



İSTANBUL
TOPKAPI
ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE ÖZGÜVEN VE DEPRESİF BELİRTİ
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ECE NUR ACIDEMİR

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Bilim Dalı

AĞUSTOS, 2023

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE ÖZGÜVEN VE DEPRESİF BELİRTİ
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ECE NUR ACIDEMİR
20220501034

Psikoloji Anabilim Dalı
Psikoloji Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ash ENEZ DARÇIN

AĞUSTOS, 2023

06/07/2023

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 20220501034 numaralı öğrencisi **Ece Nur ACIDEMİR**'in **“ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE ÖZGÜVEN VE DEPRESİF BELİRTİ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ”** konulu Yüksek Lisans tezi Enstitümüz Yönetim Kurulunun 25/05/2023 tarihli ve 2023/07 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile 06/07/2023 tarihinde kabul edilmiştir.

<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER			
Danışman	Doç. Dr.	Aslı ENEZ DARÇIN	İstanbul Topkapı Üniversitesi
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Sait KAHRAMAN	İstanbul Topkapı Üniversitesi
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi.	Emel ANER AKTAN	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
YEDEK ÜYE			
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Yunus YÜCEL	İstanbul Topkapı Üniversitesi
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Kader BAHAYİ	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

ONAY

Prof. Dr. Özlem KUNDAY
Enstitü Müdürü

AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ile Özguven Ve Depresif Belirti Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmam içerisinde kullanıldıkları her yerde atıf yapıldığını belirtir ve onurumla doğrularım.

12.08.2023

Ece Nur ACİDEMİR

TEŞEKKÜR

Değerli tecrübeleri ve bilgi birikimi ile araştırmamın tüm süreçlerinde bana her zaman destek ve yol gösterici olan kıymetli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Aslı ENEZ DARÇIN' a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunuyorum. Ayrıca hayatımın her aşamasında yanımda olan ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, moral ve motivasyonumu her daim yüksek tutmaya çalışan aileme ve verilerin toplanmasında destek olan tüm arkadaşlarıma da çok teşekkür ediyorum.

Ece Nur ACIDEMİR



İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	ii
AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii
TABLO LİSTESİ	viii
ÖZET.....	ix
ABSTRACT	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Problemin Tanımı ve Araştırmanın Önemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı	4
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. Sosyal Medya Kavramı	5
2.2. Sosyal Medyanın Önemi ve Özellikleri	6
2.3. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi	8
2.4. Sosyal Medya Kullanım Nedenleri	10
2.5. Sosyal Medya Kullanım Nitelikleri.....	11
2.5.1. Eğlence	12
2.5.2. Etkileşim.....	12
2.5.3. Popülerlik	13
2.5.4. Özelleştirme	14
2.5.5. Ağızdan ağıza reklam.....	14
2.6. Sosyal Medya Kullanımının Etkileri.....	15
2.7. Özgüven.....	16
2.7.1. Özgüven kavramı	16
2.7.2. İç özgüven ve dış özgüven	18
2.7.3. Özgüvenin oluşumu ve gelişimi	18
2.7.4. Özgüvenin oluşumunu ve gelişimini etkileyen faktörler	24
2.7.4.1. Ana-baba tutumları	24
2.7.4.1.1. Aşırı koruyucu müdahaleci tutum	25
2.7.4.1.2. Tutarsız anne baba	25
2.7.4.1.3. Eşitlikçi-demokratik tutum	25
2.7.4.2. Akademik başarı	25
2.7.4.3. Kendini değerlendirme ve çevrenin etkisi	26
2.7.4.4. Zekâ	26
2.7.4.5. Fiziksel görünüm	26
2.7.4.6. Olumsuz baskı ve disiplin yöntemleri	26
2.7.4.7. Sorumluluk.....	27
2.7.4.8. Diğer faktörler.....	27
2.7.5. Yüksek ve düşük özgüvenin özellikleri	27
2.7.6. Özgüvenin sonuçları.....	28

