamında kökleşir ve değişmez birer norm haline gelir (Saraç, 2013: 27).

Aile ortamında öğrenilmeye başlanan erkek ve kız rolleri, okul ortamında sağlamlaştırılıp pekiştirilir (Özcan, 2012: 13). Çocukların aileden sonra gelen rol modeli öğretmendir (Aydın ve Sağlam, 2012: 260). Öğretmenlerin sınıf içerisinde

cinsiyetçi kalıplarla hareket etmelerinin ötesinde ders kitapları da içeriklerinde cinsiyetçi öğeler barındırmaktadır (Tezer Asan, 2010: 69). Ders kitaplarında, anne temizlik ve yemek yapma gibi ev içi faaliyetlerle ilişkilendirilirken, erkek otorite figürü ve maddi sorumlulukları üstlenen bir şekilde vurgulanmaktadır (Vatandaş, 2007: 39-40).

Kitle iletişim araçlarından olan televizyon, cinsiyet rollerinin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Genellikle ataerkilliği besleyen ve kadınları cinsel objeler olarak gösteren içerikler bulunmaktadır (Çınar, 2013: 12). Televizyon programları ve reklamlar, kadın ve erkek rollerini vurgulayarak toplumsal cinsiyetin şekillenmesine katkıda bulunur. Kadınlar genellikle ev işleri, dantel, moda ve makyaj gibi alanlarda, erkekler ise spor, politika ve ekonomi gibi daha "eril" konularda temsil edilir (Topal, 2012: 36). Bu içeriklerde kadınlar sıklıkla kırılgan, pasif ve ev işlerine odaklı olarak gösterilirken, erkekler daha dominant ve özgürlüğü temsil ederler (Özcan, 2012: 15). Yerli dizilerde kadın imajı, genellikle geleneksel rolleri sürdürmesi gerektiği mesajını verirken (Kutlu, 2010: 76), reklamlarda kadınlar güzel ve cinsel objeler olarak kullanılır ve ev içi işlerle ilişkilendirilirler. Kadınların çalışma hayatındaki temsiliyeti ise genellikle az gösterilir ve ailevi sorumlulukları ihmal ettikleri vurgulanır. Bu durum, kadının toplum içindeki ikincil konumunu pekiştirir (Büstan, 2015: 183).

2.2.5. Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Tutumu İle İlgili Yurtdışı Araştırmaları

Cunningham (2001: 117-120) 791 genç yetişkin ve anne ile yaptığı çalışmada, genç yetişkinlerin cinsiyete dayalı aile rollerine, ev işi dağılımına ve ev işi yapmaya yönelik tutumlarında ailenin etkilerini incelemiştir. Bir çocuğun ergenlik döneminde annenin eşitlikçi cinsiyet rolü benimsemesi, genç yetişkinlik dönemindeki eşitlikçi cinsiyet rolünün belirleyicisi olarak bulunmuştur. Annenin eşitlikçi bir cinsiyet tutumu benimsediği ailede, erkek çocuğun ev işlerinde sorumluluk almaya eğilimli olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Barber ve Axinn (1998: 22), genç kadınlarda evlilik ile toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ilişkisini incelemeyi amaçladığı araştırmada, evliliği erken yaşta gerçekleştirmenin kadınların geleneksel toplumsal cinsiyet rolüne meyilli olmasına neden olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Boehnke (2011: 65-70), yaptığı araştırma sonucunda; yüksek eğitim düzeyine sahip ve çalışan bir annenin çocuğu olan kişinin, eşitlikçi cinsiyet tutumu geliştirmeye meyilli olduğu çıkmıştır. Kadınların çalışıyor olmasının eşitlikçi cinsiyet tutumu geliştirmelerine etkisi görülmüştür. Kadınlarda, çocuk sahibi olmak geleneksel cinsiyet tutumuna yaklaştıracı bir etkenken, erkek için böyle bir etkisi bulunmamıştır.

Neff ve Suizzo (2006: 448-451) tarafından 314 katılımcıyla yürütülen araştırmanın sonuçlarına göre, geleneksel cinsiyet rolünü benimsemiş çiftlerin, eşitlikçi cinsiyet rolünü benimsemiş çiftlere kıyasla duygusal durumlarını birbirlerine belirtme olasılığının daha düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Zuo ve arkadaşları (2018: 6), 1099 üniversite öğrencisi ile yürüttükleri çalışmada, üniversite öğrencilerinde rıza dışı cinsel ilişki farkındalığı ve mağduriyeti ile toplumsal cinsiyet rolleri tutumları ilişkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda; geleneksel cinsiyet tutumunu benimsemiş kız öğrencilerin rıza dışı cinsel ilişki durumunda daha savunmasız olduklarına ulaşılmıştır.

Lennon ve arkadaşları (1994: 196-197), yaptıkları çalışmada beden imgesi, cinsiyet rolleri tutumları ve özsaygı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuç olarak geleneksel olmayan cinsiyet tutumu ile yüksek benlik saygısı ilişkili çıkmıştır. Geleneksel olmayan cinsiyet tutumuna sahip kadınlar daha yüksek benlik saygısına sahiplerdir.

Cunningham, Beutel, Barber ve Thornton (2005: 888) tarafından yapılan araştırmada, medeni durum dikkate alındığında, bekar olanların evli olanlardan daha eşitlikçi cinsiyet tutumlarını benimsedikleri bulunmuştur.

Cano ve Hofmeister (2023: 204-207) yürüttükleri çalışmada çocukların cinsiyet rolü tutumlarında aile yaşamında baba katılımının etkisini incelemişlerdir. Sonuç olarak, babaların çocukluk döneminde çocuk bakımı için harcadıkları zamanla, çocuğun eşitlikçi cinsiyet tutumu benimsemesi arasında ilişki bulunmuştur. Çocuğun eşitlikçi cinsiyet tutumunun aile yaşamında baba katılımı için en büyük belirleyicisinin, babanın ergenlik döneminde ev işlerine harcadığı zaman olduğu görülmüştür.

Schwartz ve arkadaşlarının (2004: 145), 170 erkek öğrenci ile yürüttükleri çalışmada, üniversite öğrencisi erkeklerde maskülen cinsiyet rolü (geleneksel erkek rolü) çatışması ile bağlanma arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Maskülen cinsiyet rolü tutumu yüksek olan öğrencilerin güvensiz bağlanma eğiliminde oldukları bulunmuştur.

2.2.6.Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutumu İle İlgili Yurtiçi Araştırmaları

Köken Durgun ve Cambaz Ulaş (2019: 98), 927 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirdikleri araştırmada, toplumsal cinsiyet rolü tutumlarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma bulgularında, öğrencilerin eşitlikçi tutumu benimsedikleri görölmüşür.

Abiç, Temizkan Sekizler ve Vefikuluçay Yılmaz (2022: 240) tarafından 133 hemşirelik öğrencisiyle gerçekleştirilen çalışmanın amacı, hemşirelik bölümdeki öğrencilerin toplumsal cinsiyet rolü tutumları ve flört şiddetine yönelik tutumlarının incelenmesidir. Sonuç olarak, öğrencilerin toplumsal cinsiyette eşitlikçi tutumu yükseldikçe flört şiddetini desteklemediklerine ulaşılmıştır.

641 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada, erkek ve kadınların eşitlikçi cinsiyet rolünü benimsedikleri görölmüşür. Ancak, yapılan analizler sonucunda erkeklerin bu tutuma daha yüksek bir ortalama ile sahip oldukları belirlenmiştir. Yani, araştırmada erkeklerin kızlardan daha fazla eşitlikçi tutuma sahip olduğu ortaya çıkmıştır (Geçici, vd., 2017: 24).

Güler ve Tüysüz'ün (2021: 300-301), cinsel mitler ile toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ilişkisini incelemek amacıyla yaptığı araştırma sonucunda, kişinin cinsel mitlere inancıyla toplumsal cinsiyet rolleri tutumu arasında güçlü negatif ilişki tespit edilmiştir.

Selçuk (2021: 68-73) tarafından 384 kadınla yürütölen araştırmada, toplumsal cinsiyet rolü tutumu, bağlanma stilleri, kadına yönelik şiddet tutumları ve benlik saygısı ilişkisi ölçölmüşür. Araştırmanın sonuçlarına göre, 27 yaş altındaki katılımcıların toplumsal cinsiyet rollerini daha az benimseyip, daha az geleneksel tutumlara sahip oldukları, düşük anne eğitim seviyesine sahip olanların toplumsal cinsiyet tutumunun geleneksel olduğu, psikolojik şiddete maruz kalanların toplumsal cinsiyet tutumu olarak eşitlikçi oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, geleneksel toplumsal cinsiyet rolü tutumuna sahip katılımcıların, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma stillerini gösterdiği, kadına yönelik şiddete az eğilim gösterdikleri ve benlik saygılarının daha düşük olduğu görölmüşür.

Kiraz'ın (2021: 96) çalışması, 527 din görevlisinin toplumsal cinsiyete dair tutumlarını incelemiştir. Çalışma sonuçları, din görevlilerinin toplumsal cinsiyet rollerine karşı eşitlikçi tutumda olduklarını ortaya koymuştur. Ayrıca, kadın din görevlileri, 51 yaş altındakiler, fakölte ve yüksek lisans-doktora mezunu olanlar, eşleri çalışanlar ve

şehirde görev yapanlar, ilgili faktörlere göre daha eşitlikçi bir tutum sergilemektedirler.

Karagöz (2021: 56-65) tarafından 413 katılımcıyla yürütülen çalışmada, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun cinsel doyum ve cinsel özgüven ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Araştırma, bireylerin eşitlikçi tutumu benimsediklerinde cinsel doyum ve özgüvenlerinin yükseldiği sonucuna ulaşmıştır.

Esen ve arkadaşlarının (2017: 54) araştırması, kadınlar arasında erkeksi, androjen ve belirsiz cinsiyet rollerine sahip öğrencilerin kadınsı rolü benimseyenlere göre toplumsal cinsiyet algısı puanlarının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, erkekler arasında kadınsı, erkeksi ve belirsiz cinsiyet rollerine sahip olanların androjen rolü benimseyenlere kıyasla toplumsal cinsiyet algısı puanlarının daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca, kadın üniversite öğrencilerinin, dışarıda çalışsalar dahi ev içi işlerin kendi sorumlulukları olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Can ve Girgin Büyükbayraktar (2018: 368) tarafından 201 erkekle yapılan çalışma, erkeklerin cinsiyet rollerine dair tutumlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, eğitim düzeyi yüksek bireylerin eşitlikçi tutumu sergiledikleri, ancak okuryazar olmayanların geleneksel tutumu benimsedikleri görülmüştür.

Akgül (2022: 39-40) 433 katılımcıyla gerçekleştirdiği çalışmada, farklı kuşakların toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarını karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, X, Y ve Z kuşağındaki kişilerin çoğunlukla eşitlikçi bir cinsiyet tutumu benimsedikleri tespit edilmiştir. X kuşağındaki katılımcıların, Y ve Z kuşağındaki katılımcılara göre daha geleneksel tutumu benimsedikleri görülmüştür.

Kaplan ve Tasa (2022: 687), 402 kişiyle üniversite öğrencilerinde toplumsal cinsiyet rolü tutumu ve romantik kıskançlık arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rolü tutumları genellikle eşitlikçi görülmüştür. Toplumsal cinsiyet rolü tutumu ile romantik kıskançlık düzeyinin negatif anlamla ilişkili olduğu görülmüştür. Eşitlikçi tutuma sahip bireylerin romantik ilişkilerinde kıskançlık düzeyleri düşüktür.

Karakoç ve Kul Uçtu (2022: 34-36) tarafından 257 kişiyle gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre, evlenme şekli ve eşin eğitim durumu gibi faktörlere bağlı olarak toplumsal cinsiyet rolü tutumların farklılaştığı görülmüştür. Evliliğin görücü usulü olduğu ve eş eğitim düzeyinin düşük olduğu şartlarda toplumsal cinsiyet rolüne dair

eşitlikçi tutumun düştüğü tespit edilmiştir. Ayrıca, hamilelik süreci ilerledikçe toplumsal cinsiyet rolü olarak eşitlikçi tutum göstermeye dair eğilimin arttığı görülmüştür.

Çınar (2018: 98-99), tarafından gerçekleştirilen araştırmada, kız öğrencilerin toplumsal cinsiyet rolü tutumlarında eşitlikçi, erkeklerin geleneksel tutumu benimsediği belirlenmiştir. Düşük gelir düzeyi, köyde uzun süre yaşama, aile içinde şiddete maruz kalma gibi değişkenlerin, geleneksel toplumsal cinsiyet tutumuyla ilişkili olduğu bulunmuştur. Ailesinden iyi sosyal ve maddi destek alan kişilerin eşitlikçi cinsiyet tutumunda olduğu, aksine orta ve düşük düzeyde destek alanların daha geleneksel tutumlara sahip olduğu belirlenmiştir.

Kaya ve Yüceol'un (2018: 46) yaptığı araştırmada, 225 kişiyle toplumsal cinsiyet rolü tutumları, ilişki doyumu ve romantik ilişkilerdeki akıl dışı inançlar incelemiştir. Eşitlikçi cinsiyet rolü tutumunun olduğu durumlarda romantik ilişkilerdeki akıl dışı inançlarda azalma olduğu belirlenmiştir.

Arıcı (2011: 95), 690 üniversite öğrencisi ile toplumsal cinsiyet rolü tutumu ve psikolojik iyi oluş ilişkisini incelemiştir. Eşitlikçi tutuma sahip bireylerin yüksek psikolojik iyi oluşa sahip olduğu belirlenmiştir. Kızların eşitlikçi, erkeklerin ise geleneksel toplumsal cinsiyet tutumu gösterme düzeyleri olduğu ve öğrencilerin yaşları arttıkça rollerin eşitlikçi algılanma düzeyinin azaldığı gözlenmiştir.

