

DİLARA CAN

BAU 2024

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

GENÇ YETİŞKİNLERDE YAŞAM POZİSYONLARI VE GENEL AİDİYET
DÜZEYLERİNİN INSTAGRAM KULLANIM ALIŞKANLIKLARI,
CİNSİYETLERİ VE YAŞLARINA GÖRE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
DİLARA CAN

İSTANBUL 2024

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

GENÇ YETİŞKİNLERDE YAŞAM POZİSYONLARI VE GENEL AİDİYET
DÜZEYLERİNİN INSTAGRAM KULLANIM ALIŞKANLIKLARI,
CİNSİYETLERİ VE YAŞLARINA GÖRE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
DİLARA CAN

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. RAZİYE BİLGE UZUN

İSTANBUL 2024

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

17/01./2024

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Program Adı:	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık (Türkçe, Tezli)
Öğrencinin Adı Soyadı:	Dilara Can
Tezin Adı:	Genç Yetişkinlerde Yaşam Pozisyonları ve Genel Aidiyet Düzeylerinin Instagram Kullanım Alışkanlıkları, Cinsiyetleri ve Yaşlarına Göre İncelenmesi
Tez Savunma Tarihi:	15 Ocak 2024

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları yerine getirmiş
olduğu Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tarafından onaylanmıştır.

Doç. Dr. Yücel Batu Salman

Enstitü Müdürü

Bu Tez tarafımızca okunmuş, nitelik ve içerik açısından bir
Yüksek Lisans tezi olarak yeterli görülmüş ve kabul edilmiştir.

	Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmza
Tez Danışmanı:	Prof. Dr. Raziye Bilge Uzun	Bahçeşehir Üniversitesi	
2. Üye (Kurum İçi):	Prof. Dr. Berna Güloğlu	Bahçeşehir Üniversitesi	
3. Üye (Kurum Dışı):	Doç. Dr. Müge Akbağ	Marmara Üniversitesi	

Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak elde edildiğini ve sunulduğunu; ayrıca bu kuralların ve ilkelerin gerektirdiği şekilde, bu çalışmadan kaynaklanmayan bütün atıfları yaptığımı beyan ederim.

Ad, Soyad: Dilara Can

İmza:

ÖZET

GENÇ YETİŞKİNLERDE YAŞAM POZİSYONLARI VE GENEL AİDİYET DÜZEYLERİNİN INSTAGRAM KULLANIM ALIŞKANLIKLARI, CİNSİYETLERİ VE YAŞLARINA GÖRE İNCELENMESİ

Can, Dilara

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Raziye Bilge UZUN

Ocak 2024, 37 sayfa

Bu araştırmada genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonlarının ve genel aidiyet düzeylerinin onların Instagram kullanım alışkanlıkları, yaşları ve cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Çalışmaya 18-30 yaş aralığından 318 genç yetişkin birey katılmıştır. Çalışmaya katılan 255'i kadın 63'ü erkek bireyin yaş ortalaması 24.78 (SD =3.22)'dir. Çalışmanın verileri için, Yaşam Pozisyonları Ölçeği (Boholst, 2002), Genel Aidiyet Ölçeği (Malone ve diğerleri, 2012) kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeliyle yürütülen bu çalışmada verilerin analizi ANOVA, MANOVA ve Çoklu Korelasyon Analizi ile yapılmıştır. Araştırma bulguları sonucunda cinsiyet değişkeninin yaşam pozisyonlarından Ben okey'im-Sen okey'sin ($p = 0.03$) ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin ($p = 0.04$) pozisyonları ve Instagram'ı kaç yıldır kullandıkları değişkeninin Ben okey değilim-Sen okey değilsin ($p = 0.002$) yaşam pozisyonu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bir diğer bulgusunda ise cinsiyet değişkeninin ($p = 0.01$) ve Instagram'ı kaç yıldır kullandıkları değişkeninin ($p = 0.01$) genel aidiyet düzeyi değişkeni anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Son olarak, araştırmada genel aidiyet düzeyi ile yaşam pozisyonlarından, Ben okey'im-Sen okey'sin ($p = 0.00$), Ben okey değilim-Sen okey'sin ($p = 0.00$) ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin ($p = 0.00$) alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yaş ve Instagram kullanım alışkanlıklarına göre bağımlı değişkenler arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaşam Pozisyonları, Aidiyet, Instagram Kullanımı

ABSTRACT

INVESTIGATION OF LIFE POSITIONS AND GENERAL BELONGING LEVELS IN YOUNG ADULTS ACCORDING TO THE INSTAGRAM USE HABITS, GENDER AND AGE OF YOUNG ADULTS

Can, Dilara

Master's Program in Guidance and Psychological Counseling

Supervisor: Prof. Dr. Raziye Bilge UZUN

Ocak 2024, 37 pages

In this research, it was examined whether the life positions and general belonging levels of young adult individuals differ according to their Instagram usage habits, age and gender. 318 young adults between the ages of 18-30 participated in the study. The average age of the 255 female and 63 male individuals who participated in the study is 24.78 (SD = 3.22). For the data of the study, the Life Positions Scale (Boholst, 2002) and the General Belonging Scale (Malone et al., 2012) were used. In this study conducted with the relational screening model, the data was analyzed using ANOVA, MANOVA and Multiple Correlation Analysis. As a result of the research findings, the gender variable was found to be one of the life positions of I'm okay - You're okay ($p = 0.03$) and I'm not okay - You're not okay ($p = 0.04$) and the variable of how many years they've been using Instagram was found to be I'm okay - You're not okay. ($p = 0.002$) appeared to have a significant effect on life position. Another finding of the research was that the gender variable ($p = 0.01$) and the variable of how many years they have been using Instagram ($p = 0.01$) had a significant effect on the general belonging level variable. Finally, in the research, general belonging level and life positions were evaluated as follows: I'm okay, you're okay ($p = 0.00$), I'm not okay, you're okay ($p = 0.00$) and I'm not okay, you're not okay ($p = 0.00$). It was determined that there was a significant relationship between the dimensions. No significant relationship was found between the dependent variables according to age and Instagram usage habits.

Keywords: Life Positions, Belonging, Instagram Usage

Biricik anneanneme

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tez çalışmamın tamamlanması sürecinde bana destek olan birçok kişiye bu yazıyla teşekkürlerimi iletmek istiyorum. İlk olarak, bu çalışmamın gerçekleşmesinde en büyük rol oynayan desteği ve yol göstericiliği için tez danışmanım Prof. Dr. Raziye Bilge UZUN'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Sayın Uzun'un akademik bilgi birikimi ve beni motive edici rehberliği sayesinde, karşılaştığım zorlukların üstesinden gelme gücü buldum. Tezimi yazarken kendime olan güvenimi kaybettiğim her an danışmanım Bilge Uzun her zaman yanımdaydı. Kendisiyle geçirdiğim süre, hem öğretici hem de keşif dolu bir deneyim oldu. Tezimi yazarken yaşadığım zorlu süreçlerde kendi kapasitemi bana hatırlatan ve potansiyelimi ortaya çıkarmamda yardımcı olan değerli tez danışmanımla birlikte çalışmak benim için öğretici, bilgi dolu ve şanslı bir deneyimdi.

Lisans ve yüksek lisans dönemim boyunca yolumun kesiştiği tüm öğretmenlerimle birlikte ayrıca Prof. Dr. Berna GÜLOĞLU'na teşekkürlerimi iletmek isterim. Üstünden yıllar geçse de bana ilk gün ki gibi destek olan ve bilgisini esirgmeden yol göstericiliğini bu süreçte yanımda hissetmek beni çok değerli hissettirdi.

Marmara Üniversitesi'nin saygın akademik kadrosundan Doç. Dr. Müge AKBAĞ'a tezimin oluşturulmasında ve geliştirilmesinde sunduğu tüm değerli katkıları için teşekkür ederim. Tezimin, kendisinin değerli fikirleriyle daha ileriye taşındığına inanıyorum.

Bahçeşehir Üniversitesi'yle başladığım PDR lisans eğitimimle kazandığım birçok değerli arkadaşım oldu. Bunlardan benim için en öğretici ve kalıcı olanı Sibel KARASU PEDÜK ile olandı. Kendisinin desteğini, azmini, sevgisini ve gerçekçiliğini hep yanımda hissettim. Beni büyüten bir dostluğa sahip olduğum için kendimi çok şanslı hissediyorum. Dostluğumuzun eşsizliğinin hiç bozulmamasını dilerim, sana çok teşekkür ederim.

Bu uzun soluklu yolun en büyük inşası sevgili ailem olmakla birlikte başta annem Emire ÇOŞKUN ve babam Yücel ÇOŞKUN'a ait. Çalışma disiplini ve keşfetme arzumu büyürken onlardan aldım ve bu değerlerin yoluma ışık tutuyor olması benim için çok kıymetli. Sizlere çok teşekkür ederim.

Tez yazım sürecinde bana olan inancını asla kaybetmeyen ve destekleyici sözleriyle her zaman yanımda olan ailem Vildan CAN ve Can CAN'a bu süreçte varlıklarıyla bana güç verdikleri için teşekkür ederim.

Son olarak, 10 yıldır hayatımda sevgisi, dostluğu ve bilgeliğiyle var olan sevgili eşim Onat CAN her süreçte yanımda olduğun, bana güvendiğin ve bazen beni benden daha iyi tanıdığın için kendimi çok şanslı hissediyorum. Tezimi yazarken belki de en zor anlara sen şahit oldun ve hep yanımda bulundun. Sana çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN.....	v
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
İTHAF.....	viii
TEŞEKKÜR.....	ix
İÇİNDEKİLER	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
Bölüm 1: Giriş.....	1
1. Problem Durumu.....	1
2. Çalışmanın Amacı.....	4
3. Araştırma Soruları.....	4
4. Çalışmanın Önemi.....	4
5. Tanımlar	5
Bölüm 2: Alan Yazın Taraması.....	8
2.1 Transaksiyonel Analiz ve Yaşam Pozisyonları	8
2.1.1 Transaksiyonel Analiz Genel Tanımı.....	8
2.1.2 Yaşam Pozisyonları.....	9
2.1.2.1 Ben okey değilim-Sen okey'sin	10
2.1.2.2 Ben okey değilim-Sen okey değilsin.....	11
1. Ben okey'im-Sen okey değilsin	11
2. Ben okey'im-Sen okey'sin	11
2.2. Genel Aidiyet.....	12
2.2.1 Genel Aidiyet Genel Tanımı	12
2.3 Sosyal Medya ve Instagram.....	14
2.3.1 Sosyal Medya Genel Tanımı	14
2.3.2 Instagram Genel Tanımı.....	15
Bölüm 3: Yöntem.....	17

1. Araştırma Modeli	17
2. Çalışma Grubu	17
3. Verilerin Toplanması	18
1. Veri Toplama Araçları	18
3.3.1.1 Demografik Bilgi Formu	18
3.3.1.2 Genel Aidiyet Ölçeği	19
3.3.1.3 Yaşam Pozisyonları Ölçeği	19
2. Veri Analiz İşlemleri	20
4. Sınırlamalar	21
Bölüm 4: Bulgular	22
1. Ölçme Araçlarına Ait Genel İstatistik Veri Sonuçları	22
2. Yaşam Pozisyonlarının Yaş, Cinsiyet ve Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenlerine Göre Değerlendirilmesi	23
3. Genel Aidiyet Düzeyinin Yaş, Cinsiyet ve Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenlerine Göre Değerlendirilmesi	28
4. Genç Yetişkin Bireylerdeki Genel Aidiyet Düzeyi ile Yaşam Pozisyonu Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	31
Bölüm 5: Tartışma ve Sonuçlar	33
1. Araştırma Sorunlarının Bulgularının Tartışılması	33
2. Sonuçlar	36
3. Öneriler	36
KAYNAKÇA	38
EKLER	45
1. Etik Kurul Onay İzni	46
2. Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu	47
3. Demografik Bilgi Formu	49
4. Genel Aidiyet Ölçeği	51
5. Yaşam Pozisyonları Ölçeği	54

TABLÖLAR LİSTESİ

TABLÖLAR

Tablo 1 Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	18
Tablo 2 Çalışmadaki Ölçekler ve Alt Boyutlarının İstatistiki İncelenmesi	22
Tablo 3 Yaşam Pozisyonlarını Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	23
Tablo 4 Yaşam Pozisyonlarını Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	24
Tablo 5 Yaşam Pozisyonlarını Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	24
Tablo 6 Yaşam Pozisyonlarını Instagram’da Paylaşım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	25
Tablo 7 Yaşam Pozisyonlarını Instagram’da Günlük Vakit Geçirme Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	26
Tablo 8 Yaşam Pozisyonlarını Instagram’ı Kaç Yıldır Kullandığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu.....	27
Tablo 9 Genel Aidiyet Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu.....	28
Tablo 10 Genel Aidiyet Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu.....	29
Tablo 11 Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu.....	29
Tablo 12 Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram’da Paylaşım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu.....	30
Tablo 13 Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram’da Günlük Vakit Geçirme Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu..	30
Tablo 14 Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram’ı Kaç Yıldır Kullandığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu.....	31
Tablo 15 Genel Aidiyet Düzeyi ile Yaşam Pozisyonu Alt Boyutları Arasındaki İlişki.....	31

Bölüm 1

Giriş

Çalışmanın bu bölümünde problem durumu, araştırmanın amacı, araştırma soruları ve araştırmanın önemi anlatılmıştır.