2.8. Depresyon.....	29
2.8.1. Depresyonun tanımı	29
2.8.2. Depresyonun epidemiyolojisi.....	30
2.8.3. Depresyonun klinik görünümü.....	31
2.8.3.1. Duygudurum belirtileri	31
2.8.3.2. Bilişsel belirtiler.....	31
2.8.3.3. Bedensel belirtiler	31
2.8.3.4. Davranışsal belirtiler.....	32
2.8.4. Depresyon risk etmenleri.....	32
2.9. Depresyon ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki	33
2.10. Özgüven ile Sosyal Medya Arasındaki İlişki	33
3. YÖNTEM.....	35
3.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri	35
3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	36
3.2. Veri Toplama Araçları.....	37
3.2.1. Demografik bilgi formu	37
3.2.2. Beck depresyon ölçeği	37
3.2.1. Öz-güven ölçeği	38
3.2.2. Sosyal medya kullanımı ölçeği (SMKÖ)	38
3.2.3. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlikleri ve geçerlikleri	39
3.3. Verilerin analizi.....	39
4. BULGULAR.....	42
4.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Dair Dağılımları.....	43
4.2. Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ve Alt Boyutları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları Normallik Analizi	44
4.3. Betimleyici Verilerin Analizi	44
4.4. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Beck Depresyon Ölçeği Puanlarının Değerlendirilmesi	45
4.5. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Öz-Güven Ölçeği Puanlarının Değerlendirilmesi	47
4.6. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanlarının Değerlendirilmesi.....	49
4.7. Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Arasındaki İlişki	51
4.8. Değişkenler Arası Regresyon Analizine İlişkin Veriler.....	52
5. TARTIŞMA	55
5.1. Korelasyon Analizine Dair Bulguların Tartışılması.....	55
5.2. Gruplar Arası Karşılaştırma Analizlerine Dair Bulguların Tartışılması	58
5.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	63
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	64
KAYNAKÇA	67
Ekler	74
Ek-1: Etik Kurul Onay Formu.....	74
Ek-2: Bilgilendirilmiş Onam Formu	75
Ek-3: Sosyodemografik Bilgi Formu	76
Ek-4: Beck Depresyon Envanteri	78
Ek-5: Öz-Güven Ölçeği.....	83
Ek-6: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği.....	84
ÖZGEÇMİŞ.....	85

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1: Araştırmanın Modeli	36



TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1: Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları.....	40
Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	42
Tablo 4.2: Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizleri Sonuçları.....	44
Tablo 4.3: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Çalışma Örneklemindeki Ortanca Puanları	44
Tablo 4.4: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi)	45
Tablo 4.5: Katılımcıların Yaşları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)	45
Tablo 4.6: Katılımcıların Medeni Durumları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi).....	46
Tablo 4.7: Katılımcıların Fiziksel Görünümlerinden Memnun Olma Durumları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi).....	46
Tablo 4.8: Katılımcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Süre ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)	46
Tablo 4.9: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi).....	47
Tablo 4.10: Katılımcıların Yaş Aralıkları ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)	47
Tablo 4.11: Katılımcıların Medeni Durumları ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)	48
Tablo 4.12: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)	48
Tablo 4.13: Katılımcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Süre ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)	49
Tablo 4.14: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi).....	49
Tablo 4.15: Katılımcıların Yaş Grupları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi).....	50
Tablo 4.16: Katılımcıların Yaş Grupları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi).....	50
Tablo 4.17: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)	50
Tablo 4.18: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)	51
Tablo 4.19: Araştırma Değişkenlerinin Birbiri Arasındaki Korelasyonu	52
Tablo 4.20: Öz-güven ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	53
Tablo 4.21: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları ...	53

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE ÖZGÜVEN VE DEPRESİF BELİRTİ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Çağımızın sürekli gelişen teknoloji dünyasında sosyal medyanın kullanımı günden güne artmaya devam etmektedir. Bireyler kısa sürede sosyal medya platformlarında var olabilmektedirler. Bu varoluş içerisinde, pozitif etkenler dışında bir çok negatif etkiler de bulunmaktadır. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu İstanbul’da öğrenim görmekte olan 385 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılmaya gönüllü olan 385 üniversite öğrencisine ‘Demografik Bilgi Formu’, ‘Beck Depresyon Ölçeği’, ‘Öz-Güven Ölçeği’ ve ‘Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği’ gerekli izinler alınarak uygulanmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan veriler sosyal bilimler için istatistik programı olan IBM SPSS v.21 ile çözümlenmiş ve analiz edilmiştir. Değişkenler arası ilişkinin yönünü ve gücünü ortaya koymada Pearson Korelasyon Testinden yararlanılmıştır. Aynı zamanda değişkenlerin birbirlerini yordama güçleri de regresyon çözümleme bulgusuyla elde edilmiştir. Normal dağılıma uygun olmayan analizlerde ise ikiden çok bağımsız grup olduğunda Kruskal Wallis testi ve iki bağımsız grup olduğunda Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde depresif belirti düzeyi arttıkça içsel ve dışsal özgüven düşmektedir. Benzer biçimde depresif belirti düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri de artmaktadır. Son olarak çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde içsel ve dışsal özgüven düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri azalmaktadır. Elde edilen bulgular alan yazındaki araştırmalar ile tartışılmış ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Depresyon, Sosyal Medya Kullanımı, Özgüven*