2.3. SOSYAL MEDYA KULLANIMI

2.3.1. Sosyal Medya Kavramı

Teknolojik gelişmeler ve kişilerin internette geçirdikleri zamanın artması, Web'in sosyal bir tarafının oluşmasına doğrudan sebep olmuştur. Böylelikle Web kavramı gelişip Web 2.0 halini almıştır. Web 2.0 kişinin internette hem tüketici hem üretici olmasını sağlayan sistemdir (İşlek, 2012: 14). Sosyal medya kavramı ise Web2.0 üzerinden gelişen uygulamalara ait bir tanımlayıcı addır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Sosyal medya, kişilerin bakış açışı, bilgi ve düşüncelerini topluluklara ulaştırabildikleri ve karşılıklı etkileşimin sağlandığı online araçlar veya web siteleridir (Boyd ve Ellison, 2007: 210). Sosyal medyada kullanıcı aktiftir. Yalnızca okuyan pozisyonunda değil, fikir belirttiği ve kendi içeriklerini oluşturup topluluklara duyurabildiği bir etkileşimli sistem içerisinde (Ergene, 2014: 8). Bu çift yönlü

etkileşim, sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliktir (İnce ve Koçak, 2017:738). Kişilerin sosyal medyayı kullanma amaçları, başka insanlarla etkileşimde kalma, bilgi öğrenme, fotoğraf ve video paylaşma ve günceli takip etmedir (Kang ve Schuett, 2013: 1). Bunları hızlı ve ucuz bir şekilde yapabiliyor olması sebebiyle sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır (Reindrawati vd., 2023: 51). Sosyal ağlar, farklı kullanım amaçlarına sahip olsalarda, gerçek hayattaki iletişim, etkileşim ve öğrenme süreçlerini sanal ortamda yeniden şekillendirmektedir. Sosyal ağlar, yüz yüze iletişim etkisini sanal ortamda oluşturabilmektedir (Tektaş, 2013: 853). Sosyal medyanın bu derece gelişimi ile artık farklı bir iletişim boyutu açılmıştır. Özellik gençlerin sanal arkadaşlıklara yöneldikleri görülmektedir (Akçay Bekiroğlu ve Şahin, 2019: 233)

We Are Social (2024), dünyada 5.4 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunduğunu açıklamıştır. En yüksek kullanım oranı 16-24 yaş aralığındaki kişilerde görülmektedir. En çok tercih edilen hizmetler ise sırasıyla; sohbet ve mesajlaşma uygulamaları, sosyal ağlar ve arama motorları şeklinde sıralanmaktadır. Kullanıcılara interneti neden kullandıkları sorulduğunda %61'inin cevabı 'bilgiye ulaşmak' olurken, diğer önemli cevaplar arasında 'arkadaş ve aileyle iletişimde kalma' ve 'boş zaman doldurma' bulunmaktadır. Uygulama bazında Facebook birinci sırada, ardından sırasıyla; Youtube, WhatsApp, Instagram ve TikTok gelmektedir. Türkiye'deki verilere bakıldığında ise, ülkemizde 57.5 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve en yaygın sosyal medya kullanma motivasyonu 'arkadaş ve aileyle iletişimde kalma' olarak öne çıkmaktadır. En fazla kullanma 25-34 yaşlarında erkeklerde görülmektedir. En fazla kullanılan uygulama Instagram'dır. Onu sırasıyla; WhatsApp, Facebook, Twitter ve Telegram takip etmektedir.

Son dönemde, sosyal medyanın hayatımızdaki etkisi arttıkça, bu platformların ruh sağlığı üzerindeki etkileri birçok değişkenle incelenmiştir. Literatürde, sosyal medyanın psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi (Reed vd., 2023: 143), algılanan destek ile ilişkisi (Lin vd., 2023: 11; Yıldız ve Koçak, 2020: 1112), kaygı ve stres düzeyleriyle ilişkisi (Bilge vd., 2020: 231), yaratıcılık, uykusuzluk ve depresyon gibi faktörlerle ilişkisi (Frith, 2017: 13-20), yaşam doyumu ve yalnızlık üzerindeki etkileri (Yukay-Yüksel ve Çini, 2020: 77), narsistik kişilik örüntüleri ile ilişkisi (Balcı ve Gargalık, 2020: 135; Zia ve Malik, 2019: 43), kendini ifade etme ile ilişkisi (Balcı ve Arsal Gölcü, 2020: 134-137), içedönüklük düzeyleri ile ilişkisi (Zia ve Malik, 2019: 43),

uyku kalitesi üzerindeki etkisi (Koçak ve Şimşek, 2023: 761), ve sosyal kaygı ile ilişkisi (Gürkan ve Demirel, 2021: 92) gibi birçok araştırma bulunmaktadır.

2.3.2. Sosyal Medya Kullanımı İle İlgili Yurtdışı Araştırmaları

Zia ve Malik'in (2019: 43) çalışması, 120 katılımcıyla sosyal medya kullanımı, yaş ve psikolojik sorunlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada, yaş ve sosyal medya kullanımı negatif anlamda ilişkili çıkmıştır. Ayrıca, sosyal medya kullanımı, içe dönüklük ve narsisizm pozitif anlamda ilişki göstermektedir. Burada içe dönüklük ile narsisizm değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı yordayıcılar olduğu bulunmuştur.

Correa ve ekibinin (2010: 250) çalışması, karakteristik özellikler ve sosyal medya kullanımı ilişkisini incelemeyi hedeflemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, dışadönüklük ve deneyime açıklık özelliklerinin sosyal medya kullanımıyla pozitif anlamda ilişkilendirildiği bulunmuştur.

Lin ve diğerlerinin (2023: 143) yaptığı çalışmada, 1056 ergenle, aile ve arkadaşlardan algılanan destek ile problemli sosyal medya kullanımı ilişkisinde dayanıklılık ile yalnızlığın aracı rolüne bakılmıştır. Yılmazlık ve yalnızlığın, arkadaşlardan algılanan destek ve problemli sosyal medya kullanımı ilişkisinde tam aracılık ettiği belirlenmiştir.

Reed ve diğerlerinin (2023: 143) yaptığı çalışmada, sosyal medya kullanımını azaltmanın fiziksel sağlık ve psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisine bakılmıştır. Sonuçta telefonda daha az zaman geçirme durumunda, genel sağlık, bağışıklık, yalnızlık ve depresyon bakımında iyileşme görülmüştür.

Dantas ve arkadaşları (2022: 11-12), 241 katılımcıyla iş odaklı ve kişisel odaklı sosyal medya kullanımının çalışanların iş performansları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Hem iş odaklı hem de kişisel odaklı sosyal medya kullanımının, çalışanların iş performanslarını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

2.3.3. Sosyal Medya Kullanımı İle İlgili Yurtiçi Araştırmaları

Başer ve diğerlerinin (2016: 15-16) 462 büro personeliyle yaptığı çalışmada büro görevlilerinin sosyal medya kullanımı tutumları ve iş doyumlarının ilişkisi incelenmiştir. Sosyal medya kullanımı tutumlarıyla iş doyum düzeyi arasında pozitif anlamda kuvvetli ilişki çıkmıştır. Büro personellerinin sosyal medya kullanımları arttıkça iş doyumlarının da arttığı görülmüştür.

Balcı ve Gargalık (2020: 135) tarafından yapılan araştırma, 400 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirilmiş ve narsistik kişilik örüntüleri ile sosyal medya kullanımı ilişkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bulgularda, öğrencilerin narsisizm seviyeleri ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları ilişkisi pozitif yönde ve zayıftır. Ayrıca, narsisizm düzeyinin artmasıyla birlikte günlük sosyal medya kullanım sürelerinin de arttığı gözlemlenmiştir.

Canoğulları ve diğerleri (2022: 46) 302 üniversite öğrencisiyle yürüttükleri çalışmada sosyal medya kullanımı ve internet bağımlılığının siber zorbalığa maruz kalma ve siber zorbalık yapma bakımından incelenmesini amaçlamışlardır.

Yıldız ve Koçak (2020: 1112) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım düzeyinin algılanan sosyal destek düzeyi ile ilişkisi incelenmiştir. Sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla bağımlılık düzeyinin de arttığını görülmüştür.

Çalışanların sosyal medya kullanım düzeylerinin psikolojik sermayeye olan etkisinin incelendiği çalışmada, çalışanların sosyal medya kullanımındaki yetkinliklerinin artmasıyla birlikte psikolojik sermaye, umut ve öz yeterlilik düzeylerinin arttığı görülmüştür. Sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla psikolojik sermaye düzeyi farklılaşmaktadır (Gültekin, 2022: 33-34).

Donat Bacioğlu (2022: 167) tarafından 470 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada, siber flört şiddetini etkileyen riskli durumların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya kullanım sürekliliği ve yetkinliği siber flört şiddeti olasılığını belirlemektedir. Sürekli sosyal medya kullanımı flört şiddeti riskini arttırırken, sosyal medya kullanımındaki yetkinlik bu riski azaltmaktadır.

Işık (2022: 226-227) tarafından yapılan çalışmada, 534 evli katılımcının sosyal medya kullanımlarının farklı değişkenlerle ilişkisine bakılmıştır. Bulgulara bakıldığında,

evlilik uyumu ile sosyal medya kullanım düzeyleri negatif anlamda düşük ilişki göstermiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanım düzeyi ve iletişim becerileri negatif anlamda düşük ilişkili bulunmuştur.

Turalioğlu ve Arslan'ın (2023: 491-492) 523 katılımcıyla gerçekleştirdiği araştırma, sosyal medya kullanımının fonksiyonel gıdalara dair tutumlar ve vücut kitle indeksi ilişkisini incelemiştir. Bulgulara göre, bireylerin sosyal medya kullanım düzeyleri genel olarak yüksektir ve en yüksek kullanım oranı genç yaş grubunda, özellikle 20-29 yaş aralığında gözlemlenmektedir. Ayrıca, çalışma sonuçlarına göre, bireylerin vücut kitle indeksleri yükseldikçe, sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyut puanlarında azalma eğilimi görülmüştür.

Torun ve İnan (2023: 698) tarafından 402 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışma, gösterişçi tüketim düzeyinin benlik saygısı ve sosyal medyadan etkilenme oranını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonuçları, sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Kavak ve diğerlerinin (2023: 104) araştırması, sosyal medya kullanımının psikolojik sağlamlık ile ikincil travmatik stres arasındaki ilişkide aracılık rolünü belirlemeyi amaçlamıştır. Bulgular, sosyal medya kullanımının psikolojik sağlamlık ile negatif, ikincil travmatik stresle pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Sosyal medya kullanımı ölçeğinin süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarının, ikincil travmatik stres ve psikolojik sağlamlık ilişkisinde aracı rolde olduğu belirlenmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu kısımda, araştırmanın model ve katılımcıları, verilerin toplandığı araçlar, verilerin toplanma ve analiz süreci ile alakalı detaylar bulunmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Çalışmada, üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacı düzeylerinin yordanmasında toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının rolünü incelemek için nicel araştırma yöntemi olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelinde, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin derecesini belirlemek amaçlanır (Karasar, 2005: 81).

3.2. Araştırmanın Katılımcıları

Araştırmanın katılımcıları, İstanbul ilinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören toplamda 410 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik bilgilerine bakıldığında; Çalışmaya 249'u (%60,7) kız, 161'i (%39,3) erkek toplam 410 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 87'si (%21,22) 18-19, 165'i (%40,24) 20-21, 158'i (%38,54) 22 ve üzeri yaşındadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında Karaşar ve Öğülmüş (2016)'ün geliştirdiği “Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği” Deniz ve Tutgun-Ünal (2019) 'ın geliştirdiği “Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği” ve Türkçe uyarlaması Bakioğlu ve Türküm (2019) tarafından yapılan “Toplumsal Cinsiyet Roller Tutum Ölçeği” kendilerinden gerekli izinler temin edilerek kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulmuş olan formda katılımcıların yaş, cinsiyet, bulundukları üniversite gibi demografik özelliklerini anlamaya yönelik sorular bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerine uygulanan forma EK-1'den ulaşabilirsiniz.

3.3.2. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği

Karaşar ve Öğülmüş (2016) tarafından geliştirilen Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği, sosyal onay ihtiyacını değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. 5'li Likert şeklindedir, katılımcıların her maddenin yanında "Tamamen Katılıyorum" ile "Kesinlikle Katılmıyorum" arasında bir puan vermelerini gerektirir. Ölçeğin üç alt boyutu bulunmaktadır: sosyal geri çekilme, başkalarının yargılarına duyarlılık ve olumlu izlenim bırakma. Toplamda 25 madde içeren ölçekte, artan puanlar sosyal onay ihtiyacının arttığını göstermektedir. 'Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu' ile uyum geçerliği için yapılan testte .79 oranında korelasyon görülmüştür (Karaşar ve Öğülmüş, 2016: 100). Ölçeğin üç boyutu toplam varyansın %45'ini açıklamaktadır. Ölçeğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizi, ölçeğin üç alt boyutlu yapısını doğrulamıştır. Değerler; $\chi^2/sd = 2.11$, RMSEA= .06, NNFI= .94, CFI= .95, RMR= .06, NFI= .90, IFI= .95 olarak bulunmuştur (Karaşar ve Öğülmüş, 2016: 96). Ölçeğin genel iç tutarlılık katsayısı 0.90'dır ve alt ölçeklere ait iç tutarlılık katsayıları 0.80 ile 0.83 arasında değişmektedir. Başkalarının yargılarına duyarlılık için iç tutarlılık katsayısı 0.83, sosyal geri çekilme için 0.80 ve olumlu izlenim bırakma için 0.80 olarak bulunmuştur (Karaşar ve Öğülmüş, 2016: 99). Çalışmada ölçek puanlarının Cronbach Alpha değeri tekrar ölçülmüş ve .84 bulunmuştur. Ölçek formuna Ek-2'den erişilebilir.

3.3.3. Toplumsal Cinsiyet Rollerine Tutum Ölçeği

Ölçek, kişilerin cinsiyet rollerine dair eşitlikçi tutumunu tespit etmek için García-Cueto ve diğerleri (2015) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlamasını Bakioğlu ve Türküm (2019) yapmıştır ve 15 maddeden oluşmaktadır. 'Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği' ile uyum geçerliği test edilmiş ve negatif anlamda ilişki tespit edilmiştir. Açımlayıcı faktör analizinde, ölçeğin toplam varyans

değerinin %38.6'sının açıklandığına ulaşılmıştır (Bakioğlu ve Türküm, 2019: 721). Ölçekten alınan puanların artmasıyla birlikte cinsiyet rollerinde eşitlikçi tutumun arttığı belirlenmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0.88, test-tekrar test güvenirlik katsayısı ise 0.77 olarak bulunmuştur (Bakioğlu ve Türküm, 2019: 723). Bu çalışmada ölçek puanlarının Cronbach Alpha değeri tekrardan hesaplanmış ve değer .92 olarak bulunmuştur. Ölçeğe EK-3'ten ulaşabilirsiniz.