1.1 Problem Durumu

İnsan, gelişimini sürdürebilmek için güvenli bir ortam ve diğer insanlarla etkileşime ihtiyaç duyan sosyal bir varlıktır. Birey, sosyal gruplara katılarak bu ihtiyacını karşılamalı ve kendini bu gruplara ait hissetmelidir. Aidiyet duygusu, her bireyin farklı düzeylerde hissettiği temel bir insan ihtiyacıdır. Bu duygu, sadece bireysel değil aynı zamanda kişilerarası ilişkilerle de ilgili bir konsepttir. Duru (2015), aidiyet duygusunu tanımlarken, “Bireyin içinde bulunduğu çevrede kendisini anlamlı, değerli ve önemli bir parça olarak görmesi.” Sözlerini kullanmıştır. Buna göre, genel aidiyet, bireyin bir sosyal grup veya topluluğa bağlı hissetmesini içerirken, aynı zamanda içinde bulunduğu ortamda kabul gördüğüne ve değerli olduğuna dair öznel bir algıyı da içermektedir. Bireylerin hissettiği aidiyet duygusu onları yalnızlık, yabancılaşma ve sosyal izolasyon gibi durumlardan korur ve psikolojik sağlıkları üzerinde değerli bir katkıya sahiptir (Mellor, Stokes, Firth ve Cummins. 2008).

Dr. Eric Berne tarafından 1950'lerin sonlarına doğru geliştirilmiş bir psikoterapi ve kişisel gelişim kuramı olarak karşımıza çıkan Transaksiyonel Analiz, bireylerin düşünce, his, davranış ve ilişkileri üzerine odaklanan bir yaklaşım sunar ve bu kavramları belirli bir dil ve yapı içerisinde tanımlar. Stewart ve Joines'e (2019) göre Transaksiyonel Analiz sistematik bir psikoterapi ve kişilik kuramı olmasıyla birlikte ayrıca bir iletişim kuramıdır. Dusay'ın (1986) belirttiği gibi, TA insanların psikolojik olarak sağlıklı ve tatmin edici bir yaşam sürmelerini desteklemeyi amaçlayan önemli bir yaklaşımdır. Aynı zamanda kişisel yaşam ve iş ortamı kapsamında sistemlere ve ilişkilere mercek tutarak analiz edilmesinde bir yöntem olarak kullanılabilir (Stewart ve Joines, 2019). Bireyin değişmesini ve gelişmesini amaç olarak edinen ve insanın özüne olumlu yaklaşan insancıl bir kuram olarak öne çıkan TA, bireyin hayatı için vermiş olduğu kararları tekrardan inceleme ve değiştirme kapasitesinin olduğunu savunur ve insanların yeni kararlar verebilmeleri için onları destekler (Akkoyun, 2001; Stewart ve Joines, 2019). Transaksiyonel Analiz, bireylerin düşünce, duygu ve

davranışlarını anlamak ve geliştirmek için kullanılan bir çerçevedir. Böylelikle Transaksiyonel Analiz kuramının bireyi ve toplumu incelerken umutla yaklaştığını ve onların daha iyi bir hata sahip olabilmeleri için onlara rehberlik edebilecek bir kuram olduğunu söyleyebiliriz. Temelde, bireyin içsel dünyası ve çevresi arasındaki etkileşimleri anlamak için kullanılan bir model sunar.

Teknolojinin ilerlemesi gündelik hayatta dijital araç ve hizmetlere ulaşılabilirliği arttırmıştır. Dijital çağ ile internet kullanımının artması, günlük hayat rutinlerinin çevrim içi hale gelmesini desteklemiştir. Sosyal medya günümüzde dijital bir döneme geçiş ile bireylerin daha çok vakit geçirdiği bir platform haline gelmiştir (Lenhart, 2015). Gün içinde yapılan aktivite olarak sosyal ilişkiler kapsamında sayılabilecek kişiler arası iletişim ve etkileşim etkinlikleri de çoğunlukla çevrim içi bir hal almıştır. Sosyal medya, soyut ve dijital bir çevrim içi platform olarak sosyal iletişimin benimsenmesiyle günlük yaşamın önemli bir parçası olmuştur (Bashir ve Bhat, 2017). Öz sunumlarını dijital çağ öncesi sadece çevrim dışı olarak ortaya koyan bireyler, teknolojinin ilerlemesiyle öz sunum ve birbirleriyle iletişime geçme yöntemlerinde sosyal medya gibi çevrim içi araçların kullanımı sıklıkla tercih etmeye başlamıştır. Bireyler sosyal medya platformlarında “kendilerini tanımlayan” profiller üretir ve kişisel bağlantılarıyla ağlar kurarlar (Donath ve Boyd, 2004). Sosyal medya, bireylerin benlik ve kimlik oluşturduğu, kullanıcılar tarafından benimsenen bir temsil aracına dönüşmüştür (Göker, 2015). Sosyal medya, kullanıcılara benliklerini istedikleri gibi sunma olanağı tanıyan yeni denilebilecek teknolojik bir ortamdır (Kavut, 2018). Buna bağlı olarak sosyal medya platformlarının, başkalarına zarar vermemek kaydıyla, kullanıcılara kendilerini yeniden tanımlama alanı sunmaları ve kişisel bağlantılarını istedikleri gibi inşa etmeleri konusunda kendilerini yeniden ifade etmek için özgür bir alan açtığı söylenebilir.

Mevcut araştırma kapsamında sosyal medya uygulaması olarak ele alınan Instagram, We Are Social (2023) Ekim’de yayınlanan rapora göre dünyada hem kadın hem erkek kullanıcıların da favori olarak kullandığı Instagram uygulaması 2. Sırada yer alıyor. Instagram uygulaması ilk olarak 2010 yılında kişilerin kullanımına açık olan ücretsiz fotoğraf paylaşım temelli sosyal medya platformu olarak sunulmuştur. TÜİK’in hazırladığı 2023 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Raporu, 16-74 yaş arasında internet kullanan bireylerin oranının %87.1 ve internet erişimine sahip hane oranının ise %95.5 olduğunu göstermektedir (TÜİK, 2023). We Are Social Global (2023) raporuna bakıldığında, dünya çapında nüfusa göre ortalama

olarak sosyal medya kullanımı %59.4 iken Türkiye’de bu oran %73.1’dir. Dünya çapında sosyal medya kullanan bireyler incelendiğinde ise en %31 oranında 20-30 yaş aralığındaki bireylerin kullandığı bulunmuştur (We Are Social, 2023). Manovich’e (2015) göre, Instagram’ın yüz milyonlarca kullanıcısı tarafından yüzlerce farklı şekilde kullanılmasını göz önünde bulundurduğumuzda Instagram’ın ne olduğu sorusuna tek bir cevap bulmak yetersiz olacaktır. Bunun yerine “Medya tarihi bağlamında Instagram nedir?” sorusunu sormak daha uygundur. Fotoğraf ve video çekilmesine, düzenlemesine, paylaşılmasına, takipçiler tarafından görüntülenmesine, beğenilmesine olanak sağlayan bu platform modern dünya tarihinde önemli bir gelişmedir (2015). Bu platformun gün geçtikçe kullanım özellikleri yenilenmiş ve değişmiştir. Bu platformda artık kişiler fotoğraf paylaşmakla birlikte videolar da paylaşabilmekte, içeriklerine filtreler ekleyebilmekte, abonelerinin olduğu kanallar oluşturabilmekte hem üretici hem de tüketici olarak var olmaktadır. Bununla birlikte gün geçtikçe farklı özelliklerle kendini yenileyen Instagram uygulaması başlangıcından bu yana aynı amacı taşımaktadır: kişiler arası etkileşimi artırmak, görsel paylaşımı teşvik etmek. Bu bilinen amaç ile Instagram’da birlikte kişisel yaşam, moda, kariyer, politika, aktivizm gibi farklı konu başlıklarında içerik üreten bireyler için bu uygulama her kullanıcı için çeşitli, kişisel amaçlar da taşımaktadır. Instagram kişilerin internet ortamında davranışlarına, çevrim içi olarak diğer kişilere istedikleri bir izlenim bırakmalarına ve paylaştıkları fotoğraflar ile iletişimin değişmesine neden olmaktadır (Salderay ve Erten, 2021).

Dijital çağa geçtikten sonra bireylerin psikolojik durumlarının etkilenmesinde çevrim içi platformların etkili olduğu araştırılan bir konudur. Her gün insanların hayatında daha çok yer edinen Instagram uygulaması birçok kullanıcının kişisel yaşamının yansımaları ve profiller arası çeşitli etkileşimleri barındırmaktadır. Bu tür çevrim içi etkileşimlerin bireylerin genel aidiyet düzeylerine ve yaşam pozisyonlarına etkide bulunduğu düşünülebilir. Bununla birlikte araştırmada bağımlı değişken olarak ele alınan genel aidiyet düzeyi ve Transaksyonel Analiz kuramında yer alan yaşam pozisyonları birbirini etkileyen iki ayrı kavramdır. Aidiyet kavramına göre insanlar sosyal ilişkiler kurarlar ve bu kurdukları ilişkilerden kopmak istemezler. Kurdukları ilişkisel bağlar onların hem duygusal hem bilişsel süreçleri üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Baumeister ve Leary, 1995). Buna göre, bireyin genel aidiyetini oluşturmak için kaynak olarak gördüğü duygusal ve bilişsel bir sürecin sonucu olan yaşam pozisyonları aynı zamanda belli bir yaşa kadar da aidiyet düzeyini oluşmasında katkıda

bulunan anılardan da etkilenerek değişime uğrar. Bu araştırmada genç yetişkinlerin genel aidiyet düzeyleri ve Transaksiyonel Analiz Kuramı kavramlarından yaşam pozisyonları onların Instagram kullanım alışkanlıklarına göre incelenmiştir. TA kuramının araştırmaya temel hazırlanmasının ve çerçeve sunmasının en ideali olduğu düşünülmüştür. Bu araştırmanın Transaksiyonel Analiz (TA) kuramıyla olan ilgisi, araştırmaya katılan genç yetişkinlerin Instagram kullanım alışkanlıklarına göre bağımlı değişken olarak ele alınan TA kuramının Yaşam Pozisyonlarının anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığının araştırılmasıdır. Bu kapsamda araştırmada genç yetişkinlerin Instagram kullanım alışkanlıklarının yaşam pozisyonlarını ve genel aidiyet düzeyleriyle olan ilişkisi incelenmiştir.

1.2 Çalışmanın Amacı

Bu çalışma Instagram uygulamasını kullanan genç yetişkinlerin yaşam pozisyonlarını ve genel aidiyet düzeylerini onların Instagram kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre incelemektedir. Ayrıca araştırmada genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek de amaçlanmıştır.

1.3 Araştırma Soruları

Araştırma, Transaksiyonel Analiz yaklaşımı ve bu doğrultuda alan yazını çerçevesinde aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aramaktadır:

1. Genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları onların Instagram kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre farklılaşır mı?
2. Genç yetişkinlerin genel aidiyet düzeyleri onların Instagram kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre farklılaşır mı?
3. Genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.4 Çalışmanın Önemi

Sosyal medya kullanımı ve bireylerin psikolojik durumlarıyla olan ilgisinin araştırıldığı çalışmalara baktığımızda birçok farklı açıdan incelendiği görülmektedir. Son zamanlarda merak edilen bir konu haline gelmiştir. Cretti'nin (2015) araştırma bulgularına göre, çevrim içi blog ve sosyal medya kullanan kadınların kıskançlık duygularının artması, yaşam doyumları ve benlik saygılarının azalmasıyla ilişkilidir. Başka bir araştırmada ise, Instagram kullanım yoğunluğu ile kişisel iyilik hali (depresyon, kaygı ve stres) arasında güçlü ve pozitif bir ilişki gözlemlenmiştir; aynı zamanda bu kullanımın öz şefkatle negatif bir ilişkisi olduğu ortaya koyulmuştur (Keyte, Mullis, Egan, Hussain, Cook ve Mantzios, 2021). Buna ek olarak bir diğer araştırma ise bireylerin internet ve sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri vaktin artmasının bireylerin stres, kaygı, depresyon ve yalnızlık düzeylerinin artmasıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Banjanin, Banjanin, Dimitrijevic ve Pantic, 2015). Coyne, Padilla-Walker ve Howard (2013)'ın çalışmasına göre, sosyal medya kullanım motivasyonları kapsamında ana faktör olarak gerçeklerden kaçma, günlük hayattan uzaklaşma olduğu belirtilmektedir. Deters ve Mehl'in (2013) araştırmasında, genç yetişkinlerin bir başka sosyal medya platformu olan Facebook'da artan durum güncellemelerinin onların yalnızlık düzeylerini azalttığını ve bu düşüşün kullanıcıların günlük olarak arkadaşlarıyla daha bağlı hissetmeleriyle alakalı olduğu bulunmuştur. Araştırmalardan yola çıkarak sosyal medyanın psikolojimizle olan ilişkisinin hem negatif hem de pozitif yönlü olduğunu belirtebiliriz.