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE, SELF-CONFIDENCE, AND DEPRESSIVE SYMPTOM LEVELS IN UNIVERSITY STUDENTS

In today's ever-evolving world of technology, the use of social media continues to increase day by day. Individuals can establish their presence on social media platforms quickly. Within this existence, besides positive effects, there are also many negative effects. The aim of this research was to examine the relationship between social media use, self-confidence, and depressive symptom levels in university students. The study group consisted of 385 university students studying in Istanbul, Turkey. The participants voluntarily completed the 'Demographic Information Form,' 'Beck Depression Inventory,' 'Self-Confidence Scale,' and 'Social Media Usage Scale' after obtaining the necessary permissions. The data collected in the study were analyzed using IBM SPSS v.21, a statistical software for social sciences. Pearson Correlation Test was employed to determine the direction and strength of the relationships between variables. Additionally, the predictive power of the variables on each other was obtained through regression analysis. When the data did not meet the assumptions of normal distribution, Kruskal-Wallis test was used for more than two independent groups, and Mann-Whitney U test was used for two independent groups. According to the findings of the research, external and internal self-confidence decreases when the level of the depressive symptoms increases. Similarly, as the level of depressive symptoms increased, the continuity and competence in social media use also increased. Lastly, the results indicated that as the level of internal and external self-confidence increased, the continuity and competence in social media usage decreased. The obtained findings were discussed and interpreted in relation to previous studies in the field.

Keywords: *Depression, Social Media Use, Self-Confidence*

1. GİRİŞ

Teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle beraber bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazların kullanımı da yaygınlaşmış, bunun neticesinde sosyal ağlara erişim daha pratik bir hal almıştır. Sosyal medya ağlarına erişimin genel olarak ücretsiz olması, kolay ulaşılabilir olmasını ve yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Sosyal medya kavramı, kullanıcıların etkileşimde olmasına sağlayan bir takım internet tabanlı ağları ifade etmektedir. Kişiler sosyal medya aracılığı ile arkadaşları ve aileleri ile iletişim kurabilmekte, dünyanın uzak bölgelerinde olan yüz yüze görüşme imkanının sınırlı olduğu kişilerle tanışabilmektedir. Sosyal medya, yabancı kişilerle kurulan iletişimin daha kolay ve tehlikeden uzak olmasını sağlamaktadır. Kişiler sosyal medya ağlarında kendilerini olmak istedikleri şekilde tanıtabilmektedirler. Bu davranışı sergilerken üzerlerinde hiçbir baskı hissetmeden kendilerini rahatlıkla ifade etme imkânı bulmaktadırlar. Bireyler yaşantıları ile ilgili güncel bilgileri metinler, videolar veya fotoğraflar aracılığıyla paylaşmaktadırlar. Bununla beraber sosyal medya ağlarında bulunan mesajlaşma uygulamalarından da yararlanmaktadırlar. Bu bağlamda sosyal ağlar sayesinde hangi faaliyetleri yaptıklarını, nerede kiminle olduklarını, duygu ve düşüncelerini paylaşma biçiminin, bireylerin söz konusu ağlara katılımında önem arz eden bir motivasyon olduğunu söylemek mümkündür.

Bireyler Sosyal Medya Platformlarında yapmış oldukları paylaşımlar ile kendi yaşam tarzlarını sergilerken diğer insanlardan gelen yorum ve beğeniler sayesinde de olumlu geri bildirimler almaktadırlar. Bunun sonucunda ödüllendirici deneyimler yaşamaktadırlar. Bu deneyimlerde Sosyal Medya Platformlarının kullanım süresini etkileyen bir unsurdur. Başka bir ifade ile sürekli olarak sosyal medya ağlarını kullanma davranışı karşılığı ödül geribildirimini bağımlılık döngüsünün temelini oluşturabilmektedir. İnsan sosyal bir varlıktır ve stres seviyesini azaltmak, yalnızlıktan kurtulmak, popüler görünmek, etkileşim kurmak, iletişim başlatmak ve sürdürmek gibi farklı nedenlerle Sosyal Medya Platformlarını kullanmaktadır.