3.3.4. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Deniz ve Tutgun-Ünal (2019)'ın geliştirdiği ölçek, sekiz maddeden oluşmaktadır ve iki alt boyutu bulunmaktadır: "Süreklilik" ve "Yetkinlik". Ölçekten alınan puan arttıkça, kişi yetkin ve sürekli bir şekilde sosyal medya kullanımında bulunmaktadır. Ölçek 5'li likert derecelendirme tipinde oluşturulmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliği kapsamında KMO değeri 0.56 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizinde; birinci faktör (süreklilik) varyansın %29.9'unun ikinci faktör (yetkinlik) %27'sini açıklamaktadır. Ölçeğin, toplam varyans değerinin %56.9'unun açıklandığına ulaşılmıştır (Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019: 1039). Ölçeğin "Yetkinlik" alt boyutu için iç tutarlılık katsayısı 0.73, "Süreklilik" için 0.72 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin genel iç tutarlılık katsayısı ise 0.82 olarak tespit edilmiştir (Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019: 1040). Bu çalışma için sosyal medya kullanımı ölçek puanlarının Cronbach Alpha değerleri tekrardan hesaplanmış ve değer .85 olarak bulunmuştur. Ölçeğe Ek-4'den ulaşabilirsiniz.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmada için seçilen ölçeklerin izinleri, ölçek sahiplerinden e-posta aracılığıyla alınmıştır. Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, Toplumsal Cinsiyet Rollerine Tutum Ölçeği hem yüz yüze hem Google Forms üzerinden online forma dönüştürülerek dijital olarak veri toplanmıştır. Ölçeklerin dağıtımından yaklaşık 20 gün sonra hedeflenen katılımcı miktarına varılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 22 programı kullanılmıştır. Katılımcıların yanıtları sonucunda oluşturulan veri setinden elde edilen puanların normallik değerlerine göre; sosyal onay ihtiyacı ölçeğinin çarpıklık değeri (skewness) -.04, basıklık değeri (kurtosis) .06, toplumsal cinsiyet rolleri tutum ölçeğinin çarpıklık değeri -.33, basıklık değeri .08, sosyal medya kullanımı ölçeğinin çarpıklık değeri .01, basıklık değeri -.08 bulunmuştur. Tabachnick ve Fidell (2007) analizler sonucu çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ile +1 aralığında olduğunda, veri setinin dağılımının normal olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen puanların bu standarda uyup normal dağıldığı görülmektedir. Bu sebeple verilerin analizinde parametrik testler uygulanmıştır. Öncelikle araştırmadaki ölçeklerin betimsel istatistikleri; frekans (f), yüzdelik (%), aritmetik ortalama ($\bar{x}$) ve standart sapma (sd) değerleri üzerinden hesaplanmıştır. Ardından amaç soruları ile anlamlı bir şekilde iki ve daha fazla grup ortalamaları arasında anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için t testi ve tek yönlü varyans analizleri (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Sonrasında iki değişken arası ilişki yönünü tespit etmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi ve en son araştırmadaki bağımsız değişkenlerin (Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı) bağımlı değişkeni (Sosyal Onay İhtiyacı) yordayıcı etkisini tespit etmek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu kısımda, çalışmanın amaç kısmındaki soruların sıralanış biçimine göre araştırma bulgularına yer verilmiştir.

4.1.Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi

Bu kısımda, araştırmada uygulanan ölçeklerden elde edilen puanların betimsel istatistikleri bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) Ölçeklerinin min-max, $\bar{x}$ ve ss değerleri Tablo 4.1.'de gösterilmiştir.

Tablo 4.1: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi (N=410)

		Min.	Max.	Ortalama	Standart S.
Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği	Başkalarının Y.D.	12.00	45.00	28.16	6.29
	Sosyal Geri Çekilme	8.00	39.00	19.64	5.61
	Olumlu İzlenim B.	9.00	40.00	23.11	5.99
	Toplam	30.00	124.00	70.91	16.21
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Süreklilik	4.00	20.00	12.16	3.45
	Yetkinlik	4.00	20.00	11.42	3.53
	Toplam	8.00	40.00	23.57	6.20
Toplumsal Cinsiyet Roller Tutum Ölçeği		23.00	73.00	51.56	10.40

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi Sosyal onay ihtiyacı ölçeği alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık puanlarının $\bar{x} = 28.16$, $S=6.29$ bulunmuştur. Alınan puanlar 12-45 aralığında görülmüştür. Sosyal geri çekilme alt boyutundan alınan puanlar için $\bar{x}=19.64$, $S=5.61$ olarak ölçülmüştür. Alınan puanlar 8-39 aralığında görülmüştür. Olumlu izlenim bırakma alt boyutundan alınan puanlarının $\bar{x}=23.11$, $S=5.99$ olarak ölçülmüştür. Alınan puanlar 9-40 aralığında görülmüştür. Sosyal onay ihtiyacı ölçeğinin toplam puanlarının $\bar{x}=70.91$, $S= 16.21$ bulunmuştur. Alınan puanlar 30-124 aralığında görülmüştür. Sosyal medya kullanımı ölçeğinin süreklilik alt boyutu puanlarının $\bar{x}=12.16$, $S= 3.45$ olarak ölçülmüştür. Alınan puanlar 4-20 aralığında görülmüştür. Yetkinlik alt boyutu puanlarının $\bar{x}=11.42$, $S= 3.53$ olarak ölçülmüştür. Alınan puanlar 4-20 olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımı ölçeğinin toplam puanlarının $\bar{x}=23.57$, $S= 6.20$ bulunmuştur. Alınan puanlar 8-40 aralığında görülmüştür. Toplumsal cinsiyet rolleri ölçeğinden alınan puanların $\bar{x}=51.56$, $S= 10.40$ olarak ölçülmüştür. Alınan puanlar 23-73 aralığında görülmüştür.

4.2. Sosyal Onay İhtiyacı (Bşkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyaçları (başkalarının yargılarına duyarlılık, sosyal geri çekilme ve olumlu izlenim bırakma), toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının (süreklilik ve yetkinlik) demografik değişkenlere bağılı olarak değişip değişmediklerinin tespit edilmesi amacıyla Bağımsız Örneklem T testi ile Tek Yönlü Varyans Analiz (ANOVA) uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analizlerin bulguları sıralanmaktadır.

Tablo 4.2: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları

		Cinsiyet	N	$\bar{x} \pm S$	Sd	t	p
Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği	Başkalarının	Kadın	249	28.14±6.14	410	-.05	.96
	Yargılarına Duyar.	Erkek	161	28.17±6.54			
	Sosyal Geri	Kadın	249	19.92±5.96	410	1.24	.22
	Çekilme	Erkek	161	19.22±5.01			
	Olumlu İzlenim	Kadın	249	24.06±6.13	410	4.06	.00
	Bırakma	Erkek	161	21.64±5.48			
	Toplam	Kadın	249	72.12±16.53	410	1.89	.06
		Erkek	161	69.04±15.56			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Süreklilik	Kadın	249	12.51±3.37	410	2.60	.01
		Erkek	161	11.61±3.50			
	Yetkinlik	Kadın	249	11.79±3.56	410	2.64	.01
		Erkek	161	10.85±3.43			
	Toplam	Kadın	249	24.30±6.16	410	2.96	.00
		Erkek	161	22.46±6.13			
Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutum Ölçeği		Kadın	249	55.16±9.35	410	9.64	.00
		Erkek	161	46.00±9.47			

Tablo 4.2’de görüldüğü üzere; sosyal onay ihtiyacı ölçeğini alt boyutlarından olan olumlu izlenim bırakma alt boyutu puanları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir [t(410)=4.06, p<.05]. Kadınların olumlu izlenim bırakma puanları ($\bar{x}$ =24.06) erkeklere göre ($\bar{x}$ =21.64) daha yüksek bulunmuştur. Sosyal medya kullanımı ölçeği süreklilik alt boyutu puanları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir [t(410)=2.60, p<.05]. Kadınların süreklilik puanları ($\bar{x}$ =12.51) erkeklere göre ($\bar{x}$ =11.61) daha yüksek bulunmuştur. Yetkinlik alt boyutu için de cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmaktadır [t(410)=2.64, p<.05]. Kadınların yetkinlik puanları ($\bar{x}$ =11.79) erkeklere göre ($\bar{x}$ =10.85) daha yüksek çıkmıştır. Sosyal medya kullanımı ölçeği toplam puanları da cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir [t(410)=2.96, p<.05]. Kadınların sosyal medya kullanımı puanları ($\bar{x}$ =24.30) erkeklere göre ($\bar{x}$ =22.46) daha yüksek bulunmuştur. Toplumsal cinsiyet rolleri tutum ölçeği puanları da cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir [t(410)=9.64, p<.05]. Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri tutum puanları ($\bar{x}$ =55.16) erkeklerinkinden ($\bar{x}$ =46.00) yüksek bulunmuştur.

Tablo 4.3: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının (Süreklilik ve Yetkinlik) Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Farklılaşp Farklılaşmadığına Dair ANOVA İncelemesi

Değişken	Yaş	N	$\bar{x} \pm S$	V.K.	K.T	Sd	K.O.	F	p	
Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği	B.Y.D.	18-19	87	29.73±6.33	G.A	347.923	2	173.9	4.47	.01
		20-21	165	28.19±6.22	G.İ	15838.087	407	38.9		
		22 +	158	27.25±6.20	Top.	16186.010				
	S.G.Ç.	18-19	87	21.00±6.43	G.A	288.491	2	144.2	4.66	.01
		20-21	165	19.78±5.06	G.İ	12589.519	407	30.9		
		22 +	158	18.75±5.55	Top.	12878.010				
	O.İ.B.	18-19	87	24.34±6.59	G.A	208.426	2	104.2	2.93	.055
		20-21	165	23.13±5.67	G.İ	14486.413	407	35.6		
		22 +	158	22.42±5.90	Top.	14694.839				
	Top.	18-19	87	75.08±17.7	G.A	2500.723	2	1250.4	4.85	.01
		20-21	165	71.10±15.1	G.İ	104924.116	407	257.8		
		22 +	158	68.42±16.0	Top.	107424.839				
Sosyal Medya K.	Sür.	18-19	87	12.03±3.43	G.A	1.733	2	.87	.07	.93
		20-21	165	12.21±3.35	G.İ	4856.277	407	11.9		
		22 +	158	12.17±3.57	Top.	4858.010				
	Yet.	18-19	87	10.96±3.63	G.A	29.544	2	14.8	1.18	.31
		20-21	165	11.40±3.55	G.İ	5078.300	407	12.5		
		22 +	158	11.69±3.46	Top.	5107.844				
	Top.	18-19	87	23.00±6.38	G.A	41.825	2	20.9	.54	.58
		20-21	165	23.61±6.05	G.İ	15702.331	407	38.6		
		22 +	158	23.86±6.28	Top.	15744.156				
Toplumsal C.R.T.Ö.	18-19	87	52.08±11.0	G.A	56.910	2	28.5	.26	.77	
	20-21	165	51.71±10.6	G.İ	44191.941	407	108.6			
	22 +	158	51.13±9.79	Top.	44248.851					

B.Y.D.= Başkalarının Yargılarına Duyarlılık S.G.Ç.=Sosyal Geri Çekilme O.İ.B.=Olumlu İzlenim Bırakma. Sür.=Süreklilik Yet.=Yetkinlik, Toplumsal C.R.T.Ö.= Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutum Ölçeği, Top.=Toplam

Tablo 4.3'te görüldüğü üzere; sosyal onay ihtiyacı alt ölçeklerinden başkalarını yargılarına duyarlılık ve sosyal geri çekilme ile sosyal onay ihtiyacı ölçeği toplam puanları üniversite öğrencilerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir [$f(2-407)=4.47$, $p<.05$], [$f(2-407)=4.66$, $p<.05$], [$f(2-407)=4.85$, $p<.05$]. Toplumsal cinsiyet rolleri tutum ölçeği puanları ve sosyal medya kullanımı ölçeği toplam puanları üniversite öğrencilerinin yaşlarına göre belirgin farklılık göstermemektedir [$f(2-407)=.26$, $p>.05$], [$f(2-407)=.54$, $p>.05$].

4.3. Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) İlişkisinin İncelenmesi

Tablo 4.4: Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Sosyal Geri Çekilme ve Olumlu İzlenim Bırakma), Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu, Sosyal Medya Kullanım Ölçekleri (Süreklilik ve Yetkinlik) Arasındaki (İlişkilere Ait Pearson Momentler Korelasyon Katsayıları Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1.B.Y.D.	-							
2.S. G. Ç	.690**	-						
3.O. İ. B.	.765**	.732**	-					
4.Sos. O. İ.	.910**	.885**	.920**	-				
5.Sür.	.274**	.234**	.340**	.313**	-			
6.Yet.	.148**	.135**	.223**	.187**	.580**	-		
7.S. M. K.	.237**	.207**	.316**	.280**	.886**	.892**	-	
8.Top. C.T.	-.166**	-.162**	-.098**	-.157*	.112**	.158**	.152**	-

B.Y.D.= Başkalarının Yargılarına Duyarlılık S.G.Ç=Sosyal Geri Çekilme O.İ.B.=Olumlu İzlenim Bırakma Sos.O.İ.=Sosyal Onay İhtiyacı Sür.=Süreklilik Yet.=Yetkinlik, S.M.K.= Sosyal Medya Kullanımı Top. C.T.= Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu

Tablo 4.4' e göre, Sosyal onay ihtiyacının başkalarına duyarlılık alt ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik alt ölçeği ilişkisine ait korelasyon katsayısı $r=.274$ ($p<.01$), yetkinlik alt ölçeği ilişkisinin korelasyon katsayısı $r=.148$ ($p<.01$), sosyal medya kullanımı ölçeği toplam puanları ile ilişkisinin korelasyon katsayısı $r=.237$ ($p<.01$) ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ölçeği toplam puanları ile arasındaki ilişkiye dair korelasyon katsayısı $r=-.166$ olarak hesaplanmış ve hepsi istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Sosyal onay ihtiyacının alt boyutlarından sosyal geri çekilme ile sosyal medya kullanımı süreklilik alt boyutu $r=.234$ ($p<.01$), yetkinlik alt boyutu $r=.135$ ($p<.01$), sosyal medya top. $r=.207$ ($p<.01$) ve top. cinsiyet r.t. ölçeği $r=-.162$ ($p<.01$) arasındaki ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Sosyal onay ihtiyacının alt boyutlarından olan olumlu izlenim bırakma ile sosyal medya kullanımının alt ölçeği olan süreklilik $r=.340$ ($p<.01$), yetkinlik $r=.223$ ($p<.01$), sosyal medya top. $r=.316$ ($p<.01$) ve top. cinsiyet r.t. $r=-.098$ ($p<.01$) ölçeği arasındaki ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Sosyal onay ihtiyacı ölçeği toplam puanları ile s. medya k. ölçeği toplam puanları ilişkisinin korelasyon katsayısı $r=.280$ ($p<.01$), top.c.r.t. ölçeği ilişkisinin korelasyon katsayısı $r=-.157$ ($p<.01$) hesaplanmış ve istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmuştur. Sosyal onay ihtiyacı ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki varken, sosyal medya kullanımı ile toplumsal cinsiyet rollerine dair eşitlikçi tutum negatif yönde ilişki bulunmuştur.

Toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ile sosyal medya kullanımı ilişkisinin katsayısı $r=.152$ ($p<.01$), hesaplanmış ve anlamlı bulunmuştur.

4.4. İki Bağımsız Değişkenin (Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı) Bağımlı Değişken (Sosyal Onay İhtiyacı) Üzerindeki Yordama Gücünün İncelenmesi

Tablo 4.5: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Roller Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacını Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Sta. H.	β	t	p
Sabit	68.17	4.46		15.26	.000
T. Cinsiyet R	-.32	.07	-.20	-4.34	.000
Sosyal Medya	.81	.12	.31	6.62	.000
R=.34; $R^2=.12$					
F=27.57 p=.000					

Tablo 4.5'te görüldüğü gibi; toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımı birlikte sosyal onay ihtiyacı puanlarındaki varyansın % 12'sini açıklamaktadır ($R= .34$, $R^2 = .12$, $F = 27.57$ $p< .01$). Standardize Beta katsayılarına bakıldığında ise, toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ($\beta=-.20$; $p<.01$) sosyal onay ihtiyacı üzerinde anlamlı derecede negatif yönde yordayıcı etkiye sahipken; sosyal medya kullanımının ($\beta=.31$; $p<..01$) sosyal onay ihtiyacı üzerinde anlamlı düzeyde pozitif yönde yordayıcı etkisinin olduğu görülmektedir. Yordayıcı değişkenlerin, sosyal onay ihtiyacı üzerindeki göreceli önem sırası; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumudur.