Her insanın hem kendisini hem de çevresindeki insanları değerli görmesi gerektiğini belirten Transaksiyonel Analiz Kuramı (Akkoyun, 2001; akt. Karababa; 2016, Akbağ, 2000) penceresinden sosyal medya kullanımı alışkanlıkları incelendiğinde bireylerin psikolojik olarak nasıl etkilendiklerinin daha iyi açıklanabileceği düşünülmüştür. Bireyin kendisi ve çevresiyle olan konumlandırmasını inceleyen Yaşam Pozisyonları kavramı tam olarak bu araştırma için çok değerlidir. Araştırma kapsamında bireylerin Instagram kullanım alışkanlıklarında kendilerini ve çevrelerindeki kişileri ne kadar değerli görüp görmediklerini yaşam pozisyonları incelenerek açıklanacaktır. Genel Aidiyetlik kavramıyla da bireylerin Instagram ile kurdukları bağların onların içinde bulundukları toplum içerisinde hissettikleri aidiyetlik duyguları araştırılacaktır.

1.5 Tanımlar

Transaksiyonel Analiz: Bireyi iletişim, gelişim ve psikopatoloji gibi alanlarda inceleyen bir kuramdır. Bu kuram bireyleri insancıl bakış açısıyla ele almaktadır. Dilimizde karşılığı ‘İşlemsel Çözümleme Yaklaşımı’ olan Eric Berne’ün geliştirdiği Transaksiyonel Analiz (TA) insan ilişkilerinin analizinde kullanılmaktadır (Akkoyun, 2001; Stewart ve Joines, 2019).

Yaşam Pozisyonları: Stewart ve Joines’in sözleriyle, yaşam pozisyonları bireyin öz değerlerinden yola çıkarak kendisini ve çevresindeki kişileri algılamak sergilediği temel duruşu göstermektedir. Çocukluk dönemlerinde benimsenen pozisyonla birey, yaşamının geri kalanını bu pozisyona uygun şekilde kurgulamaktadır (2019). Bu açıdan baktığımızda çocukluk dönemi yaşantıları, anne ve baba ilişkileri ve çevresiyle olan sosyal etkileşimleri yetişkin döneminde önemli derecede etkiye sahiptir. Sosyal medya ise Göker’in (2015) belirttiği gibi, çoğunlukla benlik ve kimlik üretimi konusunda kullanıcılar tarafından bir temsil aracı haline gelmiştir. Araştırmanın hedef kitlesi olan genç yetişkinlerin benimsedikleri yaşam pozisyonları Boholst (2002) tarafından geliştirilen ölçek ve İşgör, Kaygusuz ve Özpolat (2012) tarafından Türkçeye uyarlanan Yaşam Pozisyonları Ölçeği uygulanarak tespit edilmiştir.

Genel Aidiyetlik: Aidiyetlik hissi bireylerin temel duygusal ihtiyacı olan başkaları tarafından kabul edilmeyi ve bir grubun parçası olmayı işaret eder (Maslow, 1968). Duru’ya (2015) göre, aidiyet gereksinimi kişilerarası ilişkiler çerçevesinde doyurulabilir. Bununla birlikte insanlar aidiyet gereksinimlerini doyururlarken birbirlerinden farklılaşmaktadırlar: Anlamlı ve anlamsız ilişkiler içinde olmak, farklı sıklıkta duygusal ve sosyal ilişkilerin içinde olmak (2015). Araştırma kapsamında katılımcıların aidiyetlik hissini ölçmek için Malone, Pillow ve Osman tarafından 2012 yılında geliştirilen Genel Aidiyet Ölçeği kullanılmıştır.

Sosyal Medya: Sosyal medya dijital çağın önemli ve en güncel iletişim araçlarından biri haline geldi. Sosyal medyanın kapsayıcı bir alan olduğunu belirterek, insanların bilgi alışverişinde bulunmaları için gerçek zamanlı olarak birbirleriyle bağlanmalarına, iletişim kurmalarına ve etkileşim oluşturmalarına olanak veren bir internet teknolojisi (Te Kaunihera Tapuhi o Aotearoa/Nursing Council of New Zealand, 2013) olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal medya, bireylerin kendilerine ait profilleri açık veya yarı açık bir biçimde oluşturarak, bu profiller aracılığıyla diğer bireylerle bağlantı kurmalarını ve dosya paylaşımında bulunmalarını mümkün kılan, “kişilerin profillerini gösteren web tabanlı hizmetler” tanımlanmaktadır (Ayan, 2016).

Araştırma kapsamında genç yetişkinlerin We Are Social (2023) raporuna göre, Türkiye’de 48.65 milyon kullanıcıya sahip olan sosyal medya platformu Instagram’ı nasıl kullandıklarını ve diğerk değişkenlere olan etkisini analiz edebilmek için Demografik Bilgiler Formunda araştırmacı tarafından oluşturulan sorular: Instagram kullanım alışkanlıkları, Instagram’da hangi sıklıkta gönderi paylaştıkları, Instagram’da günlük vakit geçirme süreleri ve kaç yıldır Instagram’da oldukları, kullanılmıştır.

Bölüm 2

Alan Yazın Taraması

Bu bölümde Transaksiyonel Analiz kuramı kavramı olarak yaşam pozisyonları, genel aidiyet, sosyal medya değişkenlerinin ulusal ve uluslararası tanımlarının yanı sıra bu değişkenlerin kullanıldığı araştırma bulguları detaylı bir biçimde aktarılmaktadır.

2.1 Transaksiyonel Analiz ve Yaşam Pozisyonları

Bu bölümde Transaksiyonel Analiz (TA) kuramının genel tanımı ve yaşam pozisyonları ayrıntılı olarak anlatılacaktır.

2.1.1 Transaksiyonel Analiz genel tanımı. Transaksiyonel Analiz bireyin değişimini ve gelişimini amaçlayan ve bu yolda anlaşılır, uygulanabilir bir destek sunan kişilik kuramıdır. Transaksiyonel Analiz insanların psikolojik yapılarının nasıl olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Stewart ve Joines, 2019). Eric Berne tarafından oluşturulan TA bireyler arası sosyal ilişkinin yapısını ve değerini vurgulamaktadır (Akbağ, 2000). Uluslararası Transaksiyonel Analiz Derneği, Transaksiyonel Analizi insanın bireysel olarak gelişimi ve değişimini mümkün kılmayı amaçlayan, sistematik bir yaklaşımı olan, bireysel bir kuram olarak tanımlamaktadır (Stewart, 2017).

İnsanların davranışlarının sebeplerini anlamaya çalışmak her zaman ilginç bir konu olmuştur. Bu merak, psikiyatrist Eric Berne'i, Transaksiyonel Analiz (TA) adlı bir kuram geliştirmeye yönlendirmiştir. Berne'in hikayesi, tıp eğitimi almış bir doktor olarak başlamıştır. Psikiyatrideki deneyimleri ve grup terapisi çalışmaları, ona insanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduğu konusunda önemli gözlemler yapmasında yardımcı olmuştur. Bu gözlemler sayesinde, insan davranışlarını açıklamak ve anlamak için yeni bir yolu keşfetmiştir. Berne Transaksiyonel Analiz kavramını oluştururken matematikçi John von Neumann'ın oyun teorisinden etkilenmiştir. Berne, bu teoriyi kullanarak Transaksiyonel Analiz'in temel kavramlarını geliştirmiştir. Bu kavramlar arasında, insan davranışlarını anlamak için

kullanılan "ego durumları" bulunmaktadır. Berne, bu kavramlarını 1960'larda yayımladığı "Transactional Analysis in Psychotherapy" adlı kitabında geniş bir kitleyle paylaşmıştır. Transaksiyonel Analiz, o günden bu yana psikoterapi, eğitim ve liderlik gelişimi gibi birçok alanda kullanılan etkili bir model haline gelmiştir.

TA düşünce sistemi, insanlar, yaşam ve değişimin amacı hakkında ortaya konan üç temel inançtan oluşmaktadır. Birinci inanç, tüm bireylerin okey olduğunu yani değerli ve anlamlı olduğunu belirtir. Bu önemli bakış açısına göre, her insan, kendini kabul etme ve karşısındaki kişinin varlığını saygıyla karşılama yoluyla hem kendisini hem de karşısındakini değerli olarak kabul eder. Yani, insanların özlerine odaklanır, davranışlarını her zaman onaylamasa da özüne bakmayı tercih eder ve gelişme kapasitesini önemse. Bu inanç ile her bireyin birbiriyle eşit olduğunu savunmaktadır. İkinci inanç ise, bir beyin hasarı durumu dışında, tüm bireylerin düşünme kapasitesine sahip olduğunu ve her bireyin istediği konuda karar alma sorumluluğunu taşıdığını ifade eder. Böylelikle, bireylerin kendi kararlarının sonuçlarını yaşadıklarını söyleyebiliriz. Transaksiyonel Analiz bu inanç ile bireylerin kendi hayatları için karar alma kapasitelerini güvenerek onları hayatta etken bir hale dönüştürme amacı taşımaktadır. Üçüncü TA inanç ise, insanların kendi kaderlerini belirleyen kararlar alabilecekleri, ancak bu kararların değişmez olmadığıdır. Bireyler hayatta her koşul ve durumda belli kararlar almak zorunda kalır, bu kararlar kişilerin kendi tercihleri olmasıyla birlikte asla değiştirilemez değildir. Çünkü yaşam sürmekte ve değişmektedir ve bireylerde bu akışın içerisinde her an yeni tercihlerle yaşamlarına yön verebilirler. Bu 3 inanç ile Transaksiyonel Analiz kuramı kişinin kendi hayatıyla ilgili sorumluluk duygusunu öz-değerini vurgular.

2.1.2 Yaşam pozisyonları. Yaşam pozisyonları temel olarak bireyin psikolojik bir durumu ifade ederken, bireyin kendisine ve çevresine dair etkileşimlerini kapsamalarının yanı sıra duygu, düşünce ve davranışlarını da kapsayan bir kavramdır. Bu pozisyonlar, bireyin kendisine ve başkalarına dair bakış açılarını, duygusal tepkilerini, düşünce süreçlerini ve davranışlarını içerir. Akkoyun'un (2001) belirttiği gibi, yaşam pozisyonu, bir kişinin kararlarını ve seçimlerini açıklamak için temel bir anlayış olarak kullanılır.

Eric Berne'e (1962) göre, bireyin çevresiyle kurduğu ilişki dolayısıyla kendisini ve çevresini olumlu veya olumsuz bir şekilde algılama eğilimine bağlı olarak varoluşsal bir yaşam pozisyonunu belirler. Steiner (1974), bu ilk yaşam pozisyonunu

"Ben okey'im-Sen okey'sin" olarak adlandırır ve bunu Erikson'un temel güven duygusuyla özdeşleştirir (Akt. Akkoyun, 2001).

Harris'in (2014) açıkladığı gibi, fiziksel doğumla birlikte psikolojik doğum da gerçekleşir. Bebeğin doğumla birlikte sevilmesi, kucaklanması gibi temaslar ona ilk olarak "Ben okey'im"i deneyimletir. Bebek büyüdükçe ve çevresiyle temaslar kurdukça bu yaşam pozisyonu bir zamana kadar değişecek ve kesinleşecektir. Yaşamının ilk yılının sonunda yaşam pozisyonu genellikle "Ben okey değilim-sen okey'sin" şeklinde bir geçici kararla sonlanır. Bebeğin İkinci yaşının sonunda ise bu karar ya devam eder ya da "Ben okey'im-sen okey değilsin" kararıyla değiştirilir. Burada en önemli olan nokta çocuğun özellikle annesinden aldığı temas iletileridir ve bağlı olarak "Ben okey'im" veya "Ben okey değilim" duygularını sürekli olarak günceller. Bu duygusal deneyimler, çocuğun yaşam pozisyonlarını belirlemesinde temel bir rol oynar.