Bunun neticesinde Twitter, Instagram, Facebook gibi sosyal medya ağıları günlük hayatın bir parçası ve merkezi durumuna gelmiştir.

Sosyal Medya Platformlarının popüler olmasına rağmen insanların ruh sağlığı üzerinde yarattığı etkiye dair birtakım görüşler ortaya çıkmıştır. Bazı araştırmacılar sosyal medya ağların kullanımını depresif belirti düzeyi ve yalnızlık ile ilişkilendirirken bazı araştırmacılar sosyal medya kullanımını yararlı etkilerle ilişkilendirmiştir. Alan yazın incelendiğinde söz konusu etkileşim ile ilgili olarak ortaya koyulmuş bir takım araştırma bulgularına rastlanmıştır. Depresif ruh halinde olan bireylerin daha fazla sosyal medya kullanma eğiliminde oldukları ifade edilmiştir. Sosyal Medya Platformlarının genel olarak depresif belirtilere neden olabileceği düşünülürken, yapılan araştırmalar bu varsayımın gereksiz olabileceğini göstermektedir. Ancak bazı çalışmalar, sosyal medya kullanımı ile depresif belirtiler arasında herhangi bir ilişki olmadığını ortaya koymaktadır.

Depresyon, her yaş grubunda sıklıkla görülebilen bir ruh sağlığı bozukluğudur. Genel olarak, intihar düşünceleri, umutsuzluk, unutkanlık, karar almada güçlük, iştahta azalma veya artma, uyku düzeninde değişim, huzursuzluk, stres, çökkün hissetme gibi belirtilerle kendini göstermektedir. Bu belirtilerin olduğu kişiler, bu durumla başa çıkma yolu olarak sosyal medya ağlarını tercih edebilmektedirler. Fakat bu tercih kısa vadede sayılan belirtileri azaltsa da uzun vadede normal yaşantı ile tüm bağlarını kesmelerine ve bu depresif durumun daha da şiddetlenmesine sebep olabilmektedir. Öte yandan Sosyal Medya Platformlarının kullanımı intihar davranışlarına zemin hazırlayabilmektedir. Sıklıkla diğer insanların kendine zarar verme konusundaki paylaşımlarının görüntülenmesi, kişilerin problemlerini daha kötü bir duruma getirebilmektedir.

Sosyal Medya Platformlarının kullanımı ile ilişkilendirilen bir başka kavram da kişinin özgüvenidir. Özgüven, kişinin kendinden memnun olma, kendi ile ilgili pozitif duygular hissetme durumudur. Özgüveni yüksek olan kişiler çevresindeki insanlarla uyumlu, kendi ile barışık olarak varlığını sürdürmektedir. Özgüven, insanın doğuştan getirdiği değişmesi mümkün olmayan bir özellik olmamakla birlikte yaşantı sonucunda gelişmektedir. Özgüvenin gelişmesinde arkadaşlar, öğretmenlerin yaklaşımı ve ebeveyn tutumları etkin rol oynamaktadır. Sergilemiş olduğu tutum ve davranışlar karşılığında onaylanan olumlu geri bildirim alan

kişilerde özgüven gelişimi daha sağlıklı olacaktır. Fakat her davranışının olumsuz yönü görülen ve negatif eleştiri alan bireylerde özgüven gelişimi zayıf olacaktır. Bu bilgilerden hareketle araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