Tablo 4.6: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Başkalarının Yargılarına Duyarlılık Alt Boyutunu Yordamasına Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Sta. H.	β	t	p
Sabit	28.18	1.75		16.07	.000
T. Cinsiyet R	-.12	.03	-.21	-4.33	.000
Sosyal Medya	.27	.05	.27	5.63	.000
R=.31; R ² =.09					
F=22.04 p=.000					

Tablo 4.6’da görülebileceği gibi; sosyal medya kullanımı ile toplumsal cinsiyet rolleri tutumu birlikte sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık puanlarındaki varyansın % 9’unu açıklamaktadır (R= .31, R² = .09, F = 22.04 p< .01). Standardize Beta katsayılarına bakıldığında ise, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun (β =-.21; p<.01) sosyal onay ihtiyacının alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılığa anlamlı derecede negatif yönde yordayıcı etkisi varken; sosyal medya kullanımının (β =.27; p<.01) pozitif yönde yordayıcı etkisi gözükmemektedir. Yordayıcı değişkenlerin, sosyal onay ihtiyacının başkalarının yargılarına duyarlılık alt boyutu üzerindeki görelı önem sırası; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumudur.

Tablo 4.7: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Sosyal Geri Çekilme Alt Boyutunu Yordamasına Dair Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Sta. H.	β	t	p
Sabit	20.10	1.58		12.73	.000
T. Cinsiyet	-.11	.03	-.20	-4.12	.000
Sosyal Medya	.21	.04	.24	4.93	.000
R=.28; R ² =.08					
F=17.95 p=.000					

Tablo 4.7’de belirtildiği gibi; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumu birlikte sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından sosyal geri çekilme puanlarındaki varyansın % 8’ini açıklamaktadır (R= .28, R² = .08, F = 17.95 p< .01). Standardize Beta katsayılarına bakıldığında ise, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun (β =-.20; p<.01) sosyal onay ihtiyacının sosyal geri çekilme alt boyutunu anlamlı

derecede negatif yönde yordadığı görülmüyorken; sosyal medya kullanımının ($\beta=.24$; $p<.01$) pozitif anlamda yordayıcı etkisi tespit edilmiştir. Yordayıcı değişkenlerin, sosyal onay ihtiyacının sosyal geri çekilme alt boyutu üzerindeki göreceli önem sırası; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumudur.

Tablo 4.8: Sosyal Medya Kullanımı ve Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Tutumunun Sosyal Onay İhtiyacının Olumlu İzlenim Bırakma Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Sta. H.	β	t	p
Sabit	19.85	1.65		12.03	.000
T. Cinsiyet	-.09	.03	-.15	-3.19	.002
R.T.					
Sosyal Medya	.33	.04	.34	7.21	.000
K.					
R=.35; R ² =.12					
F=28.23 p=.000					

Tablo 4.8’de görüldüğü üzere; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumu birlikte sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakma puanlarındaki varyansın % 12’sini açıklamaktadır ($R= .35$, $R^2 = .12$, $F = 28.23$ $p< .01$). Standardize Beta katsayılarına bakıldığında ise, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun ($\beta=-.15$; $p<.01$) sosyal onay ihtiyacının olumlu izlenim bırakma alt boyutu üzerinde anlamlı düzeyde negatif yönde yordayıcı etkisinin olduğu görülmüyorken; sosyal medya kullanımının ($\beta=.34$; $p<.01$) pozitif anlamda yordayıcı etkisi tespit edilmiştir. Yordayıcı değişkenlerin, sosyal onay ihtiyacının olumlu izlenim bırakma alt boyutu üzerindeki önem sırası; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumudur.

Tablo 4.9: Sosyal Medya Kullanımı Alt Boyutlarının (Süreklilik ve Yetkinlik) Sosyal Onay İhtiyacını Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Sta. H.	β	t	p
Sabit	52.85	3.01		17.566	.000
Süreklilik	1.45	.27	.31	5.35	.000
Yetkinlik	.03	.26	.01	.13	.90
R=.31; R ² =.09					
F=22.17 p=.000					

Tablo 4.9’da belirtildiği gibi; sosyal medya kullanımının alt ölçekleri süreklilik ve yetkinlik, birlikte sosyal onay ihtiyacı puanlarındaki varyansın % 9’unu açıklamaktadır (R= .31, R² = .09, F = 22.17 p< .01). Standardize Beta katsayılarına göre, süreklilik (β =.31; p<.01) alt ölçeği sosyal onay ihtiyacını anlamlı derecede yordayıcı etkiye sahipken; yetkinlik alt ölçeğinin (β =.01; p>.05) sosyal onay ihtiyacı üzerinde anlamlı düzeyde yordayıcı etkisinin olmadığı görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Tartışma

Bu kısımda “Sosyal Onay İhtiyacının Yordanmasında Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının Rolü” isimli tez çalışmasında ulaşılan bulgular, çalışmanın hedeflerine göre tartışılacak, elde edilen sonuçlar mevcut literatüre dayanarak yorumlanacak ve öneriler sunulacaktır.

5.1.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Onay İhtiyacı (Başkalarının Yargılarına Duyarlılık, Olumlu İzlenim Bırakma ve Sosyal Geri Çekilme) ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi

Üniversite öğrencilerinin, sosyal onay ihtiyacı ölçeğinden aldıkları toplam puanların cinsiyet değişkenine göre sonuçlarına bakıldığında; yalnızca olumlu izlenim bırakma alt boyutunun kadınların lehine anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna göre; kadınların olumlu izlenim bırakma ihtiyaçları erkeklerden daha yüksek bulunmuştur. Bu, sosyal ilişkilerde ve etkileşimlerde kadın öğrencilerin daha fazla dikkat ve kaygı gösterdiğini, belki de toplumsal normlar ve beklentilerden kaynaklanan bir durumu işaret edebilir. Bununla alakalı literatürdeki çalışmalara bakıldığında Karakoç (2023: 33), lise son sınıf öğrencileriyle yaptığı çalışmada, kızların olumlu izlenim bırakma puanlarını erkeklerden daha yüksek bulmuştur. Kaytanoğlu (2021: 49), genç yetişkinlerle yürüttüğü çalışmada aynı şekilde kadınların olumlu izlenim bırakma puanlarının erkeklerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalış (2020: 34) ve Kurtyiğit (2021: 71)’in araştırma bulguları da benzerlik göstermektedir. Toplam puanlara bakıldığında üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyaçları cinsiyet düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu bulgu literatürdeki pek çok başka araştırmayla benzerlik gösterir (Karaşar ve Öğülmüş 2016: 477; Karaşar ve Öğülmüş 2020: 878; Yalçınkaya vd., 2019: 747).

Üniversite öğrencilerinin, sosyal onay ihtiyacı ölçeğinden aldıkları toplam puanların yaş değişkenine göre sonuçlarına bakıldığında; sosyal onay ihtiyacı üniversite öğrencilerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Sosyal onay ihtiyacının en çok 18-19 yaş grubunda yüksek olduğu ve diğer yaş gruplarının sonuçlarına

bakılarak, yaş arttıkça sosyal onay ihtiyacının azaldığı görülmüştür. Yaş arttıkça sosyal onay ihtiyacının azalması bireylerin içinde bulunduğu dönemlerle ilişkilendirilebilir. 17-19 yaş aralığı geç ergenlik dönemi olarak geçer (Gözcü, 2012: 115). Birey hala kimlik ve benlik duygusu üzerindeki belirsizliklerle meşgul olabilir. Ancak, yaş ilerledikçe, bireylerin kimlikleriyle daha sağlam bir şekilde bağlantı kurmaları ve dış onaya daha az bağımlı olmaları muhtemeldir, bu da sosyal onay ihtiyacının azalmasına yol açabilir. Aynı zamanda yaşla birlikte gelen deneyim ve olgunlaşma, bireylerin sosyal onay ihtiyacını daha sağlıklı bir şekilde ele almalarını sağlayabilir. Yaş ilerledikçe, bireyler genellikle daha iyi özgüvene sahip olur ve dış faktörlerin onların değerini belirleme konusundaki etkisi azalabilir. Bu nedenle, yaşın artmasıyla birlikte sosyal onay ihtiyacının azalması doğal bir gelişim süreci olabilir.

Çalış (2020: 41) gerçekleştirdiği araştırmada sosyal onay ihtiyacı ile yaş arasında anlamlı ilişki bulmuştur. Ancak literatür çalışmalarında genel olarak yaş ile sosyal onay arasında bir ilişki bulunmamıştır (Hacıbayramoğlu, 2021: 59; Karakurt,2021: 50; Karaşar,2020: 1005). Bu farklı bulgular, sosyal onay ihtiyacı ile yaş arasındaki ilişkinin karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü vurgulamaktadır. Başkalarının yargılarına duyarlılık ve sosyal geri çekilme alt boyutları da öğrencilerin yaşlarına göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Aynı şekilde yaş arttıkça sosyal geri çekilme ve başkalarının yargılarına duyarlılık alt ölçeklerin puanları düşmektedir. Değirmenci ve Demirli (2019: 86) gerçekleştirdikleri araştırmada, sosyal onay ihtiyacının sosyal geri çekilme alt boyutu için yaş ile arasında anlamlı ilişki bulmuşlardır.

5.1.2. Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi

Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rolleri ölçeğinden aldıkları puanlara bakıldığında; cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur. Buna göre kadınlar erkeklerden daha fazla eşitlikçi cinsiyet tutumuna sahiptir. Bu bulgu literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Aksoy Derya vd.,2017: 5; Batı,2023: 77; Daşlı,2019: 374; Kodan Çetinkaya,2013: 28; Koyuncuoğlu, 2021: 17; Palas ve Aksu,2020: 95). Kadınlar, cinsiyet ayrımcılığı ve eşitsizlikle daha fazla karşılaşabilirler. Bu deneyimler, kadınları toplumsal cinsiyet normlarını sorgulamaya ve eşitlikçi tutumlar benimsemeye yönlendirebilir. Kadınlar, cinsiyetçi ayrımcılığa

maruz kaldıklarında, bu durumun farkındalığını artırarak eşitlikçi cinsiyet tutumuna daha fazla meyilli olabilirler. Eğitim seviyesi ve bilinçlenme düzeyi, kadınların cinsiyet eşitliği konusundaki farkındalıklarını artırabilir. Araştırmanın üniversite öğrencileriyle gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, daha eğitilmiş kadınlar, cinsiyet rollerini ve ayrımcılığı daha eleştirel bir şekilde değerlendirme eğiliminde olabilirler.

Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rolleri tutum ölçeği puanlarının yaş değişkenine bağlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durum, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun, yaşla birlikte belirgin bir değişim göstermediğini işaret etmektedir. Literatür araştırmalarına bakıldığında; Aksoy Derya ve diğerlerinin (2017: 5) ebelik ve hemşirelik bölümü öğrencileriyle yaptıkları çalışma sonucunda toplumsal cinsiyet rollerinin yaş değişkenine göre anlamlı fark göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Koyuncuoğlu (2021: 18), üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada toplumsal cinsiyet rollerinin yaşa göre değişiklik göstermediğine ulaşmıştır.

5.1.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı (Süreklilik ve Yetkinlik) ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ölçeğinden aldıkları puanlara bakıldığında; cinsiyet bakımından ilişkili bulunmuştur. Kadınların sosyal medya kullanım oranları erkeklerden daha yüksektir. Bu duruma bakıldığında kadınlar erkeklerden daha dışadönüktür (Erözkan,2009: 60). Bu nedenle sosyal medya, kadınların duygusal ifade ve iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için doğal bir alan olabilir. Literatür araştırmalarına bakıldığında destekler nitelikte; İnce ve Koçak (2017 :746) üniversite öğrencileriyle yaptıkları araştırma sonucunda kadınların sosyal medyayı erkeklerden daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Ancak literatürde farklı sonuçlar da bulunmaktadır. Erdoğan (2021: 172) gerçekleştirdiği çalışmada süreklilik alt ölçeği ile sosyal medya toplam puanının cinsiyet bağlamında farklılaştığını bulmakla birlikte her ikisinde de erkeklerin puanlarını yüksek bulmuştur. Gültekin (2022: 31) ise yürüttüğü çalışmada sosyal medya kullanımı ve cinsiyeti ilişkili bulmamıştır.

Araştırmada ölçeğin süreklilik ile yetkinlik alt boyutları da cinsiyet değişkeni ile ilişkili bulunmuştur. İkisinde de kadınların puanları daha yüksek çıkmıştır. Kadınlar, sosyal medya kullanımında erkeklerden daha yetkin ve erkeklere kıyasla sosyal

medyayı daha sürekli kullanmaktadırlar. Bu bulgu, kadınların dijital becerilerinin gelişmiş olabileceğini veya sosyal medyada daha rahat ve etkili bir şekilde iletişim kurduğunu düşündürülebilir. Ancak bazı çalışmalar yetkinlik farkının erkekler lehine olduğunu gösterir. Eser (2023: 38) geç ergenler ile gerçekleştirdiği çalışmada sosyal medya kullanımı yetkinlik alt boyutu ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki bulmuştur ancak erkekler lehine bir fark göstermektedir. Erkeklerin sosyal medya kullanımında kadınlardan daha yetkin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, çalışmalar arasındaki çelişkili sonuçlar, dijital becerilerin nasıl geliştiği konusunda daha detaylı araştırmalara ihtiyaç olduğunu vurgular.

Araştırma bulgularından biri de sosyal medya kullanımı ve yaş değişkeninin ilişkili bulunmamasıdır. Gültekin (2022: 31) yaptığı çalışmada sosyal medya toplam ve süreklilik ile yetkinlik alt ölçeklerinin yaşa göre farklılaşmadığını görmüştür. Çalışkan ve Kızbaz (2024: 292)'ın gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda sosyal medya kullanımı toplam puanı ve süreklilik alt boyutu ile yetkinlik alt boyutunun hepsi ile yaş değişkeni arasında anlamlı ilişki bulmuştur. 18-25 yaş arasındaki bireylerin sosyal medyayı diğerlerinden daha sürekli ve yetkin kullandıkları sonucuna ulaşmıştır.