"Ben okey'im-Sen okey değilsin", "Ben okey değilim-Sen okey'sin", ve "Ben okey değilim-Sen okey değilsin" konumları, bireyin erken yaşam evrelerinde sorgulamadan deneyimlediği pozisyonlardır. Öte yandan, "Ben okey'im-Sen okey'sin" konumu, bireyin bilinçli bir şekilde eylem gerektirerek kendisi için belirlediği bir pozisyonudur. İlk üç konum, temel olarak duygusal yönü esas alırken, "Ben okey'im-Sen okey'sin" konumu, bireyin kendisinin pro aktif yanını ortaya çıkarır. Birey, kendisi ve çevresiyle ilgili daha fazla bilgi edindikçe, yaşamının değişebileceği yönde inanç geliştirebilir ve bunu sorumluluk alarak eyleme döker. Birey yetişkin ego durumunun gelişimiyle birlikte "Ben okey'im-Sen okey'sin" pozisyonunu bilinçli bir şekilde seçebilir.

2.1.2.1 Ben okey değilim-sen okey'sin. Doğum ve bebeklik durumuyla ortaya çıkan bu pozisyona, erken çocukluk döneminin en doğal pozisyonudur. Bebek doğduğunda temel ihtiyaçlarını giderebilmesi için doğal olarak ebeveynlerine ihtiyaç duyar. Yaşamda devamlılık sağlamak için bir başkasına ihtiyaç duyması pozisyonun 'ben' tarafının 'Okey değil', 'sen' tarafının 'Okey' olmasına ortam hazırlar. Çocuk çevresindeki yetişkinlere göre fiziksel olarak küçük, onlara bağlı olarak değerlendirmekte ve kendisini kaçınılmaz olarak aşağı ve aciz konumda algılamaktadır (Harris, 2014). Bu pozisyon bebeğin çevresiyle kurduğu etkileşim ile değişebilmektedir ancak değişmediği takdirde çevresindeki kişilerle kendilerini kıyasladıkları zaman bu bireyler kendilerini daha aciz ve güçsüz hissedeler. Bu

pozisyonda etkili olan benim yaşamım değerli değildir inancıdır (Altıntaş ve Gültekin, 2003).

2.1.2.2 Ben okey değilim-sen okey değilsin. İlk yaşı sonuna doğru, çocuk fiziksel olarak da geliştirerek kendi içindeki özgürlük duygusunu artırır; hareketliliği arttıkça, onu belirli bir noktadan alıp götürmek yerine kendi hareket etme kabiliyetine sahip olur. Ancak, bu dönemdeki fiziksel temasın kesilmesi, çocuğun rahatlığını olumsuz etkileyebilir. Eğer bu temasın azalması ikinci yıl boyunca sevgi dolu temalarla telafi edilmezse çocuk kendisi için "Ben okey değilim-Sen okey değilsin" şeklinde bir pozisyona varmasıyla sonuçlanır (Harris, 2014: 80). Bu süreç çocuk tarafından terk edilme gibi algılanabilir. Yaşamdaki ilgilerini kaybeden çocuklar umutsuzluk başa ederek yaşamaya devam etmeye çalışırlar.

2.1.2.3 Ben okey'im-sen okey değilsin. Büyürken çevresindeki yetişkinlerden uzun süre kötü davranış ve tutumlara maruz kalan çocuklar "Ben okey'im-Sen okey değilsin" pozisyonuna geçebilirler. Bu pozisyonun içinde kişinin kendisi için "OK olma" durumu olsa da birey sağlıklı deneyimlerle bu pozisyona gelmemiştir. Çünkü bununla birlikte karşısındakini okey değilsin olarak görmektedir. Örnek olarak uzun süre boyunca fiziksel şiddet gören, çevresindekiler tarafından örselenen çocuk yalnız kaldığında bir rahatlama hisseder. Harris (2014), bu rahatlama hissini iyi bir duygu olarak, çocuk tek başına kaldığında "Ben okey'im" duygusu olarak tanımlamıştır.

Bu pozisyondaki kişilerin genel olarak davranışlarında problemlerinin kaynaklarını başkalarına bağlama, etrafındaki kişileri suçlama, onları eleştirme ve aşağılama gibi tutumlar görülür. Bu pozisyondaki kişiler karşılarındaki kişilere öfkelenerek ve onları aciz görerek onların kötü olduklarını düşünerek kendilerinin okey pozisyonlarını pekiştirirler. Kendisinin iyi olduğuna dair inancının hep hissedebilmek için ezilmişlik duygusuna da ihtiyaçları vardır (Corey, 2009).

2.1.2.4 Ben okey'im-sen okey'sin. Bu pozisyondaki bireyler, çevre tarafından temel insan değerlerine, saygınlığa ve erdeme sahip olduklarına inanılır. Bu pozisyondaki bireyin olumlu yönü kişinin özüne dayanmaktadır. Bu pozisyonun öne çıkan karakteristik özelliklerinde güven, açık iletişim, koşulsuz kabul vardır. Ayrıca, bu pozisyondaki bireylerin sadece kazanan değil, aynı zamanda kaybeden profilleri de bulunmaktadır (Corey, 2009). Bu pozisyondaki bireyler mantıklı kararlar alarak kendisi ve çevresiyle ilgili sorunları yapıcı bir yaklaşımla çözebilir ve kendilerinden beklediklerini gerçekleştirebilirler (İşgör vd., 2012).

2.2 Genel Aidiyet

Bu bölümde öncelikle genel aidiyet değişkeninin ulusal ve uluslararası tanımlarının yanı sıra bu değişkenin kullanıldığı araştırma bulgularına detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

2.2.1 Genel aidiyet genel tanımı. Aidiyet hissi, bireyin bir topluluğa, ortama, gruba, kuruma ya da topluma ait olma duygusunu ifade eden temel bir duygudur (Duru, 2015). Bu zamana kadar yapılan araştırmalar ve çalışmalar incelendiğinde, aidiyet duygusu iki temel özelliği ile öne çıkmaktadır:

1.“Birey çevresindeki diğer insanlar, gruplar, nesneler, organizasyonlar tarafından kendisine değer verildiğini, kendisine ihtiyaç duyulduğunu veya kendisinin önemli olduğunu hisseder.” (Hagerty, Lynch-Sauer, Patusky, Bouwsema ve Collier, 1992).

2.“Birey, çevresiyle paylaştıkları veya tamamlayıcı olarak rol aldığı özellikleri aracılığıyla diğer insanlarla, gruplarla, nesnelerle, organizasyonlarla uyum içerisinde.” (Hagerty vd.,1992).

Bu tanım incelendiğinde aidiyet hissini bir boyutunun bireyin içinde bulunduğu toplumda kendisini değerli hissetmesinin olduğu, ikinci boyut olarak ise varoluşuyla içinde bulunduğu toplumu tamamlaması ve toplumunda onun varoluşuna katkıda bulunması olduğunu söylenebilir.

Aidiyet denince akla ilk gelen Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ve temel insan ihtiyaçları kategorileri olabilir. Ait olmak, insanın evrensel bir özelliğidir ve temel bir insan ihtiyacıdır (Maslow, 1970). Maslow (1943) ’un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üçüncü basamağında aidiyet hissi yer almaktadır. Bu hiyerarşiye bakıldığında bireyin temel fizyolojik gereksinimleri ve güvenlik ihtiyacından sonra en önemli ihtiyacı ait olmaktır. Birey aitlik hissini yaşamak için yaşamda çaba gösterir. Her birey farklı düzeylerde ait olma ihtiyacı hissedebilir ve bu ihtiyacı çevresindeki diğer bireylerle etkileşime girerek doyum sağlayabilir (Büyükalim, 2020).

Kişilik kuramlarına bakıldığında Adler’in Bireysel Psikoloji kuramının öne çıkan kavramlarından biri sosyal ilgi kavramıdır. Adler sosyal ilgi kavramını açıklarken, ait olma ve sevgi ihtiyacına vurgu yapmaktadır. Sosyal ilgi kavramı, kişinin kendisini toplumun bir üyesi ve topluma ait hissetmesi olarak betimlenebilir. Adler’e göre bireyin yaşama verdiği anlamın gerçek bir anlam haline gelebilmesinin

önemli bir aşaması bireyin kendi gerçekliğini kişilerarası ilişkiler kapsamında oluşturması gerekmektedir (1931). Buna dayanarak Adler (1931), insanın üç temel yaşam görevini şu sözlerle anlatır: “Yaşam demek, insanlara ilgi göstermek, bütünü bir parçası olmak, elden geldiğince insanlığın esenliğine katkıda bulunmaktadır.” ‘Bütünü bir parçası olmak’ ifadesi, aidiyet hissini tanımladığı söylenebilir.

Aidiyet hissi ile ilgili çalışan ve görüşleri olan bir diğer kuramcı ise Erikson’dur. Erikson, Psikososyal Gelişim Teorisi’nde bireylerin gelişim sürecinin sekiz farklı evreden oluştuğunu söyler. Bu evrelerin her birinden geçerek birey büyümek ve gelişmektedir. Bu evrelerden aitlik hissi ile ilgili olan, ergenlik döneminde yaşanan kimlik karmaşasından sonra ortaya çıkan yakınlığa karşı yalıtılmışlık evresidir. Bu evrede genç yetişkinin sağlıklı bir şekilde büyümesi ve gelişmesi için sevme-sevilme ve ait olma ihtiyacını karşılayacak deneyimler önemli rol oynar. Bu gibi deneyimlerden yoksun olan genç yetişkinler evredeki krizi atlatabilir, yalnızlık ve yalıtılmışlık hislerinin ortaya çıkması muhtemel olabilir (Demir, 2016).

Bireyler, olumlu ilişkiler kuramadıklarında kendilerini yalnız, sinirli, depresif ve kaygılı hissedebilirler (Hackenbracht ve Gasper, 2013). Bu tür durumlarda, kendilerini yenilgiye düşüren davranışlarda bulunarak kaçma eğiliminde olurlar. İçinde bulundupu sosyal ortamla uyum sorunları yaşayan ve kendini yalnız hisseden bireyler, topluluklara, gruplara veya çevrelere adapte olma zorluğu yaşadıkları için, sosyal aidiyet ihtiyaçlarını genellikle çevrimiçi platformlardan elde etmeye çalışabilirler (Üngüren & Tekin, 2023). Sosyal medya uygulamaları ise bireylerin yeni bir kimlik oluşturabildikleri, sosyal onay alabildikleri, düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri ve sohbet edebildikleri platformlar olarak bireylerin kaçış yöntemlerinden biri olarak belirtilebilir.

Dünyamızın dijital bir çağda olduğunu belirterek bireylerin ait olma ihtiyaçlarını giderebilmek için dijital platformlarda başka profillerle etkileşim içerisine girmeleri bir çaba olarak görülebilir. Literatüre bakıldığında ilk olarak teknoloji bu kadar ileride değilken bireylerin sahip oldukları sosyal kaynakları ve ortamları toplumun bir parçası olarak hissetmek amacıyla kullanması çok temel bir davranıştır. Aynı şekilde dijital dünyanın da sunduğu yeni çevrim içi platformlarda da bireylerin bu çabayı göstermesinin kaçınılmaz olduğu düşünülebilir. Buna göre, günümüzde bireyler ait hissetmek için Instagram gibi çevrim içi uygulamaların bir araç olduğu ve bireylere alan sağladığı söylenebilir.

2.3 Sosyal Medya ve Instagram

Bu bölümde sosyal medya ve Instagram kullanım alışkanlıkları değişkeninin ulusal ve uluslararası tanımlarının yanı sıra bu değişkenlerin kullanıldığı araştırma bulgularına detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

2.3.1 Sosyal medya genel tanımı. Teknolojinin hızlı evrimiyle birlikte, bireyler artık diğer kişilerle ve kurumlarla daha aktif bir etkileşim içinde olabilmekte ve sadece tüketici rolünden çıkarak üretimde bulunma, iletişim kurma ve fikirlerini rahatça ifade etme imkanı bulmaktadırlar. Teknolojideki bu gelişimle birlikte bireylerin etkileşim içinde bulundukları bu uygulamalar sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya kavramının iki temel bileşeni olarak, internet teknolojisi ve sosyal etkileşim kavramlarından bahsedilebilir. Sosyal medya olgusu için literatürde farklı tanımlar yapılmaktadır. Oğuz (2012)'a göre sosyal medya, tüketicilerine etkileşim olanağı sağlayarak düşüncelerini, fikirlerini paylaşımlarına alan tanıyan ve internet ortamında büyük bir veri tabanı olan genel bir kavramdır. "Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin internet kullanıcıları arasında paylaşıldığı ve daha fazla etkileşim ortamı sunulduğu çevrimiçi uygulamalar 'sosyal medya' olarak tanımlanmaktadır" (Çalışır ve Çakıcı, 2015). Boyd ve Ellison (2007)'a göre sosyal medya, bilgi teknolojisinin ilerlemesi sayesinde tüketicilerin etkileşimde bulunduğu tüm hizmet ve platformların toplamıdır. "Bilginin, farklı bakışların/düşüncelerin ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak sağlayan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır da denilmektedir" (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). "Kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terim olarak da karşımıza çıkmaktadır" (Veysel ve Aydın, 2014).