1.1. Problemin Tanımı ve Araştırmanın Önemi

Çağımızın sürekli değişen ve gelişen teknoloji dünyasında sosyal medyanın bu gelişmeler ışığında erişilebilirliği ve kullanım sıklığı günden güne artmaya devam etmektedir. Bireyler çok kısa sürelerde bu Sosyal Medya Platformlarında var olabilmektedirler. Bu varoluş içerisinde, pozitif etkenler dışında birçok negatif etkiler de bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımıyla aktarılan aktiviteler, mutlu veya mutsuz hayat tarzları, mental olarak iyi veya kötü oluş gibi durumların, diğer kullanıcıların da bu aktarımı görmesiyle ve bunun tamamıyla gerçeği yansıttığını düşünmeleri sonucunda bireyin üzerinde psikolojik etkiler oluşturduğu öngörülmüştür. Bireyler kendi kişisel sayfalarından fotoğraflarını, gezdikleri yerleri, mutlu oldukları özel anları, yaşam biçimlerini diğer insanlarla paylaşabilmektedir. Ancak insanlar en mutlu anlarını paylaştıkları için çoğu insan bu paylaşımlara bakarak diğerlerinin her zaman mutlu olduklarına dair bir yanılgıya kapılırlar, kendilerini eksik ve mutsuz hissedebilirler. Bu hissiyat sonucunda başkalarına ait paylaşımları kendi hayatlarıyla, bedenleriyle kıyaslayıp özgüven olarak düşük ve depresif hissedebilirler. Literatürde bulunan çalışmalar bu psikolojik etkileri desteklemektedir. Günümüzde sosyal medya kullanımının artması ile konunun araştırılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte beraberinde gelen problemler insanların ruh sağlığını etkileyebilmektedir. Sosyal medya ve depresyon arasındaki ilişkiyi inceleyen çok fazla çalışma mevcuttur. Sosyal medya kullanımının depresif belirti düzeyleri açısından önemi büyüktür. Aynı zamanda sosyal medya kullanımının özgüveni etkilemesi de aynı öneme sahiptir. Sosyal medya kullanımının bu tip sonuçlarını önlemek adına risk grubunda bulunan insanlara, sosyal medyanın fazla kullanımının olumlu ve olumsuz sonuçları hakkında bilgi vermenin öneminin olduğu düşünülmüştür.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu Araştırmamın temel amacı üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmaya dair şu hipotezler test edilecektir;

- Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, depresif belirti düzeyi ile ilişkilidir.
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı arttıkça, özgüven eksikliği ve depresif belirti düzeyleri artar.
- Sosyal medya kullanımı arttıkça öz-güven eksikliğinin artabileceği öngörölmüştür.
- Sosyal medya kullanımı arttıkça depresif belirti düzeyinin artabileceği öngörölmüştür.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kavramı

İnsanlar varoluşlarının ilk zamanlarından günümüze kadar güvenliklerini sağlayabilmek ve hayatlarını devam ettirebilmek amacıyla bir araya gelmişler ve sosyalleşmişlerdir. İnsanlar, benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle sosyalleşme eğilimindedir. Sosyal Medya Platformları, bireylerin karar verme süreçlerinde yardımcı olmaktadır. Sosyal çevreden alınan öneri ve görüşler, herhangi bir konuda karar verirken büyük önem taşımaktadır. Örneğin, yeni bir film hakkında bilgi edinmek, ev veya araba almak isteyenler, iş arayanlar gibi durumlarda, kişiler genellikle kendi sosyal medya çevrelerine danışarak fikir alışverişinde bulunurlar. İnternetin ilk zamanlarında, bilgisayarlar arasında güvenilir elektronik ağlar kurulmuştur (Safko ve Brake, 2010).

Sosyal medya kavramı, literatürde pek çok tanıma sahip olmakla birlikte ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Yapılan tanımların çoğunda, web siteleri üzerinden sosyal içeriklerin paylaşıldığı ve kullanıcı tarafından oluşturulduğu vurgulanmaktadır. Sosyal medya, online olarak üyelik sağlanabilen bir medya platformudur ve kullanıcıların kaydettiği ses dosyaları, haberler, videolar ve görseller web sitesi aracılığıyla sunulmaktadır (Köksal ve Özdemir, 2013).

Sosyal medya, internet tabanlı bir uygulamadır ve kullanıcıların ürettiği paylaşımlara izin verir. Bu paylaşımların yer aldığı, teknik ve siyasi temelleri 'Web 2.0' olan bir kavramdır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Kullanıcıların, internet üzerinden birbirleriyle kurdukları diyaloglar ve içerik paylaşımları sosyal medyayı oluşturmaktadır. Sosyal mecralar, bloglar, çevrimiçi sohbet uygulamaları, forumlar gibi bireylerin birbirleriyle diyalog kurmasını ve içerik paylaşmasını sağlayan platformlar aracılığıyla, kişilerin ilgi alanlarına yönelik içeriklere ulaşılmasını sağlar. Bu durum ilk etapta kişiler arası bir diyalog gibi görünse de esasen paylaşıma açılan bilgiler, bu içerikle ilgilenen kişilerin hızla artmasını sağlamaktadır (Öztürk ve Talas, 2015).