5.1.4. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacı, Toplumsal Cinsiyet Rollerine Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı puanları ile toplumsal cinsiyet rollerine tutumlarının negatif anlamda ilişki olduğu bulunmuştur. Buna göre, toplumsal cinsiyet rollerine tutumunda eşitlikçi tutum arttıkça sosyal onay ihtiyacı azalmaktadır. Kişi içinde yaşadığı toplum tarafından kabul görmek istediği için o toplumun kabul ettiklerini kabul eder ve uyar (Sanchez vd., 2005: 1445). Toplumsal normlara uyup onları devam ettiren kişi kabul ve onayı bu şekilde sağlamaya çalışır. Toplumsal beklentilere uyum sağlamak için bir kişi, belirli cinsiyet rollerine uygun davranışlar sergilemeye çalışabilir ve bu nedenle onay ihtiyacı arayabilir. Ancak, eşitlikçi tutumlar sergileyen bireyler, toplumsal baskılara daha az boyun eğebilir ve dolayısıyla dışsal onay ihtiyacı duymayabilirler. Eşitlikçi toplumsal cinsiyet rollerine tutumları, geleneksel cinsiyet normları ve beklentileriyle tamamen zıttır. Bu durumda, bireylerin eşitlikçi tutumları arttıkça, toplumsal cinsiyet rollerine daha az bağlı olabilecekleri ve dolayısıyla sosyal onay ihtiyacının azalabileceği düşünülebilir. Literatüre bakıldığında yapılan çalışmayı

destekler nitelikte Karakurt (2021: 47), yaptığı araştırmada, toplumsal cinsiyet rolleri ile sosyal onay ihtiyacı arasında negatif ilişki bulmuştur. Yani kişinin sosyal onay ihtiyacı yüksek olduğu zaman geleneksel cinsiyet tutumunu sürdürme eğilimi yüksekken, cinsiyet rollerine dair eşitlikçi tutumu arttığında sosyal onay ihtiyacının azaldığı görülmüştür.

Araştırmanın bir diğer bulgusu; sosyal onay ihtiyacının sosyal medya kullanımı ile ilişkili olmasıdır. Buna göre; kişinin sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal onay ihtiyacı da artmaktadır. Yıldız ve Koçak (2020: 1112) yaptıkları çalışmada sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyinin arttığını görmüştür. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı ile ilgili kısıtlı çalışma bulunduğundan, sosyal medya bağımlılığı düzeyinin belirlendiği araştırmaların da sosyal medya kullanımıyla ilişkisinden dolayı sosyal onay ihtiyacı ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Kaytanoğlu (2021: 68) gerçekleştirdiği araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal onay arasında pozitif ilişki bulmuştur. Ünver ve Koç (2017: 131) yaptıkları araştırmada, sosyal medya kullanımı ve problemlili internet davranışını ilişkili bulmuştur. Bu ilişkiden yola çıkarak problemlili internet kullanımıyla alakalı araştırmalarda, Aydoğmuş ve Demir (2017: 9) yaptıkları çalışmayla problemlili internet kullanımı ve sosyal onay ihtiyacı arasında ilişki tespit etmişlerdir. Sosyal onay ihtiyacı bileşenleri içerisinde olumsuz değerlendirmeden kaçınmak düşünülebilir. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği geliştirme sürecinde uyum geçerliliği için ‘Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Formu’ kullanılmıştır. Bu sebeple sosyal onay ihtiyacı ile olumsuz değerlendirilme korkusunun ilişkili olduğu düşünülebilir. Bu bağlamda da Zorbaz ve Dost (2014: 304) tarafından yapılan çalışmada, olumsuz değerlendirme ile problemlili internet kullanımı pozitif anlamda ilişkili görülmüştür. Sosyal medya kullanımının süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarıyla da sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu durum sosyal medyayı, bireylerin sosyal ilişkilerini sürdürme ve güçlendirme amacıyla kullandıkları göz önüne alınarak yorumlanabilir. Sürekli olarak sosyal medya platformlarını ziyaret eden kişiler, sürekli olarak diğerlerinden onay ve kabul arayabilirler. Benzer şekilde, sosyal medyada yetkin olan bireyler, çevrimiçi kimliklerini oluşturma ve sunma konusunda daha yetenekli olabilirler ve böylelikle de sosyal onay ihtiyaçlarının arttığı düşünülebilir.

Araştırma bulgularından biri de sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun anlamlı bir ilişkide olduğudur. Bu ilişkide modern iletişim teknolojisi

bağlamında değerlendirilebilir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların fikri ve tutumlarını ifade etmeleri için onlara alan sağlar (Ergene, 2014: 8). Bu platformlar, çeşitli konular hakkında fikir alışverişinin yapılması ve farklı görüşlerin sunulmasının zeminini hazırlayabilir. Bu bağlamda, eşitlikçi toplumsal cinsiyet tutumlarına sahip bireyler, sosyal medyada daha aktif olabilirler çünkü bu platformlar, eşitlikçi değerleri teşvik eden ve cinsiyet eşitliği konusunda bilinci artıran içerikler sunabilir. Aynı şekilde sosyal medyanın kullanımı, bireylerin toplumsal cinsiyet rollerini algılayış biçimlerini etkileyebilir. Sosyal medyada popüler ve sıkça paylaşılan içerikler, toplumsal cinsiyet rollerini güçlendirebilir veya sorgulayan bir etki yaratabilir. Bu durumda, sosyal medyanın kullanımıyla birlikte eşitlikçi toplumsal cinsiyet tutumları da artabilir. Özmen ve Vural (2023: 13), sosyal medya platformlarının kadınların kendi konumlarını belirleme şanslarını arttırdığını ve sorunlara karşı örgütlenmede bir araç olarak kullandıklarını belirtmiştir. Bu durum, sosyal medyanın sadece toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde değil, aynı zamanda kadınların toplumsal ve siyasi katılımını da şekillendirebileceğini gösterebilmektedir.

5.1.5. Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Onay İhtiyacı Düzeyinin Yordamasına İlişkin Değerlendirme

Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ile sosyal medya kullanımı düzeylerinin sosyal onay ihtiyaçlarını anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığı çoklu regresyon analizi ile incelenmiş ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının sosyal onay ihtiyacını yordadığını öngören model istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve sosyal medya kullanımının bir arada sosyal onay ihtiyacı puanlarındaki varyansın %12'sini açıkladığı bulunmuştur. Toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun sosyal onay ihtiyacı üzerinde negatif yönde yordayıcı etkisinin olduğu, sosyal medya kullanımının pozitif yönde yordayıcı etkisinin olduğu görülmüştür. Değişkenlerin yordama düzeyi sırasıyla sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumu şeklindedir. Sosyal medya kullanımının süreklilik alt boyutunun da sosyal onay ihtiyacını pozitif yönde yordayıcı etkisi görülmüştür. Toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun sosyal onay ihtiyacını negatif yönde yordayıcısı olduğu ele alındığında; eşitlikçi toplumsal cinsiyet rolleri tutumu benimsemenin yüksek sosyal onayın belirleyicilerinden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bulut (2019: 713) yaptığı çalışmada eşitlikçi cinsiyet tutumu ile Young Şema Ölçeği onay arayıcılık alt ölçeği puanları arasında negatif yönde ilişki bulmuştur. Bu bulgu, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun, bireylerin sosyal onay ihtiyaçlarını belirlemedeki rolünü desteklemektedir. Eşitlikçi toplumsal cinsiyet rolleri tutumunu benimseyen bireylerin, daha az sosyal onay arayışında olduğu görülmektedir. Eşitlikçi toplumsal cinsiyet rolleri tutumu benimseme, bireylerin toplumun geleneksel cinsiyet normlarına karşı daha eleştirel ve açık görüşlü olmalarını sağlayabilir. Bu tutum, bireylerin kendi kimliklerini ve tercihlerini daha özgürce ifade etmelerini teşvik edebilir ve dolayısıyla sosyal onay ihtiyacını azaltabilir. Ayrıca, eşitlikçi toplumsal cinsiyet rolleri tutumu benimseme, bireylerin daha geniş bir sosyal çevre ile ilişkilene ve çeşitli görüşlerle etkileşime girme olasılığını artırabilir. Bu durumun arkasında, eşitlikçi toplumsal cinsiyet tutumlarına sahip olan bireylerin, kendilerini daha özgür ve kabul edilmiş hissetmeleri ve dolayısıyla sosyal onay ihtiyacının daha az baskın olması olabilir. Aynı şekilde bu durum öz-saygı ile de açıklanabilir. Kim (2021: 487)'in çalışması, cinsiyet eşitliği ile öz saygı arasında pozitif ilişki bulmuştur. Bireyler, yüksek öz saygıyla kendi değerlerine ve inançlarına güven duyduklarında, başkalarının onayına daha az ihtiyaç duyabilirler. Yüksek özsaygı, bireyin kendi içsel değerlerine olan güvenini artırabilir ve dışarıdan onay alma ihtiyacını azaltabilir.

Sosyal medya kullanımının sosyal onay ihtiyacı üzerinde olumlu yordayıcı etkisinin bulunması, sosyal medya kullanımının, bireylerin sosyal onay ihtiyacını artırıcı bir etkiye sahip olduğunu ifade eder. Yani, sosyal medya kullanımının artması, genellikle bireylerin başkalarının onayını alma ihtiyacını artırır. Bu, sosyal medya platformlarının, kullanıcıların dikkat ve beğeni gibi sosyal onay göstergelerini arama eğilimini artırabileceği anlamına gelir. Özellikle, sosyal medyada yayınlanan içeriklerin beğenilmesi, paylaşılması veya yorumlanması gibi etkileşimler, bireylerin sosyal onay ihtiyacını tatmin etmelerine katkıda bulunabilir. Bireyler kendilerini tanıtmak için sosyal medyayı kullanır ve kendi çevrimiçi kişiliğini oluşturur. Kendine ilişkin olumlu imaj iletme arzusuyla hareket eder (DeAndrea ve Walther, 2011: 816-818). Bu bağlamda, sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal onay ihtiyacının da artması beklenebilir. Sosyal medyada beğeniler ve yorumlar gibi olumlu geri bildirimler, bireylerin kendilerini iyi hissetmelerine ve sosyal onay almalarına yardımcı olurken bu ödül mekanizması, kendilerini sürekli olarak olumlu bir şekilde sunma çabasına girmelerine neden olabilir. Böyle bir davranış zamanla benlik saygısını azaltabilir.

Meeus ve arkadaşlarının (2019: 14) çalışması, onayın ödölüne bağımlı hale gelen bireylerin benlik saygısının azalabileceğini göstermektedir. Bu azalan benlik saygısı, bireylerin daha fazla sosyal onay arayışına girmesine neden olabilir. Aynı şekilde sosyal medyayı fazla kullanan bireyler burada hayatlarını paylaşan içerik üreticilerine daha fazla maruz kalırlar ve bu kişilerin oluşturduğu gerçekçi olmayan görünüm ve yaşantıları sonucu kendilerini sosyal bir karşılaştırmaya götürebilirler. Bu karşılaştırma sonucunda öz değerlendirmelerine dair olumsuz etkilenebilir ve bunun sonucunda da onaylanma ihtiyaçları artabilir. Çalış (2020: 44)' da yaptığı araştırma sonucu sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif anlamda ilişki tespit etmiştir. Sosyal medya kullanımının sürekliliğinin sosyal onay üzerindeki yordayıcı etkisine bakıldığında; süreklilik alt boyutu kişinin sosyal medyayı ne kadar sık ve düzenli kullandığıyla ilgilidir (Deniz ve Tutgun- Ünal, 2019: 1297). Yani sosyal medyada geçirilen zamanla alakalıdır. Bu bağlamda sosyal medyada aşırı zaman geçirmede sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilidir. Gökkaya ve diğerleri (2020: 99), sosyal medya bağımlılığı ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulmuştur. Yüksek sosyal onay ihtiyacını, sosyal medya bağımlılığı artışıyla ilişkilendirmişleridir ve bu bulguyla tutarlılık göstermektedir.

Sosyal onay ihtiyacının alt boyutlarına bakıldığında; sosyal medya kullanımı ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun başkalarının yargılarına duyarlılık alt boyutu üzerinde yordayıcı etkisi bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının pozitif yönde, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun ise negatif yönde yordayıcı olduğu gözükmemektedir. Sosyal onay ihtiyacının yordanmasında, sosyal medya kullanımının toplumsal cinsiyet rollerin tutumdan daha etkili olduğu sonucu ulaşılmıştır. Öncelikle sosyal medya platformlarının kullanımının başkalarına karşı duyarlılık üzerindeki etkilerini değerlendirmek için, bu platformların işlevlerini ve kullanım alışkanlıklarını göz önünde bulundurmak önemlidir. Sosyal medya, kullanıcıların çeşitli içerikleri paylaşmalarını, etkileşime girmelerini ve bilgi alışverişinde bulunmalarını sağlayan bir ortamdır. Ancak, bu platformlarda paylaşılan içeriklerin doğası ve kullanıcıların etkileşim şekilleri, başkalarına karşı duyarlılık düzeyini etkileyebilir. Sosyal medya platformları, bireylerin sürekli olarak başkalarının başarılarını, mutluluklarını ve yaşam tarzlarını gözlemlemelerine olanak tanır. Özellikle, bireyler sosyal medyada olumlu geri bildirim aldıklarında kendilerini daha değerli hissedip bunun sonucunda da başkalarının yargılarına daha duyarlı hale gelebilirler. Bu platformlarda paylaşılan

içerikler genellikle idealize edilmiş ve filtrelenmiş olduğundan dolayı, bireyler de benzer şekilde kendilerini sunma eğiliminde olabilirler. Ve belirli norm ve beklentilere uymaya dair baskı hissedebilirler. Böylelikle de başkalarının yargılarına duyarlılıkları artış gösterebilir. Toplumsal cinsiyet bağlamında bakıldığında; eşitlikçi cinsiyet rolü tutumuna sahip bireyler, toplumsal cinsiyet normlarına ve beklentilerine uyma konusunda daha az baskı hisseder ve geleneksel normların ötesine çıkacakları bir hareket özgürlüğüne sahiplerdir. Bu özgürlükler, kendi kimlik ve seçimlerine olan güvenleri artabilir ve başkalarının yargılarına daha az duyarlı hale gelebilirler. Aynı şekilde bu bireyler, kendi kendilerine yeterliliklerini ve içsel motivasyonları arttırabildikleri için başkalarının yargılarına daha az duyarlı olabilirler. Dışsal değerlendirmelerden kendi içsel değer ve tatminlerine odaklanırlar. Saltürk (2022: 322), yaptığı çalışmada, başkalarının yargılarına duyarlılığı, özerk ve ilişkisel benliğin yordadığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, yapılan araştırmalarda özerk-ilişkisel benlik ile eşitlikçi cinsiyet tutumu arasında ilişki bulunduğu da belirtilmiştir (Tepe vd., 2019: 3184).