Literatürde bulunan tanımlar doğrultusunda sosyal medya, zaman ve mekân fark etmeksizin internetin erişiminin olduğu her teknolojik alette kullanıcıların etkileşim içerisinde olmasını sağlayan bir iletişim platformu olduğu söylenebilir.

Bireylerin, diğer bireylerle çok yönlü iletişim kurmaları, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte giderek hızlanmakta ve artmaktadır. İnternet öncesi dönemde bir gün içinde girilebilecek sosyal etkileşim sayısı internetin ve sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla artmıştır. Böylelikle sosyal medyanın sağladığı hız ve iletişim alanı

aracılığıyla gün içerisinde birçok kez sosyal etkileşime girildiği söylenebilir. Teknolojik gelişmelerle birlikte zaman içerisinde sosyal medya içerisinde bulunan platformlar da birtakım özelliklerine göre çeşitlilik göstermektedir. İlgili alanyazın incelendiğinde sosyal medya platformları çok farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Antony (2008)'e göre sosyal medya platformları sosyal ağlar, blog ve mikrobloglar, wikiler, podcastler, forumlar ve içerik toplulukları olarak kategorize edilmektedir. Her bir platform farklı özellikleri kullanıcılarına tanıtarak çeşitli dışavurum ve etkileşim yöntemleri sunmaktadır. Örnek olarak, kullanıcılar bu çeşitli platformlarda içerik oluştururlarken fotoğraflar, videolar, ses kayıtları, yazılar gibi birçok etkileşim aracını sosyal medya uygulamasına göre birlikte veya tek olarak kullanabilmektedirler. Sosyal medya platformları içerisinde yer alan Instagram uygulaması da We Are Social (2023)'e göre Türkiye'de en çok kullanılan 3. sosyal medya uygulamasıdır. Bu araştırma kapsamında araştırmaya katılanların verileri sadece Instagram uygulaması özelinde toplanmıştır.

2.3.2 Instagram genel tanımı. Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından geliştirilen ve 2010 yılında piyasaya sürülen bir mobil fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. Bu platform, kullanıcıların yüksek kalitede fotoğraflar çekmelerine, bu fotoğrafları dijital filtrelerle özelleştirmelerine ve sosyal medya üzerinden paylaşımlarına olanak tanımıştır.

Uygulamanın başarısının arkasında, kullanıcılara sunduğu benzersiz özellikler ve kullanıcı dostu arayüzü bulunmaktadır. Özellikle, Instagram'ın sunduğu filtreleme seçenekleri ve kolay paylaşım mekanizması, kullanıcıların kendi yaratıcılıklarını ifade etmelerini ve görsel hikayelerini anında geniş kitlelerle paylaşımlarını mümkün kılmıştır.

2012 yılında, Facebook'un Instagram'ı satın almasıyla platformun erişim ve etki alanı genişlemiştir. Bu stratejik birleşme, Instagram'ın teknolojik altyapısını güçlendirmiş, reklamcılık potansiyelini artırmış ve global çapta milyonlarca kullanıcıya ulaşmasını sağlamıştır. Ayrıca, Facebook'un sahip olduğu kaynaklar ve uzmanlık, Instagram'ın kullanıcı deneyimini zenginleştirmiş ve platformun sürekli olarak yenilenmesini desteklemiştir. 2017 ve 2018 yılları arasında da kullanıcı sayısının ciddi şekilde artması, bu platformun dünya genelinde önem kazandığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Instagram'ın gelişimi, teknolojik inovasyonun sosyal medya platformları üzerindeki dönüştürücü etkisini gösteren bir örnektir. Kullanıcı odaklı yaklaşımı, sürekli yenilikçi özellikler sunması ve stratejik ortaklıklarıyla Instagram, dijital çağın en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biri haline gelmiştir.

Bölüm 3

Yöntem

Bu bölüm araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve katılımcı grubu, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve araştırmanın sınırlılıklarını içermektedir.

3.1 Araştırma Modeli

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden olan ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada bir durum tespiti yapılması amaçlandığı için ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama modellerinde amaç, geçmişte ortaya çıkmış ya da halen devam eden durumları betimlemektir. Araştırma konusu kapsamında katılım gösteren bireyler, durumlar ya da nesneler, herhangi bir değişikliğe uğramadan ve araştırmacı tarafından sonuca yönelik dışarıdan etki içermeden kendi koşulları içerisinde mevcut durumu inceleyip, ortaya koymaktır. İlişkisel tarama modeli ise iki ya da daha fazla değişkenin beraber ortaya çıkan değişimlerinin var olup olmadığını, eğer varsa derecelerini ortaya koyar (Karasar, 2016). Bu doğrultuda, bu araştırma kapsamında genç yetişkin bireylerin Transaksyonel Analiz kavramlarından hareketle yaşam pozisyonlarının ve genel aidiyet düzeylerinin onların Instagram kullanım alışkanlıklarına, cinsiyetlerine ve yaşlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmesi amaçlanmıştır.

3.2 Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki 18-30 yaş aralığındaki genç yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise çalışmaya katılmayı gönüllü bireyler oluşturmuştur. 18 yaş altı ve 30 yaş üstü bireyler araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu araştırmada veri toplama aşamasında kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 318 genç yetişkin bireyin 255'i (%80.2) kadın ve 63'ü (%19.8) erkeklerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında Beliren Yetişkin olarak belirtilen 18-25 yaş grubunda 190 birey (%59.7) Genç Yetişkin olarak belirtilen 25-30 yaş grubunda ise 128 birey (%40.3) yer almaktadır. Araştırmaya katılan

katılımcıların demografik bilgi form aracılığıyla elde edilen cinsiyet ve yaş verileri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

		n	%
	Kadın	255	82.2
Cinsiyet	Erkek	63	19.8
	Toplam	318	100.0
	Beliren Yetişkin (18-25)	190	59.7
Yaş	Genç Yetişkin (25-30)	128	40.3
	Toplam	318	100.0

3.3 Verilerin Toplanması

Araştırma sürecinde katılımcılardan onay alınarak demografik bilgi formu, Genel Aidiyet Ölçeği, Yaşam Pozisyonları Ölçeği katılımcılara uygulanmıştır.

3.3.1 Veri toplama araçları. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu, Genel Aidiyet Ölçeği, Yaşam Pozisyonları Ölçeği kullanılmıştır. Aşağıda bu veri toplama araçları ayrıntılı bir şekilde sunulmaktadır.

3.3.1.1 Demografik bilgi formu. Demografik bilgi formu literatür ve bilgi birikimlerine dayanarak araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Bu form ilk aşamada araştırmaya gönüllü olarak katılan katılımcıların doğum yılı, cinsiyet bilgilerini; 2.

aşamada ise bir sosyal medya uygulaması olarak Instagram kullanımı kapsamında, kullanım alışkanlıkları, gönderi paylaşım sıklığı, Instagram’da vakit geçirme süresi, kaç yıldır Instagram kullandıkları bilgilerini içermektedir. Bu bilgiler araştırmanın amacına yönelik olarak belirlenmiştir. (Bakınız Ek3).

3.3.1.2 Genel aidiyet ölçeği. Genel Aidiyet Ölçeği Malone vd. (2012) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin ülkemizde psikometrik çalışmaları Duru (2015) tarafından 2011- 2012 eğitim öğretim yılının 2. Döneminde Pamukkale Üniversitesi’nin PDR, Okul Öncesi, İngilizce, Sınıf ve Fen Bilgisi Öğretmenliği bölümlerinde öğrenim gören 442 öğrenci ile yapılarak kültürümüze uyarlanmıştır. Güvenirlik ve geçerlik çalışmaları açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yöntemleriyle yapılmıştır. Ki Kare ve Pearson Korelasyon yöntemleri kullanılmıştır. Yapılan çalışmaya göre Genel Aidiyet Ölçeği’nin iç tutarlık kat sayısı .92 çıkmıştır. Ölçek 12 maddeli ve 7’li likert tipinde (Kesinlikle Katılmıyorum’dan başlayarak Tamamen Katılıyorum’a devam eden) bir ölçektir. Ölçek iki boyutta değerlendirilmektedir. Bu boyutlar Kabul Edilme ve Reddedilmedir. Ölçeğin reddedilme boyutunun maddeleri ters çevrilerek genel aidiyet puanına ulaşılabilir ve tek boyutlu bir ölçek olarak da kullanılabilir. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizine göre ölçeğin iki boyutlu yapısı desteklenmektedir. Bu araştırma kapsamında ölçek tek alt boyutlu olarak analiz aşamasında kullanılmıştır. (Bakınız Ek4).

3.3.1.3 Yaşam pozisyonları ölçeği. Katılımcıların yaşam pozisyonları düzeylerini belirlemek için Boholst (2002) tarafından geliştirilen ve İşgör vd. (2012) tarafından Türkçeye uyarlanan “Yaşam Pozisyonları Ölçeği” kullanılmıştır. 5’li likert tipi olan ölçek 20 maddeden oluşmaktadır. Her alt boyutta 5’er madde olmak üzere ölçek toplam dört alt boyuttan (1. “Ben okey değilim-Sen okey’sin”, 2. “Ben okey değilim-Sen okey değilsin”, 3. “Ben okey’im-Sen okey değilsin” ve 4. “Ben okey’im-Sen okey’sin”) oluşmaktadır. Ölçeğin uyarlama çalışmasında tüm ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .84 olarak hesaplanırken, Ben okey değilim alt boyutu için .96, Sen okey değilsin alt boyutu için .94, Ben okey’im alt boyutu için .97 ve Sen okey’sin alt boyutu için ise .94 iç tutarlılık katsayılarına ulaşılmıştır. Test-tekrar test güvenirlilik katsayısı tüm ölçek için .81 olarak hesaplanırken, Ben okey değilim alt boyutu için .73, Sen okey değilsin alt boyutu için .72, Ben okey’im alt boyutu için .75 ve Sen okey’sin alt boyutu için ise .80 olarak bulunmuştur. (Bakınız Ek5).

3.3.2 Veri analiz işlemleri. Bu araştırmadaki tüm analiz işlemlerinde SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 26.0 programı kullanılmıştır.

Genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonlarının alt boyutlarının sosyal medya kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için bir dizi Tek Yönlü MANOVA (Tek Yönlü Çok Değişkenli Varyans Analizi) uygulanmıştır.

Genç yetişkin bireylerin genel aidiyet düzeylerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına, cinsiyetlerine ve yaşlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için bir dizi Tek Yönlü ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) uygulanmıştır.

Genç yetişkin bireylerin her bir yaşam pozisyonu ile genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Çoklu Korelasyon Analizi (Pearson Momentler Çarpımı) yapılmıştır.

Yapılan tüm analizlerin gerektirdiği önkoşullar analizler öncesi kontrol edilmiş ve her bir analiz için gereken ilgili koşullarının tümünün sağlandığı tespit edilmiştir. Tüm verilerin anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ düzeyinde sınanmıştır.

Araştırma kapsamında bağımsız değişken olarak ele alınan Instagram kullanım alışkanlıkları kapsamında katılımcılara iletilen 4 sorudan alınan veriler kategorik olarak ele alınmıştır. Buna göre, ilk olarak “Aşağıdakilerden hangisi Instagram kullanım alışkanlıklarınızdandır?” sorusu ile katılımcılar birden fazla kullanım alışkanlığı seçebilmişlerdir. Yapılan analizde katılımcı bu soru için ne kadar fazla kullanım alışkanlığı seçtiyse Instagram sosyal medya uygulamasıyla o kadar fazla etkileşim içerisinde olduğu varsayılmıştır. Ek olarak bu sorunun cevaplarından biri olan “Hiçbirini kullanmıyorum.” seçeneği de diğer seçenekler gibi 1 puan olarak sayılmıştır. Bu seçeneği işaretleyen katılımcılar Instagram uygulamasının paylaşım olarak hiçbir özelliğini kullanmasalar da bu uygulamada gezinen kişilerdir. Verilen cevaplar doğrultusunda; 1-3 arasında seçeneği işaretleyen kişiler ‘az ilişkili’, 4-6 arasında seçeneği işaretleyen kişiler ‘orta ilişkili’, 7-9 arasında seçeneği işaretleyen kişiler ‘çok ilişkili’ olarak kategorize edilmiştir. İkinci soru olarak: “Hangi sıklıkla post paylaşımında bulunuyorsunuz?” sorusunun cevabı 6 ayrı cevaba sahiptir ve cevaplara göre kategorize edilmiştir. Üçüncü olarak: “Instagram'da günlük vakit geçirme süreniz ne kadar? Dakika ve/veya saat olarak belirtiniz.” sorusunda verilen cevapların hepsi ilk olarak dakika cinsine çevrilmiştir. Verilerin düzenlenmesinin bir

sonraki aşamasında ise elde edilen veri; 1 saat ve daha az vakit geçiren kişiler, 1-3 saat arası vakit geçiren kişiler ve 3 saatten fazla vakit geçiren kişiler olarak kategorize edilmiştir. Son olarak dördüncü soru: Kaç yıldır Instagram kullanıyorsunuz? Yıl olarak katılımcıların verdiği cevaplar 1-3 yıl arası, 4-7 yıl arası ve 8 yıl ve üstü olarak kategorize edilmiştir.

Demografik Bilgi Formu kapsamında toplanan verilerde 18-30 yaş arasındaki katılımcıların yaşları da 18-25 yaş arası Beliren Yetişkinlik (Doğan ve Cebioğlu, 2011), 26-30 yaş arası ise literatürde yer alan Genç Yetişkinlik dönemi kapsamında değerlendirilerek kategorize edilmiştir. Sonuç olarak Demografik Bilgi Formu kapsamında elde edilen veriler araştırma kapsamında bağımsız ve kategorik değişken olarak ele alınıp veri analizine sokulmuştur.

3.4 Sınırlamalar

- Araştırmada elde edilen sonuçlar yalnızca örneklem grubu ile elde edilen sonuçlarla sınırlıdır.
- Araştırma kapsamında ankete katılan bireylerin cinsiyet dağılımı eşit değildir. Elde edilen sonuçlar kapsamında cinsiyete göre değerlendirilen bağımlı değişkenler cinsiyetlerin eşit olarak dağılmamasıyla sınırlıdır.
- Araştırmanın sonuçları yalnızca örneklem grubunun cevaplarıyla sınırlıdır.
- Araştırmada elde edilen veriler Demografik Bilgi Formu, Yaşam Pozisyonları Ölçeği ve Genel Aidiyet Ölçeğinin ölçtüğü özellikler ile sınırlıdır.

Bölüm 4

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde ölçme araçlarıyla ilgili genel veri sonuçları, yaşam pozisyonlarının alt boyutlarının ve genel aidiyet düzeyinin cinsiyet, yaş ve Instagram kullanım alışkanlıklarına göre değerlendirilmesi, genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasındaki ilişki yer almaktadır.

4.1 Ölçme Araçlarına Ait Genel İstatistik Veri Sonuçları

Bu bölümde elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini tespit edebilmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Bu değerler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2

Çalışmadaki Ölçekler ve Alt Boyutlarının İstatistiki İncelenmesi

	$\bar{X}$	ss	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
YPÖ-BenOKSenOK	36.51	5.96	-0.43	0.73
YPÖ-BenOKSenOKDeğil	32.63	5.15	0.16	1.67
YPÖ-BenOKDeğilSenOK	28.70	4.85	0.40	0.57
YPÖ-BenOKDeğilSenOKDeğil	24.82	6.87	0.68	0.67
GAÖ-Aidiyet	66.55	13.71	-0.77	-0.10

*YPÖ: Yaşam Pozisyonları Ölçeği; GAÖ: Genel Aidiyet Ölçeği

Çalışmada uygulanan Yaşam Pozisyonları Ölçeği ve Genel Aidiyet Ölçekleri ve altboyutları bağlamında Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri hesaplanmıştır. Verilerin Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerlerinin +1.5 ile -1.5 arasında puanlanması verilerin normal dağılmış olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bazı araştırmalar da Skewness

(Çarpıklık) değerlerinin +3 ile -3, Kurtosis (basıklık) değerlerinin +10 ile -10 arasında olmasının çalışma verilerinin normal dağıldığını belirtmektedir (Kline, 2013). Bu bilgiler doğrultusunda Tablo 2 incelendiğinde araştırma kapsamında elde edilen verilerin normal dağıldığı görülmektedir. Veriler normal dağıldığı için çalışmada analizler parametrik testler ile yapılmıştır.

4.2 Yaşam Pozisyonlarının Yaş, Cinsiyet ve Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenlerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonlarının alt boyutlarının sosyal medya kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için bir dizi Tek Yönlü MANOVA (Tek Yönlü Çok Değişkenli Varyans Analizi) uygulanmıştır.

Katılımcıların yaşlarının yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Tek Yönlü MANOVA analizinin istatistiksel verileri Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3

Yaşam Pozisyonlarını Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Yaş	BenOKSenOK	Beliren	190	36.64	5.54			
		Yetişkinlik			1	0.22	0.63	0.001
		Genç Yetişkinlik	128	36.32	6.56			
	BenOKSenOKDeğil	Beliren	190	32.92	5.15			
		Yetişkinlik			1	1.50	0.22	0.005
		Genç Yetişkinlik	128	32.20	5.13			
	BenOKDeğilSenOK	Beliren	190	28.55	5.02			
		Yetişkinlik			1	0.46	0.49	0.001
		Genç Yetişkinlik	128	28.93	4.61			
	BenOKDeğilSenOKDeğil	Beliren	190	24.83	6.84			
		Yetişkinlik			1	0.00 1	0.97	0.000
		Genç Yetişkinlik	128	24.81	6.95			

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların yaş değişkeninin onların yaşam pozisyonlarında anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) görülmektedir.

Araştırmaya katılan genç yetişkinlerin cinsiyetlerinin onların yaşam pozisyonu üzerindeki etkisinin anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Yapılan analizin istatistiksel verileri Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4

Yaşam Pozisyonlarını Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

Yaşam Pozisyonları			n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Cinsiyet	BenOKSenOK	Kadın	255	36.85	5.96	1	4.27	0.03	0.013
		Erkek	63	35.12	5.81				
	BenOKSenOKDeğil	Kadın	255	32.38	4.98	1	3.16	0.07	0.010
		Erkek	63	33.66	5.72				
	BenOKDeğilSenOK	Kadın	255	28.90	4.57	1	2.31	0.13	0.007
		Erkek	63	27.87	5.84				
	BenOKDeğilSenOK	Kadın	255	24.43	6.58	1	4.21	0.04	0.013
	Değil	Erkek	63	26.41	7.82				

Yapılan MANOVA analizi sonucunda cinsiyet değişkeninin Ben okey’im-Sen okey’sin ($p = 0.03$; $p < 0.05$) ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin ($p = 0.04$; $p < 0.05$) yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($p < 0.05$) belirlenmiştir.

Katılımcıların Instagram kullanım alışkanlıklarının yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda çıkan veriler Tablo 5’de detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Tablo 5

Yaşam Pozisyonlarını Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

	Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram Kullanım Alışkanlığı	BenOKSenOK	Az ilişkili	129	36.23	6.22				
		Orta ilişkili	171	36.85	5.53	2	0.85	0.42	0.005
		Çok ilişkili	18	35.22	7.88				
	BenOKSenOKDeğil	Az ilişkili	129	32.75	5.56				
		Orta ilişkili	171	32.67	4.89	2	0.56	0.56	0.004
		Çok ilişkili	18	31.38	4.60				
	BenOKDeğilSenOK	Az ilişkili	129	28.29	5.33				
		Orta ilişkili	171	29.10	4.43	2	1.33	0.26	0.008
		Çok ilişkili	18	27.83	5.06				
	BenOKDeğilSenOk Değil	Az ilişkili	129	24.82	8.09				
		Orta ilişkili	171	24.91	6.0	2	0.14	0.86	0.001
		Çok ilişkili	18	24.0	5.22				

Yapılan MANOVA analizi için Tablo 5’deki veriler incelendiğinde, Instagram kullanım alışkanlıkları değişkeninin yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan genç yetişkin bireylerin Instagram’da Paylaşım Sıklığı değişkenine göre yaşam pozisyonlarının anlamlı olarak değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Analizin sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6

Yaşam Pozisyonlarını Instagram’da Paylaşım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

	Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Paylaşım Sıklığı	BenOKSenOK	Günde 2 ve üzerinde	12	36.58	8.63				
		Günde 1 paylaşım	15	39.00	6.08				
		Haftada 1 paylaşım	69	37.07	5.57				
		Ayda 1 paylaşım	115	36.63	6.33				
		Yılda 1-2 paylaşım	84	35.97	5.65	5	1.30	0.26	0.021
		Instagram hesabım var ve paylaşım yapmam	23	34.52	4.15				

Tablo 6 (devam)

	Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Paylaşım Sıklığı	BenOKSenOKDeğil	Günde 2 ve üzerinde	12	31.91	8.16	5	1.68	0.13	0.026
		Günde 1 paylaşım	15	31.06	3.99				
		Haftada 1 paylaşım	69	33.50	5.05				
		Ayda 1 paylaşım	115	31.86	5.02				
		Yılda 1-2 paylaşım	84	33.44	5.26				
		Instagram hesabım var ve paylaşım yapmam	23	32.34	3.85				
	BenOKDeğilSenOK	Günde 2 ve üzerinde	12	30.25	6.45	5	1.72	0.12	0.027
		Günde 1 paylaşım	15	29.6	5.15				
		Haftada 1 paylaşım	69	28.01	4.23				
		Ayda 1 paylaşım	115	29.33	4.87				
		Yılda 1-2 paylaşım	84	27.8	5.02				
		Instagram hesabım var ve paylaşım yapmam	23	29.47	4.38				
	BenOKDeğilSenOKDeğil	Günde 2 ve üzerinde	12	25.58	6.8	5	1.41	0.21	0.022
		Günde 1 paylaşım	15	21.66	4.77				
		Haftada 1 paylaşım	69	24.44	6.95				
		Ayda 1 paylaşım	115	24.56	7.31				
		Yılda 1-2 paylaşım	84	25.27	6.51				
		Instagram hesabım var ve paylaşım yapmam	23	27.30	6.46				

Tablo 6 incelendiğinde, yapılan MANOVA analizi sonucunda Instagram paylaşım sıklığı değişkeninin yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan genç yetişkin bireylerin Instagram’da günlük vakit geçirme sürelerinin onların yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Analizin istatistiksel verileri Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7

Yaşam Pozisyonlarını Instagram’da Günlük Vakit Geçirme Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Günlük Vakit Geçirme Süresi	BenOKSenOK	1 saat ve daha az	111	36.97	5.04			
		1-3 saat arası	171	36.33	6.0	2	0.58	0.56
		3 saatten fazla	36	35.91	8.12			0.004
	BenOKSenOKDeğil	1 saat ve daha az	111	33.05	4.7			
		1-3 saat arası	171	32.45	4.82	2	0.59	0.55
		3 saatten fazla	36	32.22	7.55			0.004
	BenOKDeğilSenOK	1 saat ve daha az	111	28.27	4.71			
		1-3 saat arası	171	29.05	4.78	2	0.95	0.38
		3 saatten fazla	36	28.36	5.59			0.006
Değil	BenOKDeğilSenOK	1 saat ve daha az	111	24.36	6.07			
		1-3 saat arası	171	25.16	7.36	2	0.46	0.62
		3 saatten fazla	36	24.66	6.9			0.003

Yapılan MANOVA analizi sonucunda Tablo 7 incelendiğinde, Instagram’da günlük vakit geçirme süreleri değişkeninin yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Katılımcıların Instagram’ı kaç yıldır kullandıklarının onların yaşam pozisyonları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Analizin sonuçları detaylı olarak Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8

Yaşam Pozisyonlarını Instagram’ı Kaç Yıldır Kullandığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait MANOVA Analizi Sonucu

Yaşam Pozisyonları		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram’ı Kaç Yıldır Kullanıyor	BenOKSenOK	1-3 yıl arası	22	35.13	5.3			
		4-7 yıl arası	154	36.01	5.69	2	2.24	0.10
		8 yıl ve üstü	142	37.26	6.29			0.014
	BenOKSenOKDeğil	1-3 yıl arası	22	34.13	4.14			
		4-7 yıl arası	154	32.87	5.17	2	1.76	0.17
		8 yıl ve üstü	142	32.14	5.23			0.011
	BenOKDeğilSenOK	1-3 yıl arası	22	29.86	5.3			
		4-7 yıl arası	154	28.44	4.64	2	0.88	0.41
		8 yıl ve üstü	142	28.8	5.01			0.006

Tablo 8 (devam)

Yaşam Pozisyonları			n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram'ı	BenOKDeğilSenOK	1-3 yıl arası	22	28.86	8.69				
Kaç Yıldır	Değil	4-7 yıl arası	154	25.29	6.71	2	6.29	0.002	0.038
Kullanıyor		8 yıl ve üstü	142	23.69	6.48				

Tablo 8 incelendiğinde, yapılan MANOVA analizi sonucunda Instagram'ı kaç yıldır kullandıkları değişkeninin yaşam pozisyonlarından Ben okey değilim-Sen okey değilsin üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($p = 0.002$; $p < 0.05$) belirlenmiştir. Bunun dışında kalan yaşam pozisyonları üstünde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) ortaya çıkmıştır.