Sosyal geri çekilme alt boyutu için bakıldığında; sosyal medya kullanımını pozitif, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun negatif yönde yordayıcı etkisi gözükmektedir. Sosyal medya kullanımının artması, yüz yüze etkileşimlerin azalmasına ve sosyal becerilerin zayıflamasına yol açabilir. Böylece bireyler gerçek hayatta sosyal geri çekilme eğilimi gösterebilirler. Yüz yüze yerine sanal iletişimi tercih eden kişilerde, sosyal beceriler gelişmeyelebilir ve sonucunda da sosyal geri çekilde artabilir. Sosyal medya kullanımı arttıkça problemleri internet davranışı düzeyi de artmaktadır (Ünver ve Koç, 2017: 131). Aydoğmuş ve Demir (2017:11) problemleri internet kullanımı ile sosyal onay ihtiyacının ilişkisini incelemiş ve sosyal geri çekilme ile anlamı ilişki bulmuştur. Zorbaz ve Dost (2014: 303) çalışmalarında problemleri internet kullanımı ve sosyal kaygı ölçeğinin alt ölçeklerinden ‘sosyal kaçınma ve huzursuzluk duyma’ arasında ilişki bulmuştur. Sosyal kaygı ölçeğinin sosyal kaçınma ve huzursuzluk duyma alt boyutu sosyal geri çekilme ile ilişkili görülebilir. Toplumsal cinsiyet rolleri tutumu için bakıldığında; eşitlikçi cinsiyet tutumunun sosyal onay ihtiyacını azaltıcı etkisinin olduğu görülmüştür. Kişiler, toplumsal cinsiyet eşitliğine önem verdikçe, farklı cinsiyet ve kimliklerden insanlarla daha rahat ve güvenli sosyal bağlar kurabilirler. Böylelikle sosyal geri çekilme eğilimlerini azalabilir çünkü kişi kendini desteklenmiş ve kabul görmüş hisseder. Bilgiz Öztürk (2020: 238) yaptığı çalışmada

sosyal kaygı ile toplumsal cinsiyet rollerini incelemiştir ve sonuç olarak sosyal kaygının sosyal kaçınma alt boyutu ile eşitlikçi cinsiyet rolü tutumunu negatif ilişkili olduğunu bulmuştur. Sosyal kaçınma alt boyutu, sosyal geri çekilme ile ilişkilendirilebilir.

Son olarak sosyal onay ihtiyacının olumlu izlenim bırakma alt boyutu için bakıldığında ise yine sosyal medya kullanımının pozitif yönde, toplumsal cinsiyet rolleri tutumunun negatif yönde yordayıcı etkisi bulunmuştur. Sosyal medya platformlarında, kişi kendini istediği gibi sunma fırsatına sahiptir ve olumlu izlenim konusunda olanakları bulunur. Bu bireylerin olumlu izlenim bırakma eğilimlerini arttırabilir. Sosyal medyada beğeni, yorum ve paylaşım gibi geri bildirim ve onay mekanizmaları, kişilerin olumlu izlenim bırakma çaba ve motivasyonlarını pekiştirebilir. Yine sosyal medyada kişilerin yüz yüzeden daha geniş kitlelere ulaşabilme durumları da olumlu izlenim bırakma motivasyonlarını arttırabilir. Çalış (2020: 44) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımı ve olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde ilişki bulmuştur. Toplumsal cinsiyet bağlamından bakıldığında; eşitlikçi cinsiyet rolü tutumuna sahip kişiler, kendilerini olduğu gibi kabul eder ve başkalarına gerçek benliklerini gösterme konusunda daha rahat hissederler. Böylelikle olumlu izlenim bırakma çabasını azalabilir çünkü kişi, kendini başkalarına kanıtlama ve iyi gösterme ihtiyacı duymaz. Gençtarık (2019: 71) yaptığı çalışmasında olumsuz değerlendirilme korkusu ile eşitlikçi cinsiyet rolünü ters yönlü ilişkili bulmuştur. Olumsuz değerlendirilme korkusu ve olumlu izlenim bırakma ihtiyacı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. İnsanlar genellikle çevrelerinde olumlu bir izlenim bırakma arzusuyla hareket ederken, aynı zamanda olumsuz bir şekilde değerlendirilme korkusuyla da mücadele ederler.

5.2. Öneriler

1-Çalışma sonucunda sosyal medya kullanımının kadınlarda daha yaygın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedenleri üzerine çalışmalar yapılması önerilebilir.

2-Çalışma sonucunda kadınların eşitlikçi cinsiyet tutumları erkeklerden yüksek çıkmıştır. Erkeklerin eşitlikçi tutumlarının düşük çıkmasının nedenlerine dair çalışmaların yapılması önerilebilir.

3-Sosyal medya kullanımının toplam ve süreklilik alt boyutunun, sosyal onay ihtiyacını yordama gücünün yüksek olmasından dolayı, bilinçli sosyal medya kullanımını arttırmaya dönük okullarda ya da kurumlarda çalışmalar yapılması önerilebilir.

4- Toplumsal cinsiyet eşitliği bilincini artırmaya yönelik kampanyalar ve etkinlikler düzenlenmelidir. Eşitlikçi toplumsal cinsiyet rolleri benimseyen bireylerin sosyal onay ihtiyacının azaldığı göz önüne alındığında, bu tür etkinlikler, öğrencilerin sosyal onay ihtiyacını azaltabilir.

5-Çalışma ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Sosyal onay ihtiyacının nedenlerine dönük daha derinlemesine yapılabilecek nitel çalışmaların yapılması önerilebilir.

6-Çalışma yalnızca İstanbul ilinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören 410 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Aynı çalışma farklı örneklemelerle ve farklı yaş grupları ile çalışılabilir

7- İleride sosyal onay ihtiyacı ile yapılacak araştırmalarda; anne-baba eğitim düzeyi, aile gelir düzeyi, medeni durum gibi değişkenlerin ele alındığı çalışmaların yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Abiç, A., Temizkan Sekizler, E., & Vefikuluçay Yılmaz, D. (2022). Hemşirelik Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları ile Flört Şiddeti Arasındaki İlişki. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(3), 235-246.
- Akçay Bekiroglu H, Şahin E (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu Ve Saldırganlık Davranışı Gösterme İlişkisi. *Turkish Studies - Social Sciences*, 14(3), 215 - 236. 10.29228/TurkishStudies.22906
- Akgül Gök, F. (2013). Evli kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili algılarının aile işlevlerine yansımaları [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Akgül, H. (2022). X, Y ve Z kuşağı bireylerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının incelenmesi. *International Journal of Educational Spectrum*, 4(1), 31-42. <https://doi.org/10.47806/ijesacademic.1039180>
- Akın A., & Demirel S. (2003). Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Sağlığa Etkileri. *C.Ü.Tıp Fakültesi Dergisi, Özel eki*; 25(4):73-82.
- Aksoy Derya, Y., Timur Taşhan, S., Uçar, T., Karaaslan, T., et al. (2017). Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumların Cinsel Tabulara Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 1-8.
- Alpan, E. D. (2018). Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargılarının Çocuk Oyunlarına Yansımaları. *Sanat Dergisi*(31), 80-89.
- Altun Erdoğan, K. (2022). Gönüllülük Davranışının Mutluluk Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 173-185. <https://doi.org/10.52835/19maysbd.1116013>
- Arıcı, F. (2011). “Üniversite Öğrencilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Algılar ve Psikolojik İyi Oluş.” Yayımlanmamış yüksek lisans f tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Arslan, Şengül Altan, *Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik*, TC Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2000).

- Aydın, R., & Sağlam, G. (2012). Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 10(2), 257-294.
- Aydoğmuş, E. N., & Demir, M. (2017). Problemlı İnternet Kullanımı ve Sosyal Onay İhtiyacı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. A Review Of The Relationship Between Problematic Internet Use And Need For Social Approval.
- Bakioğlu, F., & Türküm, A. S. (2019). Toplumsal Cinsiyet Rollerı Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Kastamonu Education Journal*, 27(2), 717-725. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.2697>
- Balcı, Ş. ve Arsal Gölcü, A. (2020). Sosyal medyada kendini açma: Öz saygı, güven ve algılanan faydanın etkinliği üzerine bir inceleme. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(27), 116-149.
- Balcı, Ş. ve Gargalık, E. (2020). Narsisistik kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanımı arasında bir bağlantı var mı?. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 125-140.
- Barber, J.S., & Axinn, W.G. (1998). Gender role attitudes and marriage among young women. *The Sociological Quarterly*, 39(1), 11- 31.
- Başer, F., Türkmenoğlu, G., & ÇİL, B., (2016). Hizmet Sektöründe Çalışan Büro Personelinin Sosyal Medya Kullanımı ve İş Doyumu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , vol.48, 1-18.
- Batı, T. (2023). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Flört Şiddetinin İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.
- Bayrakcı, M. (2013). Sosyal Öğrenme Kuramı Ve Eğitimde Uygulanması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(14), 198-210.
- Baytemir, K., Karaşar, B. & Öğülmüş, S . (2017). Ebeveyne bağlanma ve sosyal onay ihtiyacının kişilerarası yeterliği yordayıcılığı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 955.

- Bem, S. L. (1981). Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing. *Psychological Review*, 88, 354-364. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.354>
- Bilge Y, Baydili K, Göktaş S. Sosyal Medya Bağımlılığını Yordamada Anksiyete, Stres ve Günlük Sosyal Medya Kullanımı: Meslek Yüksekokulu Örneği. *Bağımlılık Dergisi*. Eylül 2020;21(3):223-235.
- Bilgiz Öztürk, Ş., & Ay, İ. (2020). Toplumsal Cinsiyet Algısı ve Bilişsel Çarpıtmaların Sosyal Kaygı Üzerindeki Yordayıcı Etkisinin İncelenmesi. *Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi*(2), 234-241.
- Boehnke, M. (2011). Gender role attitudes around the globe: egalitarian vs. traditional views. *Asian J. Soc. Sci.* 39, 57–74. doi: 10.1163/156853111X554438
- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bulut, V. E. (2019). *Beliren yetişkinlik dönemindeki kadınlarda toplumsal cinsiyet rolleri ve anne baba tutumlarının erken dönem uyumsuz şemalar ile ilişkisinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Burger, J.M. (2006) *Kişilik*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Buss, D. M. (1995). Psychological sex differences: Origins through sexual selection. *American Psychologist*, 50(3), 164–168. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.50.3.164>
- Büstan, Ö. (2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Televizyon Reklamlarında Geleneksel Kadın Tipleme: Deterjan Reklamlarında Kadının Temsili. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 167-184.
- Büyükeskil, M., Traş, Z. ve Kesici, Ş. (2021). The relationship between resilience and need for social approval in university students . *Research on Education and Psychology*, 5 (1) 14-30. 05 Eylül 2023 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/rep/issue/63330/870955> adresinden alındı.

- Campbell, A., Shirley, L., & Caygill, L. (2002). Sex-typed preferences in three domains: Do two-year-olds need cognitive variables? *British Journal of Psychology*, 93(2), 203–217. <https://doi.org/10.1348/000712602162544>
- Can, İ., & Girgin Büyükbayraktar, Ç. (2018). Erkeklerin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*(39), 355-372. <https://doi.org/10.21497/sefad.443531>
- Cano, T., & Hofmeister, H. (2023). The intergenerational transmission of gender: Paternal influences on children's gender attitudes. *Journal of Marriage and Family*, 85(1), 193–214. <https://doi.org/10.1111/jomf.12863>
- Canoğulları, Ö., Yılmaz, Y., & Cenkseven Önder, F. (2022). Üniversite Öğrencilerinde Siber Zorbalık Açısından İnternet Bağımlılığı Ve Sosyal Medya Kullanımının İncelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(9), 38-53.
- Carli, L.L. (2001), “Gender and social influence”, *Journal of Social Issues*, Vol. 57 No. 4, pp. 725-774
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chiba, T., Iketani, S., Han, K. ve Ono, A. (2009). A comprehensive model of anxiety in gift giving. *International Review of Business Research Papers*, 5(4), 322-334. doi:10.1.1.539.537&rep=rep1&type=pdf
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. (C. Soydemir, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Cunningham, M. (2001). The influence of parental attitudes and behaviors on children's attitudes toward gender and household labor in early adulthood. *Journal of Marriage and Family*, 63(1), 111–122. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2001.00111.x>

- Cunningham, M., Beutel, A. M., Barber, J. S., & Thornton, A. (2005). Reciprocal relationships between attitudes about gender and social contexts during young adulthood. *Social Science Research*, 34(4), 862–892. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2005.03.001>
- Cüceloğlu, D. (2011). İnsan ve davranışı. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Çalış, M. (2020). *Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Çalışkan, H., & Kızbaz, A. (2024). Sosyal Medya Kullanımının Bireylerin Hedonik Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(46), 276-307. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1428537>
- Çelebi, E. (2022). Medyanın Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinde Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82), 822-829. <https://doi.org/10.17755/esosder.989638>
- Çınar, Gizem (2018). Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine Göre Şiddet Eğilimi Üzerine Olan Sosyal Algılarının Araştırılması, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Çolak, Gülcan. ‘Türk Edebiyatında Kelimelerin Toplumsal Cinsiyeti’. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, sy. 43, 2018, ss. 87-125, doi:10.17133/tubar.370508.
- Damarlı, Ö. (2006). Ergenlerde Toplumsal Cinsiyet Rollerini, Bağlanma Stilleri ve Benlik Kavramı Arasındaki İlişkiler. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tez. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dantas RM, Aftab H, Aslam S, Majeed MU, Correia AB, Qureshi HA, Lucas JL. Empirical Investigation of Work-Related Social Media Usage and Social-Related Social Media Usage on Employees' Work Performance. *Behav Sci (Basel)*. 2022 Aug 20;12(8):297. doi: 10.3390/bs12080297. PMID: 36004868; PMCID: PMC9404785.
- Daşlı, Y. (2019). Öğrencilerin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumların Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 364-385.

- DeAndrea, D. C., & Walther, J. B. (2011). Attributions for inconsistencies between online and offline self-presentations. *Communication Research*, 38(6), 805–825. <https://doi.org/10.1177/0093650210385340>
- Değerli, A. (2016). Ağ toplumunun iletişimi ekseninde yerel yönetimlerin sosyal medya kullanım düzeyi: Kadıköy Belediyesi örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(46), 63-79. <https://doi.org/10.14783/od.v12i46.1000010004>
- Değirmenci, E., & Demirli, C. (2019). Çekirdek veya Geniş Ailede Yetişen Bireylerde Sosyal Onay İhtiyacı ile Benliğin Farklılaşması Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi*, 2(1), 79-95.
- Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057. <https://doi.org/10.26466/opus.557240>
- Doğan, U., & Karakaş, Y. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71. <https://doi.org/10.19126/suje.40198>
- Donat Bacıoğlu, S. (2022). Genç yetişkinlerde siber flört şiddeti kategorilerini yordayan risk faktörlerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 57, 151-176. doi:10.9779.pauefd.1090649
- Dökmen, Z. Y. (1999). Bem Cinsiyet Rolü Envanteri Kadınsılık Ve Erkeksilik Ölçekleri Türkçe Formunun Psikometrik Özellikleri. *Kriz Dergisi*, 7(1), 27-40. https://doi.org/10.1501/Kriz_0000000139
- Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. (6. Baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dulin, A.M. (2007). “A Lesson on Social Role Theory: An Example of Human Behavior in the Social Environment Theory”, *Advanced in Social Work*, Vol. 8, No.1, 104-112.
- Eagly, A. H., and Wood, W. (2016). “Social role theory of sex differences” in *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies* (Hoboken, NJ: Wiley- Blackwell)

- Ellis, A. (1962). Reason and emotion in psychotherapy, lyle Stuart: New York.
Ellis Reason and Emotion in Psychotherapy 1962.
- Ellis, A. and Harper, R., 2010. *Akılcı yaşam kılavuzu*. (S. Kunt Akbaş, Çev.). Ankara: HYB Yayıncılık
- Erdoğan, M. (2021). Sosyal Medya Kullanımı VE Medya Okuryazarlık Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *The Journal of Academic Social Science*, 121(121), 163-178.
- Ergene T. (2014). Sosyal medyanın toplumsal hafızadaki rolü: Gazi üniversitesi ve Ankara üniversitesi iletişim fakültesi öğrencileri örnek olayı. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimle Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Ankara, Türkiye, pp: 379.
- Erözkan, A. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Kişilerarası Duyarlılık ve Depresyon Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(14), 129-155.
- Erözkan, A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Kişiler Arası İlişki Tarzları ve Mizah Tarzları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*(26), 56-66.
- Erzeybek, B. (2015). Anne-Babaların Çocuklarını Yetiştirirken Benimsedikleri Toplumsal Cinsiyet Rollerini Tutumları, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Esen, E. Soylu, Y., Siyez, D. M., ve Demirgürz, G. (2017). Üniversite öğrencilerinde toplumsal cinsiyet algısının toplumsal cinsiyet rolü ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmesi. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 1, 2017, ss. 46-63, DOI: 10.19160/5000197327
- Eser, A. (2023). Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasında İlişkinin İncelenmesi. (Yayın No. 791627) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi] Yök Tez Merkezi
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, 13, 38-45.