4.3 Genel Aidiyet Düzeyinin Yaş, Cinsiyet ve Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenlerine Göre Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan genç yetişkin bireylerin genel aidiyet düzeyinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına, cinsiyetlerine ve yaşlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için bir dizi Tek Yönlü ANOVA (Tek Yönlü Varyans Analizi) uygulanmıştır.

Katılımcıların yaşlarının genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için yapılan Tek Yönlü ANOVA analizinin istatistiksel verilerine Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo 9

Genel Aidiyet Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Yaş	Beliren	190	66.43	13.63				
	Yetişkinlik							
	Genç	128	66.71	13.88	1	0.32	0.85	0.000
	Yetişkinlik							

Tablo 9 incelendiğinde analiz sonucunda, yaş değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan genç yetişkin bireylerin cinsiyetlerinin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Yapılan ANOVA analizinin istatistiksel verileri Tablo 10’da sunulmuştur.

Tablo 10

Genel Aidiyet Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Cinsiyet	Kadın	255	67.52	13.25	1	6.67	0.01	0.021
	Erkek	63	62.58	14.89				

Tablo 10 incelendiğinde cinsiyet değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($p = 0.01$; $p < 0.05$) tespit edilmiştir.

Katılımcıların Instagram kullanım alışkanlıklarının genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır ve bu analizin verilerine Tablo 11’de yer verilmiştir.

Tablo 11

Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram Kullanım Alışkanlıkları Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram	Az İlişkili	129	65.86	14.90	2	0.31	0.85	0.002
Kullanım	Orta İlişkili	171	66.92	12.68				
Alışkanlıkları	Çok İlişkili	18	67.88	14.77				

Tablo 11 incelendiğinde Instagram kullanım alışkanlıkları değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Katılımcıların Instagram paylaşım sıklıklarının genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Bu verilerin analizinin sonuçları Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12

Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram’da Paylaşım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram Paylaşım Sıklığı	Günde 2 ve üzerinde	12	61.91	10.29	5	0.84	0.52	0.013
	Günde 1 paylaşım	15	69.33	14.90				
	Haftada 1 paylaşım	69	68.08	13.02				
	Ayda 1 paylaşım	115	65.71	14.89				
	Yılda 1-2 paylaşım	84	67.26	12.48				
	Instagram hesabım var ve paylaşım yapmam	23	64.13	14.78				

Tablo 12 incelendiğinde, Instagram paylaşım sıklıkları değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Katılımcıların Instagram’da günlük vakit geçirme süresinin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Yapılan analizin istatistiksel verilerine Tablo 13’de yer verilmiştir.

Tablo 13

Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram’da Günlük Vakit Geçirme Süresi Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Günlük Vakit Geçirme Süresi	1 saat ve daha az	111	67.16	12.60	2	0.22	0.79	0.001
	1-3 saat arası	171	66.07	14.47				
	3 saatten fazla	36	66.91	13.58				

Tablo 13 incelendiğinde, Instagram’da günlük vakit geçirme süresi değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($p > 0.05$) belirlenmiştir.

Katılımcıların Instagram’ı kaç yıldır kullandıklarının genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Analizin verileri Tablo 14’te sunulmuştur.

Tablo 14

Genel Aidiyet Düzeyinin Instagram'ı Kaç Yıldır Kullandığı Değişkenine Göre Farklılaşmasının Belirlenmesine Ait ANOVA Analizi Sonucu

		n	$\bar{X}$	ss	sd	F	p	Kısmi Eta Kare
Instagram'ı	1-3 yıl arası	22	58.50	15.66				
Kaç Yıldır	4-7 yıl arası	154	66.51	13.33	2	4.51	0.01	0.028
Kullanıyor	8 yıl ve üstü	142	67.83	13.47				

Tablo 14 incelendiğinde, Instagram'ı kaç yıldır kullandıkları değişkeninin genel aidiyet düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($p = 0.01$; $p < 0.05$) belirlenmiştir.

4.4 Genç Yetişkin Bireylerdeki Genel Aidiyet Düzeyi ile Yaşam Pozisyonu Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu bölümde genç yetişkin bireylere uygulanan Yaşam Pozisyonları ölçeğinden elde edilen alt boyutların ortalama puanı ile Genel Aidiyet Düzeyi puanları arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek amacıyla Pearson momentler çarpımı Korelasyon Analizinden yararlanılmıştır.

Katılımcıların genel aidiyet düzeyleri ile yaşam pozisyonları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını anlamak adına yapılan Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizinin istatistiksel verilerine Tablo 15'de yer verilmiştir.

Tablo 15

Genel Aidiyet Düzeyi ile Yaşam Pozisyonu Alt Boyutları Arasındaki İlişki

		BenOKSenOK	BenOKSenOKDeğil	BenOKDeğilSenOK	BenOKDeğilSenOKDeğil
Genel	r	0.47	0.08	-0.27	-0.53
Aidiyet	p	0.00	0.14	0.00	0.00
Düzeyi	N	318	318	318	318

Tablo 15 incelendiğinde, Genel Aidiyet Düzeyiyle Yaşam Pozisyonlarından Ben okey'im-Sen okey'sin ($p = 0.00$; $p < 0.05$), Ben okey değilim-Sen okey'sin ($p = 0.00$; $p < 0.05$) ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin ($p = 0.00$; $p < 0.05$) alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Veri analizlerine göre genel aidiyet

ile Ben okey'im-Sen okey'sin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ($r = .47$, $p < 0.05$); genel aidiyet ile Ben okey değilim-Sen okey'sin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde negatif yönlü ($r = .27$, $p < 0.05$); genel aidiyet ile Ben okey değilim-Sen okey değilsin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde negatif yönlü ($r = .53$, $p < 0.05$) ilişki ortaya çıkmıştır.

Bölüm 5

Tartışma ve Sonuçlar

Çalışmanın bu bölümünde genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonlarının demografik değişkenlere göre incelenmesi ile genç yetişkin bireylerin genel aidiyet düzeyinin bir takım demografik değişkenlere göre incelenmesi tartışılmıştır. Son olarak da genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasındaki ilişki konuları tartışılmıştır. Bölüm sonuçlar ve öneriler başlıklarıyla tamamlanmıştır.

5.1 Araştırma Sorularının Bulgularının Tartışılması

Bu çalışma Instagram uygulamasını kullanan genç yetişkinlerin yaşam pozisyonlarını ve genel aidiyet düzeylerini Instagram kullanım alışkanlıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına göre incelemektedir. Buna ek olarak, araştırma kapsamında toplanılan verilerden yararlanılarak araştırmada genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı da araştırılmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler benzer araştırmalardan faydalanılarak değerlendirilmiştir.

Yapılan araştırmada genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri demografik değişkenlere göre değerlendirilmiştir. Genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir değişkenlik göstermektedir. Cinsiyete göre anlamlı değişkenlik gösteren yaşam pozisyonları arasında Ben okey'im-Sen okey'sin ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin yer almaktadır. Ancak toplanan verilerde kadın ve erkek dağılımının eşit olmamasının ortaya çıkan sonucu etkilemiş olabileceği düşünülmektedir. Literatüre baktığımızda Kissinger, Campbell, Lombrozo ve Wilson (2009)'ın mühendislik alanında yaptığı bir araştırmaya göre 3. ve son sınıfta okuyan kadın mühendis öğrencilerin yine aynı öğretim kademesinde bulunan erkek mühendis öğrencilerine göre aidiyet düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte literatürde, araştırmanın bağımsız değişkenleri olarak Transaksiyonel Analiz kuramı kavramlarından yaşam pozisyonlarının cinsiyete göre anlamlı bir değişkenlik gösterip göstermediğini ortaya koyan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmanın literatüre katkıda bulunması ve ileriki araştırmalar için yol göstermesi öngörülmektedir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu olarak, genç yetişkinlerin Instagram'ı kaç yıldır kullandıklarının genel aidiyet düzeylerine olan etkisi anlamlı çıkmıştır. Literatüre bakıldığında Dumas, Maxwell-Smith, Davis ve Giulietti (2017) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, Instagram kullanan kişilerin narsisizme dönük sebepler ve akran aidiyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Dumas, Maxwell-Smith, Tremblay, Litt ve Ellis (2020) tarafından yapılan bir başka çalışma ise genç yetişkinler arasında aldatici beğeni arayışının, düşük özgüvenli gençlerde artış riski yarattığını ve bu eylemin akran aidiyeti duygularını azalttığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, Instagram'da daha fazla beğeni alan gençlerin akran aidiyeti duygularının artsa da, aldatici beğeni arayışının bu duyguları olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (2020). Bu sonuçlar ele alındığında Instagram kullanımının genç yetişkinler arasında aidiyet duyguları üzerinde karmaşık etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle, aldatici beğeni arayışı Instagram kullanıcılarında düşük özgüvenli bireyler arasında akran aidiyeti duygularını azaltırken, daha fazla beğeni alan bireylerde bu duyguları artırabilmektedir. Bu sonuçlar, Instagram'ın bireyler arasındaki sosyal dinamikleri etkileyen bir platform olarak nasıl işlev gördüğünü ve özellikle aidiyet duygusunun bu platform üzerinde nasıl şekillendiğini vurgulamaktadır.

Yapılan araştırmada genç yetişkinler yaşlarına göre 2 kategoriye ayrılmışlardır. 18-25 yaş arasında yer alan bireyler Beliren Yetişkin olarak ele alınırken 25-30 yaş arasında yer alan bireyler Genç Yetişkin olarak ele alınmışlardır. Araştırma sonucuna baktığımızda Instagram kullanan genç yetişkinlerin ayrıştırılan yaş kategorilerinden hangisine ait oldukları onların genel aidiyet düzeyleri ve yaşam pozisyonlarını üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Güçlü ve Buran'ın (2023), yürüttüğü 18 yaştan 45 yaş üstü katılımcıların yer aldığı araştırmada ise duygusal yeme davranışıyla genel aidiyet düzeyi ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre yaş fark etmeksizin duygusal yeme davranışının arttığı zamanlarda genel aidiyet hissi azalabileceği saptanmıştır (2023). Markoç ve Haksever (2019)'un 18-75 yaş arasındaki bireylerle tamamladıkları araştırmada yaş gruplarına göre aidiyetlik hissinin değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Sosyal medya uygulamaları ve diğer iletişim araçlarının kullanma düzeyinin artmasına bağlı olarak, bireylerin bir yere olan aidiyet bağlarının zayıfladığı sonuçlarına ulaşılmıştır Bu bulgular, teknolojik iletişim araçlarının toplumsal ve coğrafi aidiyet algıları üzerindeki potansiyel etkilerini vurgulamaktadır. Bu araştırmalar doğrultusunda yaş değişkeninin genel aidiyet düzeyi ve bireylerin toplumsal bağları önemli bir etkiye sahip olabileceğini göstermektedir.

Ancak aidiyet düzeyinin farklılaşmasında sadece tek bir faktör olarak değerlendirilmesi doğru olmayabilir.

Araştırmanın bir başka sonucu ise genç yetişkinlerin yaşam pozisyonlarının onların Instagram'ı kaç yıldır kullandıkları değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermesidir. Literatür incelendiğinde yaşam pozisyonları ve Instagram kullanımı ile ilgili olarak herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırmada kapsamında Ben okey'im Sen okey'sin ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin yaşam pozisyonlarının yaşam pozisyonları ile Instagram kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bireyin kendisini ve çevresini okey görme hali bilinçle karar verilen ve sorumluluğun alındığı bir yaşam pozisyonudur. Bunun tam tersine bireyin kendisini ve karşısındaki okey görmeme hali hayattaki pasif duruşu ve umutsuzluğunu belirtmektedir. Belirtilen iki yaşam pozisyonunun da Instagram kullanımına göre anlamlı bir farklılık göstermesi Transaksiyonel Analiz kuramının temel prensiplerinden biri olan bireyin kendi içsel kapasitesine güvenmesi ve yaşamına dair perspektifini değiştirme yeteneği bakış açısını desteklemektedir. Birey, geçmiş deneyimlerini değiştiremese bile, davranışsal ve değerlendirici yaklaşımlarını modifiye ederek yaşam kalitesini etkileyebilir. Instagram kullanımının bilinçli bir şekilde yönetilmesi, bireyin kendi kontrolünde olan bir eylem stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın bir başka amacı ise genç yetişkinlerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını saptamaktır. Toplanan verilerin analizinde genç yetişkinlerin genel aidiyet düzeyleri ile Ben okey'im-Sen okey'sin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde pozitif, Ben okey değilim-Sen okey'sin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde negatif yönlü ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin yaşam pozisyonu arasında düşük düzeyde negatif yönlü ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ben okey'im-Sen okey'sin yaşam pozisyonu kendisini ve karşısındakini değerli gören bir yaşam pozisyonu olarak belirtilebilir. Aidiyet dediğimiz olgu topluma kendisini ait hissetme, toplum ve yakın çevresinden kabul edilmeyi hissetmenin bir araya gelmesiyle oluşacak bir histir. Bu açıdan araştırma bulgularını incelediğimizde genel aidiyet düzeyi yükseldikçe Ben okey'im-Sen okey'sin yaşam pozisyonunun bireyde güçlendiği söylenebilir. Buna ek olarak genel aidiyet düzeyi düşük olan bireyin toplum ve çevresine ait hissetmemesinin kendisini de okey görmemesiyle mantıklı bir ilişkisi olduğunu belirtebiliriz. Bireyin kendini topluma ait hissetmemesi çevresinden onay almadığını açıklar. Yakın çevresinden

onay almayan birey kendisini de okey olarak görmez. Son olarak okey'im-Sen okey değilsin yaşam pozisyonu ile genel aidiyet düzeyi arasında herhangi anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Kendisini okey olarak gören bireyin aitlik hissini yaşaması bir o kadar gereklidir ancak karşısındaki okey olarak görmeyen birey kendisini okey olarak gördüğünde aidiyet hissiyle bir çelişkiye düşmektedir. Bu sonuç da gelecekteki çalışmalarda farklı açılardan araştırılabilir.