- Fehr, E., & Falk, A. (2001). Psychological foundations of incentives. Institute for Empirical Research in Economics University of Zurich Working Paper Series. Working Paper No. 95, 21.
- Frith, E. (2017) Social Media and Children's Mental Health—A Review of the Evidence. Education Policy Institute, London.
- Geçici F, Göllüce A, Güvenç E, Çelik S. Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları. Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi. 2017;8(1):21-27.
- Gençtarıh, B. (2019). *Genç yetişkinlerde öğrenilmiş çaresizlik ve olumsuz değerlendirilme korkusu ile toplumsal cinsiyet rolleri tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Eğitim Bilimleri Enstitüsü)
- Giddens, A. (2012), Sosyoloji, (çev. Hüseyin Özel, v.d), Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gökkaya, F., Deniz, İ. ve Gedik, Z. (2020). Sosyal medya bağımlılığının sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ile ilişkisi. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 4(2), 94-105.
- Göller, L. (2010). *Ergenlerin akılcı olmayan inançları ile depresyon-umutsuzluk düzeyleri ve algıladıkları akademik başarılar arasındaki ilişkiler*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Gözcü, C. Ö. (2012). Orta Ve Geç Ergenlik Dönemindeki Ergenlerde Tutum Ve Davranış Farklılıkları. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 113-138. https://doi.org/10.1501/sbeder_0000000048
- Grams, W. C. ve Rogers, R. W. (1990). Power and Personality: Effects of Machiavellianism, Need for Approval, and Motivation on Use of Influence Tactics. *The Journal of General Psychology*, 117(1), 73. doi:10.1080/00221309.1990.9917774
- Güldü, Ö. ve Kart M. (2009). “Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 64(3):98-116.
- Güler K, Tüysüz B. Cinsel mitler ve toplumsal cinsiyet rolleri tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi [Examination of the relationship between sexual myths and sexual gender roles attitudes]. *J Soc Res Behav Sci*.2021;7(14):291-313.

- Gültekin, Z. (2022). Çalışan Bireylerin Sosyal Medya Kullanımının Psikolojik Sermaye Düzeylerine Etkisi: Ampirik Bir Çalışma. *Kapanaltı Dergisi*(2), 24-36.
- Gürkan, U., & Demirel, N. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal İlişkilerine Ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 79-104.
- Güvenç, G., & Aktaş, V. (2006). Ergenlik Döneminde Yaş, Toplumsal Cinsiyet, Bireysel ve İlişkisel Tutumlar, Benlik Değeri ve Yaşam Becerilerine İlişkin Algı Arasındaki İlişkiler [Age, Gender, Prejudice, Interpersonal Sensitivity and Locus of Control as Predictors of Self Esteem, Assertiveness and Communication Skills in Adolescence]. *Türk Psikoloji Dergisi*, 21(57), 45–62.
- Hacıbayramoğlu, S. (2021). *İnternet bağımlılığı, benlik saygısı ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Kent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(20), 56-71.
- Halim, M. L. ve Ruble, D. (2010). Gender identity and stereotyping in early and middle childhood. J. C. Chrisler vd D.R McCreary (Eds.), *Handbook of gender research in psychology (Vol. 1). Gender research in general and experimental psychology* (s. 495-525) içinde. New York, NY, US:Springer
- Hebert, J. R., Ma, Y., Clemow, L., Ockene, I. S., Saperia, G., Stanek III, E. J., Merriam, P. A & Ockene, J. K. (1997). Gender differences in social desirability and social approval bias in dietary self-report. *American journal of epidemiology*, 146(12), 1047.
- Helgeson, V.S. (2017). *Psychology of Gender: Fifth Edition* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315643557>
- Henslin, James M. 2001. *Sociology: A Down-to-Earth Approach*. 5th ed. Boston: Allyn & Bacon.
- Hepşen, Ö. (2010) *Tevrat, İncil Ve Kuran-I Kerimde Kadın Bedeni*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara

- Hill, R.W., Huelsman, T.J., Furr, R. M., Kibler, J., Vicente, B. B., and Kennedy, C., 2004. A new measure of perfectionism: the perfectionism inventory. *Journal of Personality Assessment*, 82(1), 80-91.
- Hofmann, S. G. and DiBartolo, P. M., (2010). Introduction: toward an understanding of social anxiety disorder. S. G. Hofmann., P. M. DiBartolo (Eds.). *Social anxiety: clinical, developmental, and social perspectives*. Oxford, UK: Elsevier/Academic Press.
- Huta, V. and Hawley, L. (2010). Psychological strengths and vulnerabilities: are they two ends of the same continuum or do they have independent relationships with well-being and ill-being? *Journal of Happiness Studies*, 71-93.
- Işık, Y. (2022). Evli Bireylerin Evlilik Uyumu, İletişim Becerileri ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Akademik Platform Eğitim Ve Değişim Dergisi*, 5(2), 215-230. <https://doi.org/10.55150/apjec.1052828>
- İnanç, B. Y., & Yerlikaya, E. E. (2002). *Kişilik kuramları* (s.s. 101). Ankara, Türkiye: PEGEM Akademi.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karaman 2012
- Johnson, F. L., & Young, K. (2002). Gendered voice in children's television advertising. *Critical Studies in Media Communication*, 19(4), 461-480.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2013). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş* İstanbul: Evrim Yayınları
- Kang, M. ve Schuett, M. A. (2013), "Determinants of Sharing Travel Experiences in Social Media" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (30), ss. 1-15.
- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* (53), 59-68.

- Kaplan, N., & Tasa, H. (2022). Bireylerin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları İle Romantik Kıskançlıkları Arasındaki İlişki. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 678-691. <https://doi.org/10.47525/ulasbid.1092690>
- Karagöz, M. (2021). Toplumsal cinsiyet rolleri ile cinsel doyum ve özgüven arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmış yüksek lisans tezi. İstanbul Kent Üniversitesi, İstanbul.
- Karakoç, B. (2023). *Lise son sınıf öğrencilerinde sınav kaygısı ile olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Karakoç, H., & Kul Uçtu, A. (2022). Toplumsal cinsiyet tutumları ve gebelerin kendilerini algılama şekilleri arasındaki ilişki. *Antropoloji*(44), 32-38. <https://doi.org/10.33613/antropolojidergisi.1111285>
- Karakurt, Y. (2021). *Toplumsal cinsiyet rolleri ve cinsellik kalitesi ilişkisinde sosyal onay ihtiyacının aracı rolü* (Master's thesis, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Karasar, Niyazi: (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Karasar, B. (2014). Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Karasar, B., & Öğülmüş, S. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 469-495.
- Karasar, B., & Öğülmüş, S. (2020). Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği'nin Ergenler Üzerinde Geçerlik ve Güvenirliğinin İncelenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 10(2), 871-886. <https://doi.org/10.18039/ajesi.758456>
- Kavak, G., Karaköse, Ş., & Koçak, O. (2023). Psikolojik Sağlamlık ve İkincil Travmatik Stres İlişkisi: Sosyal Medya Kullanımının Aracı Rolü. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 7(2), 92-111.

- Kaya, F. Ş., & Yüceol, S. E. (2018). Toplumsal cinsiyet rolü tutumları, romantik ilişkilerde akılcı olmayan inançlar ve ilişki doyumu arasındaki ilişkiler. *YDÜ SOSBİLDER*, 11(2), 32-58
- Kaytanoglu H. (2021). Genç Yetişkinlerde Sosyal Onay İhtiyacı, Beden Memnuniyeti ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Kell, H. J. (2009). *Approval motivation and situational judgment tests: the role of personality and implicit trait policies*. (Master's Thesis. Rice University). Retrieved from <http://scholarship.rice.edu/handle/1911/61901>. 2-18
- Kesgin, Y. (2023). Kadın Özgürlüğü ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Geleneksel ve Yeni Medya Eleştirisi. *Toplumsal Politika Dergisi*, 4(1), 96-107.
- Kim, H. Y. (2021). Influence of sexual attitude, gender stereotype and self-esteem on gender egalitarianism in nursing student. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 22(5), 482-491.
- Kimble, C., Helmreich, R. Self-esteem and the need for social approval. *Psychon Sci* 26, 339–342 (1972). <https://doi.org/10.3758/BF03328637>
- Kiraz, Nihayet Kübra. (2021). Din görevlilerinin toplumsal cinsiyet rolleri karşısındaki tutumları: Çorum örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hitit Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı
- Kitiş-Çınar, E. (2013). “Ortaokul Türkçe Ders Kitaplarında Toplumsal Cinsiyet”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Pamukkale Üniversitesi.
- Koçak, Ç. V., & Şimşek, S. (2023). Sporcularda Sosyal Medya Bağımlılığı ve Uyku Kalitesi İlişkisi. *The Online Journal of Recreation and Sports*, 12(4), 759-765. <https://doi.org/10.22282/tojras.1318963>
- Kodan Çetinkaya S. Üniversite öğrencilerinin şiddet eğilimlerinin ve toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Nesne Psikoloji Dergisi* 2013; 1(2): 21-43
- Kohlberg, L., & Hersh, R. (1977). Moral Development: A Review of the Theory. *Theory into Practice*, 16, 53-59.

- Koyuncuoğlu, M. (2021). Üniversite öğrencilerinde algılanan anne-baba tutumu ile toplumsal cinsiyet rolleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Köken Durgun, S., & Cambaz Ulaş, S. (2019). Ebelik/Hemşirelik Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesi. *Medical Sciences*, 14(2), 93-103.
- Kurtyiğit, D. (2021). Üniversite öğrencilerinin Instagram kullanımı ile beden algısı ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi.
- Kutlu, A. (2010). *Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: Kanal D'de Yayımlanan Yaprak Dökümü Dizisinde Kadın Karakterler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
- Larsen, K. S., Martin, H. J., Ettinger, R. H., & Nelson, J. (1976). Approval seeking, social cost and aggression: a scale and some dynamics. *Journal Of Psychology*, 94,
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1995). The self-presentation model of social phobia. In R. G. Heimberg, M. R. Liebowitz, D. A. Hope, & F. R. Schneier (Eds.), *Social phobia: Diagnosis, assessment, and treatment* (pp. 94–112). The Guilford Press.
- Leite, W. L. ve Beretvas, S. N. (2005). Validation of Scores on the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale and the Balanced Inventory of Desirable Responding. *Educational and Psychological Measurement*, 65(1), 141. doi:10.1177/0013164404267285
- Lennon, S.J., & Rudd, N.A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self esteem and appearance management behaviors in women. *Family And Consumer Science Research Journal*, 23(2)
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M. G., ve Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among US young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331.
- Lin, S., Yuan, Z., Niu, G., Fan, C. & Hao, X. (2023). Family matters more than friends on problematic social media use among adolescents: Mediating roles of resilience

- and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-01026-w>
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (2010). Cultures and selves: A cycle of mutual constitution. *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 420–430. <https://doi.org/10.1177/1745691610375557>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Brothers Publishers.
- Masterson, M. L. (1971). Family Structure Variables and Need Approval. *Journal Of Consulting And Clinical Psychology*, 36(1), 12-13.
- McClelland, D. C. (1987). *Human Motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meeus, A., Beullens, K., & Eggermont, S. (2019). Like me (please?): Connecting online self-presentation to pre-and early adolescents' self-esteem. *New Media & Society*, 21, 2386-2403. doi: 10.1177/1461448199847447
- Meier, E. P. ve Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 17(4), 199-206.
- Mürtezaoğlu, Ç., & Çikrikci, Ö. (2022). Ergenlerde Mutluluk, Öz-Yeterlik, Akran İlişkileri ve Sosyal Onay İhtiyacı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(3), 483-498. <https://doi.org/10.17556/erziefd.1103962>
- Myers, David G. (2015), *Sosyal Psikoloji* (Çeviri Editörü: S. Akfırat), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Nakhanova, L. (2022). Dildeki Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Göstergeleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür Araştırmaları Dergisi*(14), 344-367. <https://doi.org/10.46250/kulturder.1136158>
- Neff, K. D., & Suizzo, M.-A. (2006). Culture, power, authenticity and psychological well-being within romantic relationships: A comparison of European American and Mexican Americans. *Cognitive Development*, 21(4), 441–457. <https://doi.org/10.1016/j.cogdev.2006.06.008>

- Orçan, M. (2011). Sosyal gelişim. M. E. Deniz (Ed.), Erken çocukluk döneminde gelişim içinde (s. 127-183). Ankara: Ertem Basım Ltd. Şti.
- Özcan, A. (2012). *Toplumsal Cinsiyet Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rol Tutumlarına Etkisi*, Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Kayseri.
- Özcan, A. (2012). Toplumsal Cinsiyet Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rol Tutumlarına Etkisi', Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Kayseri.
- Özdemir O, Özdemir PG, Kadak MT, Nasıroğlu S. Kişilik Gelişimi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar. Aralık 2012;4(4):566-589. doi:10.5455/cap.20120433
- Özden, A. T. (2019). Tüketici yenilikçiliği ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 1541.
- Özmen, S., & Vural, A. M. (2023). Medya Profesyonellerinin Medyada Kadın Temsili Algısı. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*(20), 1-30. <https://doi.org/10.58793/marusad.1393716>
- Öztürk, A. (2007). Kişilerarası iletişim ve sosyal kaygı. *Eğitime Bakış. Eğitim Öğretim Ve Bilim Araştırma Dergisi*.9. 49-51.
- Palas, P., & Aksu, S. (2020).Sağlık Hizmetleri Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*,4(7), 91-100.<https://doi.org/10.31461/ybpd.732189>
- Parker, Mary (2005), Gender Identity, *City University, School of Social Sciences Department of Psychology*, PS1006 Lifespan Psychology, Lecture 8.
- Paulhus, D. L., & John, O. P. (1998). Egoistic and Moralistic Biases in Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles With Basic Traits and Motives. *Journal of Personality*, 66 (6), 1028. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.00041>
- Plotnik, Rod (2007). Psikolojiye Giriş. Çev. T. Geniş. İstanbul: Kaknüs Yay
- Raba, Saranda. (2019). Üniversite öğrencilerinde kişiler arası bağımlılık ile utandırılma korkusu aidiyet duygusu ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) . Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.