5.2 Sonuçlar

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar;

- Araştırmadan elde edilen verilere baktığımızda genç yetişkinlerin yaşam pozisyonlarından Ben okey'im-Sen okey'sin ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin ve genel aidiyet düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir değişkenlik göstermektedir.
- Araştırma sonucunda genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeyleri yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.
- Çalışma kapsamında toplanan demografik bilgilerin ikinci aşamasında sorulan Instagram kullanım alışkanlıkları kapsamında yer alan genç yetişkinlerin kaç yıldır Instagram kullandıkları değişkeninin onların yaşam pozisyonlarından Ben okey değilim-Sen okey değilsin pozisyonu ve genel aidiyet düzeylerini anlamlı derecede etkilediği tespit edilmiştir.
- Yürütülen bu çalışmada, genç yetişkin bireylerin yaşam pozisyonlarından Ben okey'im-Sen okey'sin, Ben okey değilim-Sen okey'sin ve Ben okey değilim-Sen okey değilsin alt boyutlarıyla genel aidiyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

5.3 Öneriler

Bu kısımda yapılan araştırmada bulunan sonuçlara dayalı olarak daha sonra yürütülecek çalışmalar için bazı öneriler bulunmaktadır.

- Bu çalışmada 2 farklı cinsiyet olarak kadın ve erkek cinsiyetleri bulundurulsa da araştırmaya katılan genç yetişkinler tarafından toplanan veriler eşit dağılımı sağlamamaktadır. İleriki çalışmalarda kadın ve erkek sayısının eşit

dağılımı sağlaması araştırmanın daha sağlıklı sonuçlar vermesini sağlayacağı düşünülmektedir.

- Bu çalışmanın veri toplama yöntemlerinde demografik bilgilerde yer alan Instagram kullanım alışkanlıkları soruları bu konuda uzman kişilerle bir araya gelinip bir başka araştırma için daha çok detaylandırılıp güncel uygun hale getirilmesi ileri de yapılacak çalışmaların daha verimli sonuçlar elde ederek alana önemli katkılarda bulunabileceği öngörülebilmektedir.
- Araştırma kapsamında ortaya çıkan Instagram uygulamasını genç yetişkin bireylerin kaç yıldır kullandıklarının onların yaşam pozisyonu ve genel aidiyet düzeylerine anlamı etkide bulunması gelecekteki araştırmalar için bir motivasyon kaynağı oluşturacağı tahmin edilmektedir.
- Instagram kullanan genç yetişkinlerin bu çalışma ile daha da bilinçli kullanıma sahip olacakları düşünülmektedir.
- Instagram kullanan genç yetişkinlerin bu çalışma ile kendi bireysel yaşam pozisyonları üzerinde daha bilinçli bir düşünüşe sahip olacakları ön görülmektedir.
- Yaşam pozisyonları ve genel aidiyet düzeylerinin birbirleriyle anlamlı bir ilişki içerisinde olması Transaksyonel Analiz kuramının literatürde yer alan alanına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.
- Bu çalışma ile terapi süreçlerinde aidiyet hissi gündemde olan danışanların terapistlerinin onların durumlarını Instagram kullanımını açısından da değerlendirmelerine olanak sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Adler, A. (1931). *What life should mean to you*. Little: Brown.
- Akbağ, M. (2000). *Stresle başa çıkma tarzlarının üniversite öğrencilerinde olumsuz otomatik düşünceler, transaksiyonel analiz ego durumları ve bazı değişkenler açısından incelenmesi*. (Yayınlanmamış doktora tezi) Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akkoyun, F. (2001). *Transaksiyonel Analiz: Psikolojide İşlemsel Çözümleme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Altıntaş, E., ve Gültekin, M. (2003). *Psikolojik danışma kuramları* (1st ed.). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Antony, M. (2008). *What is social media*. London: iCrossing.
- Ayan, G. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında kimlik inşasının sosyal medyada kullanımı: Instagram örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Banjanin, N., Banjanin, N., Dimitrijevic, I., ve Pantic, I. (2015). Relationship between internet use and depression: Focus on physiological mood oscillations, social networking and online addictive behavior. *Computers in Human Behavior*, 43, 308-312.
- Bashir, H., ve Bhat, S. A. (2017). Effects of social media on mental health: A review. *International Journal of Indian Psychology*, 4(3), 125-131.
- Baumeister, R.F. & Leary, M.R. (1995). The Need of belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Berne, E. (1962). Classification of positions. *Transactional Analysis Bulletin*, 1(3), 23.

Boholst, F. A. (2002). A life position scale. *Transactional Analysis Journal*, 32(1), 28-32

Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Büyükalim, M. (2020). *Üniversite Öğrencilerinde Genel Aidiyet, Nomofobive Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler* (Doctoral dissertation). <https://acikerisim.erbakan.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12452/5250> adresinden edinilmiştir.

Corey, G. (2009). *Transactional analysis*. <http://www.acadiau.ca/~rlehr/Transactional%20Analysis%20ch%20Corey%202013.pdf> adresinden edinilmiştir.

Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., ve Howard, E. (2013). Emerging in a digital world: A decade review of media use, effects, and gratifications in emerging adulthood. *Emerging Adulthood*, 1(2), 125-137.

Cretti, C. (2015). *The relationship between envy, life-satisfaction, and self-esteem for female readers of women's online personal lifestyle blogs* (Doctoral dissertation). <https://www.semanticscholar.org/paper/The-relationship-between-envy%2C-life-satisfaction%2C-Cretti/82f3db65db95f9423cbce57f9a02169cf08a0273> adresinden edinilmiştir.

Çalışır, G., ve Çakıcı, F. O. (2015). Toplum Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyada Kurulan Benlik İnşasının Temsili. *Turkish Studies*, 10, 267-290.

Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.

Deters, F. G., ve Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase

or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social psychological and personality science*, 4(5), 579-586.

Doğan, A., ve Cebioğlu, S. (2011). Beliren yetişkinlik: Ergenlikten yetişkinliğe uzanan bir dönem. *Türk Psikoloji Yazıları*.

Donath, J., ve Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT technology Journal*, 22(4), 71-82.

Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., ve Giulietti, P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in human behavior*, 71, 1-10.

Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M. A., Tremblay, P. F., Litt, D. M., ve Ellis, W. (2020). Gaining likes, but at what cost? Longitudinal relations between young adults' deceptive like-seeking on instagram, peer belonging and self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 112, 106467.

Duru, E. (2015). Genel aidiyet ölçeğinin psikometrik özellikleri: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 5(44), 37-47.

Dusay, J. M. (1986). Transactional analysis. I. L. Kutash ve A. Wolf (Ed.), *Psychotherapist's casebook* (ss. 413–423). San Francisco: Jossey-Bass.

Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Turkish Studies*, 10(2), 389-410.

Güçlü, E., ve Buran, A. (2023). Yetişkinlerde Duygusal Yeme Davranışının Genel Aidiyet, Sosyal Onay İhtiyacı ve Algılanan Ebeveyn Red Kabulü İle İlişkisi. *PEARSON JOURNAL*, 8(24), 177-201

Hackenbracht, J., & Gasper, K. (2013). I'm all ears: The need to belong motivates

listening to emotional disclosure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(5), s. 915-921. doi:10.1016/j.jesp.2013.03.014

Hagerty, B. M., Lynch-Sauer, J., Patusky, K. L., Bouwsema, M., ve Collier, P. (1992). Sense of belonging: A vital mental health concept. *Archives of psychiatric nursing*, 6(3), 172-177.

Harris, T. A. (2014). *Ben Ok'im–Sen Ok'sin* (Çev. Ed. M. Şahin). İstanbul: Okuyan Us Yayıncılık.

İşgör, I. Y., Kaygusuz, C., ve Özpolat, A. R. (2012). Life Positions Scale Language Equivalence, Reliability and Validity Analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 47, 284-291.

Kissinger, J., Campbell, R. C., Lombrozo, A., ve Wilson, D. (2009). The role of gender in belonging and sense of community. *Frontiers in Education Conference*. Doi: 10.1109/FIE.2009.5350787.

Karababa, A. (2016). *Ergenlerde transaksyonel analiz ego durumları, yaşam pozisyonları ve insani değerler açısından yalnızlık*. (Yayınlanmamış doktora tezi) Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*, (31. Basım) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 1-12.

Keyte, R., Mullis, L., Egan, H., Hussain, M., Cook, A., ve Mantzios, M. (2021). Self-compassion and Instagram use is explained by the relation to anxiety, depression, and stress. *Journal of technology in behavioral science*, 6, 436-441.

Kline, R. B. (2013). *Beyond significance testing: Statistics reform in the behavioral*

sciences. American Psychological Association.

Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview 2015. Pew Research Center: Internet, Science & Tech.

Markoç, I., ve Sari Haksever, T. S. H., (2019). *An Investigation of the Sense of Place Attachment According to the Age Groups* . Kent, İnşaat, Ekonomi Kongresi (pp.1). Gaziantep, Turkey

Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. New York: Harper and Row.

Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Van Nostrand Company.

Malone, G. P., Pillow, D. R., & Osman, A. (2012). The General Belongingness Scale (GBS): Assessing achieved belongingness. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 311–316. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.10.027>

Manovich, L. (2015). Data science and digital art history. *International journal for digital art history*, (1).

Mellor, D., Stokes, M., Firth, L., Hayashi, Y. & Cummins, R. (2008). Need for belonging, relationship satisfaction, loneliness, and life satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 45, 213– 218.

Oğuz, B. B. (2012). Sosyal medya dilinin görüntüsel gösterge boyutu ve bunun dile etkisi. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 1157-1166.

Salderay, B., ve Erten, A. (2021). INSTAGRAM’DA FOTOĞRAF PAYLAŞIMI VE SANAL BENLİK OLGUSUNUN SUNUMU. *Akademik Sanat*, (14), 115-129.

- Steiner, C. (1990). *Scripts people live: Transactional analysis of life scripts*. New York: Grove Press.
- Stewart, I., ve Joines, V. (2019). *Günümüzde TA: Transaksiyonel Analize Yeni Bir Giriş*. Ankara: Serbest Kitaplar.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.
- Üngüren, E., & Tekin, Ö. A. (2023). The effects of social disconnectedness, social media addiction, and social appearance anxiety on tourism students' career intentions: The moderating role of self-efficacy and physical activity. *JOURNAL OF HOSPITALITY, LEISURE, SPORTS AND TOURISM EDUCATION*, 33, s. 1-16. doi:10.1016/j.jhlste.2023.100463
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.), Boston: Allyn and Bacon.
- Te Kaunihera Tapuhi o Aotearoa/Nursing Council of New Zealand (2013). *Social Media and Electronic Communication Guidelines* <http://www.nursingcouncil.org.nz/download/309/smedia.pdf> adresinden edinilmiştir.
- TÜİK (2023). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023*, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407) adresinden Aralık ayı 2023 tarihinde edinilmiştir.
- Veyssel, E., ve Aydın, A. (2014). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 197-205.
- We Are Social (2023). *Digital 2023: Turkey*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey> adresinden Aralık ayı 2023 tarihinde edinilmiştir.

We Are Social (2023). *Digital 2023: October Global Statshot Report*, <https://wearesocial.com/us/blog/2023/10/digital-2023-october-global-statshot-report/> adresinden Aralık ayı 2023 tarihinde edinilmiştir.

We Are Social (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*, https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country Article Hyperlink&utm_campaign=Digital 2023&utm_term=Turkey&utm_content=Global Promo Block adresinden Aralık ayı 2023 tarihinde edinilmiştir.