- Reed, P., Fowkes, T. & Khela, M. (2023). Reduction in social media usage produces improvements in physical health and wellbeing: an rct. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 1-8. <https://doi.org/10.1007/s41347-023-00304-7>
- Reindrawati, D. Y., Setiawan, F., Satrianto, M. D., & Nata, J. H. (2023). The Use of Social Media in Improving Literacy in Rural Village. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 7(1), 50-58.
- Rudolph, K. D., Caldwell, M. S., & Conley, C. S. (2005). Need for Approval and Children's Well-Being. *Child Development*, 76(2), 309–323. https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2005.00847_a.x
- Ruigrok, A. N. V., Salimi-Khorshidi, G., Lai, M.-C., Baron-Cohen, S., Lombardo, M. V., Tait, R. J., & Suckling, J. (2014). A meta-analysis of sex differences in human brain structure. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 39, 34–50. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2013.12.004>
- Sagie, A. ve Elizur, D. (1999), Achievement Motive adn Entrepreneurial Orientation: A Structural Analysis, *Journal of Organizational Behavior*, 20, 375-387
- Saltürk, A. (2022). Sosyal Onay İhtiyacının Yordanmasında İlişkisel-Bireyci-Toplulukçu Benlik ve Ana-Baba Tutumunun Rolü. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(1), 316-334. <https://doi.org/10.51460/baebd.894829>
- Sanchez, D. T., Crocker, J., & Boike, K. R. (2005). Doing Gender in the Bedroom: Investing in Gender Norms and the Sexual Experience. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(10), 1445–1455. <https://doi.org/10.1177/0146167205277333>
- Sankır,H. (2010). Toplumsal cinsiyet rollerinin anlamlandırılış biçiminin “kadın sanatçı kimliği” nin oluşum sürecinde etkileri. ss.1-26. Ankara: Hacettepe üniversitesi sosyolojik araştırmalar E-Dergisi.
- Saraç, S. (2013). Toplumsal cinsiyet. İçinde L. Gültekin, G. Güneş, C. Ertung ve A. Şimşek (Edt.), *Toplumsal cinsiyet ve yansımaları* (ss. 27-32). Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Schwartz, J.P., Waldo, M., & Higgins, A.J. Attachment styles: Relationship to masculine gender role conflict in college men. *Psychology of Men & Masculinity*, 5(2), 143–146.

- Selçuk, Sümeyye, Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları Açısından Bağlanma Stilleri, Kadına Yönelik Şiddet tutumu ve Benlik Saygısının İncelenmesi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2021.
- Sherry, B. A. (2002). Perfectionism Dimensions, Perfectionistic Dysfunctional Attitudes, Need for Approval, and Depression Symptoms in Adult Psychiatric Patients and Young Adults.(Masters thesis, The University Of British Columbia). Retrieved from https://circle.ubc.ca/bitstream/handle/2429/13433/ubc_20020559.pdf?sequence=1
- Siyez, D. M. (2015). Üniversite öğrencilerinde onay bağımlılığı ve empatinin sosyal fayda aracılığıyla aşırı internet kullanımına etkisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 16(1), 30-36.
- Sosik, J. J. ve Dinger, S. L. (2007). Relationships between leadership style and vision content: The moderating role of need for social approval, self-monitoring, and need for social power. *The Leadership Quarterly*, 18(2), 138. doi:10.1016/j.leaqua.2007.01.004
- Soygüt Pekak G, Karaosmanoğlu A, Cakir Z (2009). Erken dönem uyumsuz şemaların değerlendirilmesi: Yung şema ölçeği kısa form-3'ün psikometrik özelliklerine ilişkin bir inceleme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 75 - 84.
- Sravanti L, Sagar JVK (2019) Gender identity: Emergence in preschoolers. *Journal of Psychosexual Health*, 1:286-287.
- Suler, J. R. (1999). To get what you need: healthy and pathological Internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 2(5), 385-393
- Şenormancı, Ö., Konkan, R., Güçlü, O., Şenormancı, G.,ve Sungur, M. Z. (2013). Ruminatif yanıt biçimi ve fonksiyonel olmayan tutumların majör depresyonla ilişkisi. *Düşünen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 26, 239-247.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.

- Takiff, H. A., Sanchez, D. T., & Stewart, T. L. (2001). What's in a name? The status implications of students' terms of address for male and female professors. *Psychology of Women Quarterly*, 25, 134–144.
- Tektas, N. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014(XVII). <https://doi.org/10.14225/Joh474>
- Tepe, Y. K., Bozgeyik, S., Can, G., Çobanoğlu, N., İkizek, M., Kuzu, E. ve Şensoy, A. B. (2019). Toplumsal cinsiyet rolleri tutumu ve aile bağlamında benlik kurgusunun kan bağı olan üç kuşak kadında incelenmesi. *Turkish Studies – Social Sciences*, 14(6), 3173–3189.
- Tezer Asan, Hatice. “Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik Ve Öğretmenlerin Cinsiyetçilik Algılarının Saptanması”. *Fe Dergi* 2, sy. 2 (Haziran 2010): 65-74. https://doi.org/10.1501/Fe0001_00000000033.
- Topal, Ö. (2012). *Toplumsal Cinsiyetin İnşası: 7-12 Yaş Grubu Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
- Topaloğlu, T. ve Sürat Özer, P. (2008), “Motivasyon Kapsam Kuramları”, Liderlik ve Motivasyon, Ed.: Celalettin Serinkan, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Torun, S., & İnan, H. (2023). Sosyal Medya Kullanımının Ve Benlik Saygısının Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(2), 685-701. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1216513>
- Tosun, Asya ve Doğan, Coşkun (2021). "Kadının Toplumsal Cinsiyet Açısından Kazanımları ve Köy Enstitüleri", *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, ISSN:2149-9314, Cilt.7, Sayı.1, s.77-83, Ocak 2021
- Turalioğlu, G., & Arslan, M. (2023). Sosyal Medya Kullanımının Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutuma Etkisi ve BKİ ile İlişkisi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 7(3), 482-496. <https://doi.org/10.46237/amusbfd.1295446>
- Turan, R., & Duy, B. (2020). Self-Esteem, Attachment, Gender Roles and Social Approval as Predictors of the Attitudes Toward Dating Violence. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 10(56), 1-36.

- Ünlü, S. (2001). “Psikoloji”, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Yayın No.1288.
- Ünver, H., & Koç, Z. (2017). Siber zorbalık ile problemli internet kullanımı ve riskli internet davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(2), 117-140.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Dergipark Akademik Dergisi*, 29-56.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem.
- Wearesocial. (2024). Digital 2024: Global Statshot Report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/04/digital-2024-april-global-statshot-report/>
- Wharton, A. S. (2005). *The sociology of gender: An introduction to theory and research*. Blackwell Publishing.
- Yahşi, A. (2018). *Lise Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yaka, A.İ. (2011). Bağlanma, Erken Döneme Yönelik şemalar, Öz-Yönetim ve Psikolojik Belirtiler Arasındaki ilişkiler, Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Yalçinkaya, M., Taner, M., & Demirci, E. (2019). Ergenlerde Sosyal Onay ve İyi Hallerinin İncelenmesi. *Folklor/Edebiyat*, 25(97), 716-729. <https://doi.org/10.22559/folklor.976>
- Yıldız, E. ve Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102-1126.
- Young, J. E., Klosko, J. S., Marjorie, E. and Weishaar, M. E. (2009). Şema terapi. T. Özakkaş. (Editör). (T. V. Soylu,Çev.). İstanbul: Litera Yayıncılık. (2003)

- Yukay-Yüksel, M., Çini, A. ve Yasak, B. (2020). Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumunun incelenmesi. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 40, 66-85.
- Yurtal, F. D. (1999). Üniversite öğrencilerinin akılcı olmayan inançlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. (Yayınlanmış Doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Zia, A. & Malik, A. A. (2019). Usage of social media, age, introversion and narcissism: A correlational study. *Bahria Journal of Professional Psychology*, 18(2), 33-54.
- Zorbaz, O., & Dost, M. T. (2014). Lise öğrencilerinin problemlı internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(29-1), 298-310.
- Zuo, X., Lou, C., Gao, E., Lian, Q., & Shah, I. H. (2018). Gender role attitudes, awareness and experiences of non-consensual sex among university students in Shanghai, China. *Reproductive health*, 15(1), 1-10.

EK1: Ön Bilgilendirme ve Kişisel Bilgi Formu

Değerli Katılımcı;

Bu çalışma, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Halenur AYDIN tarafından, Prof. Dr. M. Yüksel ERDOĞDU danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. Tez başlığı: “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Yordayıcısı Olarak Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Tutumu ve Sosyal Medya Kullanımının Rolü” dür.

Katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Sizden istenen, aşağıdaki her ifadeyi dikkatlice okumanız ve size en uygun seçeneği belirten kısımları eksiksiz doldurmanızdır. Elde edilen veriler sadece bilimsel amaçlı kullanılacak olup, kişisel bilgileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır. Çalışmanın bulgularının sağlıklı sonuçlara ulaşabilmesi için vereceğiniz yanıtların samimi görüş ve duygularınızı yansıtmasının büyük önemi vardır.

İşbirliğiniz, duyarlılığınız ve ayırdığınız vakit için teşekkür ederim.

Halenur AYDIN

Psikolojik Danışman

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyet: () K () E

Yaş:

Üniversite:

EK-2: Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği

SOSYAL ONAY İHTİYACI ÖLÇEĞİ	Tamamen Katlıyorum	Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Başkaları tarafından onaylanmadığımda kendimi değersiz hissederim.	5	4	3	2	1
2. Sosyal ortamlarda hata yapmaktan korkarım.	5	4	3	2	1
3. Bir kişi benimle ilgili olumsuz bir tutuma sahipse, o kişinin tutumunu olumlu hale getirmek için çabalarım.	5	4	3	2	1
4. Başkalarına danışmadan bir işe başlamakta zorlanırım.	5	4	3	2	1
5. Davranışlarımın başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğiyle ilgili kaygılanırım.	5	4	3	2	1
6. Başkaları beni olumsuz değerlendirdiğinde incinirim.	5	4	3	2	1
7. Başkaları üzerinde nasıl bir izlenim oluşturduğum benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
8. Eleştiri almaktan kaçınırım	5	4	3	2	1
9. Davranışlarımın başkaları tarafından onaylanması benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
10. Doğru olmadığına inansam bile, çoğunluğun kabul ettiği görüşlere itiraz etmekten kaçınırım.	5	4	3	2	1
11. Başkalarının davranışlarından çabuk etkilenirim.	5	4	3	2	1
12. Düşüncelerimin, başkaları tarafından onaylanması benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
13. Başkaları tarafından sevilmediğim düşüncesi beni rahatsız eder.	5	4	3	2	1
14. Reddedilmeyi utanç verici bulurum.	5	4	3	2	1
15. Olumsuz yönlerimi gizlemeyi tercih ederim.	5	4	3	2	1
16. Olumsuz yönlerimi ön plana çıkartmaya çalışırım.	5	4	3	2	1
17. Olumsuz duygularımı onaylanmayacağım korkusuyla saklarım.	5	4	3	2	1
18. Başkalarının onaylamayacağı şeylerden kaçınırım.	5	4	3	2	1
19. Beğenilmek ve takdir edilmek için çaba harcarım.	5	4	3	2	1
20. Eğer bir espriye başkaları gülüyorsa, komik bulmasam bile gülümserim	5	4	3	2	1
21. Aldığım kararlarda başkalarının beklentileri etkili olur.	5	4	3	2	1
22. Başkaları tarafından onaylanmayan hareketlerimi düzeltmeye çalışırım.	5	4	3	2	1
23. Başkalarının beni olumsuz bir şekilde değerlendirmemesi için davranışlarıma dikkat ederim.	5	4	3	2	1
24. Onaylanıp onaylanmadığımı anlamak için yüz ifadelerine dikkat ederim.	5	4	3	2	1
25. Başkalarının ne diyeceğini düşünerek kendi isteklerimden vazgeçerim.	5	4	3	2	1

EK-3: Toplumsal Cinsiyet Rollerı Tutum Ölçeği

TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ TUTUM ÖLÇEĞİ					
	① Hiç katılmıyorum	② Katılmıyorum	③ Kararsızım	④ Katlıyorum	⑤ Tamamen Katlıyorum
1. Erkeklerin ev işlerine yardım etmede kızlarla aynı sorumlulukları vardır.	①	②	③	④	⑤
2. Ev işleri cinsiyete göre paylaşılmalıdır.	①	②	③	④	⑤
3. Erkek aileden sorumlu olduğu için kadın ona itaat etmelidir.	①	②	③	④	⑤
4. Bir kadın eşine ters davranmamalıdır.	①	②	③	④	⑤
5. Bir kadından ziyade bir erkeği ağlarken görmek daha kötüdür.	①	②	③	④	⑤
6. Kızlar erkeklerden daha derli toplu ve temiz olmalıdır.	①	②	③	④	⑤
7. Erkekler sadece sorumlu olduğu konularla ilgilenebilir.	①	②	③	④	⑤
8. Erkekler kızlara göre farklı şekilde yetiştirilmelidir.	①	②	③	④	⑤
9. Arkadaş çevreme göre, gelecekteki ev içi faaliyetlerim mesleki faaliyetlerimden daha önemlidir.	①	②	③	④	⑤
10. Bir babanın temel sorumluluğu maddi konularda çocuklarına yardım etmektir.	①	②	③	④	⑤
11. Bazı işler kadınlar için uygun değildir.	①	②	③	④	⑤
12. Arkadaş çevremde eşimin iş geleceği benim iş geleceğimden daha önemlidir.	①	②	③	④	⑤
13. Çocukların nasıl yetiştirileceğine çoğunlukla annesi karar vermelidir.	①	②	③	④	⑤
14. Sadece bazı işler kadın ve erkeğe eşit derecede uygundur.	①	②	③	④	⑤
15. Birçok önemli işte erkeklerle anlaşmak kadınlarla anlaşmaktan daha kolaydır.	①	②	③	④	⑤

Ek-4: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ	Bana Hiç Uygun Değil	Bana Az Uygun	Bana Orta Seviyede Uygun	Bana Çok Uygun	Bana Tamamen Uygun
1. Akıllı telefonumdan uzak kaldığında kendimi eksik, huzursuz hissedirim.					
2. Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.					
3. Mobil cihazlarımda (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.					
4. Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.					
5. Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.					
6. Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.					
7. Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.					
8. Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.					

ÖZGEÇMİŞ

Halenur AYDIN

A. EĞİTİM

Yüksek Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, 2024, İstanbul

Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Psikoloji, 2022, İstanbul

Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, 2021, İstanbul