Sosyal medyanın son yıllarda kazanmış olduğu popülerlik ve kendine özgü nitelikleri pazarlama ile ilgili uygulamalarda da bir çığır açmıştır. Sosyal Medya Platformları bir kurum ya da kuruluşun hizmet ve ürünlerinin reklamını yapma ya da tanıtmaya şekillerini değiştirmiştir (Faulds ve Mangold, 2014).

Web 2.0 teknolojisinin icadı, iletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, sosyal medya kavramını medya kavramına dahil etmiştir. Zaman içerisinde etkinliğini ve çeşitliliğini artıran Sosyal Medya Platformları, başlangıçta yalnızca iletişim ve arkadaşlık kurmak amacıyla kullanılırken kısa sürede kullanıcıların iletişim sağlama, oyalanma, stres atma, eğlenme, bilgi edinme gibi isteklerini çift yönlü iletişim ile karşılayan ve kullanıcıları hızlı bir şekilde kuşatıp kontrol altına alan bir medya aracı haline gelmiştir (Ayman, 2013). Çok eski bir tarihi olmayan sosyal medya ağları, bugüne gelindiğinde markalar, kurumlar ve insanlar için vazgeçilmez bir konuma gelmiş ve insanların yaşamlarının bir parçası olmuştur.

Sosyal medya; bilgi, içerik ve haber paylaşımlarının takibi ile okur yazarlık tutum ve davranışlarının değişmesine imkân yaratmaktadır. Sosyal Medya Platformları kullanıcılara karşılıklı olarak paylaşım fırsatı tanıyan platformlardır (Polat, 2016)

Sosyal medya; sosyal topluluklar ve ağlardan oluşan karşılıklı tecrübe, fikir ve bilgilerin paylaşılmasına imkân tanıyan internet topluluklarıdır. Sosyal medya ağları, web sitelerinde olduğu gibi içerik üretmemektedir. Sosyal Medya Platformlarında içerik kullanıcı tarafından yaratılmakta, oluşturulan bu içerikler ile farklı kullanıcılarla etkileşimde bulunmaktadır. Etkileşim ve kullanıcı sayısı yükseldikçe içinde bulunmuş oldukları platformlarda büyümektedir.

2.2. Sosyal Medyanın Önemi ve Özellikleri

Sosyal Medya Platformları, bireysel kullanıcıların yaşantısında son derece önemli bir konumdadır. Günlük hayatlarında bireyler birtakım gereksinimlerini karşılayabilmek için zamanlarının çoğunu Sosyal Medya Platformlarında geçirmektedir. Sosyal medya kullanan bireyler bu vasıta ile alışveriş yapmakta, eğlenmekte, iletişim kurmakta, haberlere ve bilgilere ulaşmaktadırlar. Bugüne gelindiğinde bilhassa akıllı telefon konusunda yaşanan gelişmeler, mobil internetin

sağladığı imkanlarla kullanıcılar sosyal medyada hiçbir engel ile karşılaşmadan, istedikleri yer ve zamanda gerçek zamanlı olarak bilgi, düşünce ve duygularını paylaşarak iletişim kurmaktadır (Franco ve Carrier, 2020). Böylece bireyler, sosyal medya ağlarında deneyim, hikâye, müzik, resim ve yazı paylaşarak, yapılan paylaşımlara görüş bildirerek istedikleri kişi ya da kişilerle direkt diyaloga girebilmekte, iletişim halinde olabilmektedir. Bu durum, markaların pazarlama faaliyetlerinde geleneksel medya araçlarına kıyasla sosyal medya araçlarına daha fazla ilgi göstermesine neden olmuştur. Sosyal medya araçlarının bu ilgi çekici özellikleri arasında aracısız iletişim sağlama, daha güvenilir algılanma, ücretsiz olma, hızlı ve kolay değerlendirme ve ölçüm yapabilme imkanı, hedef kitleyle ilgili ayrıntılı bilgi sağlama ve hızlı olma gibi özellikler yer almaktadır. Ancak, Sosyal Medya Platformlarının değeri ve gücü kullanıcı sayısına bağlıdır. Kullanıcı sayısı ne kadar fazla ise, etki gücü de o kadar fazla olur (Kara, 2013). Bu nedenle, bazı sosyal medya ağları, yüksek kullanıcı sayısı ile markalar ve kullanıcılar tarafından değerli ve önemli olarak algılanırken, düşük kullanıcı sayısı olan ağlar kısa sürede etkisini ve önemini kaybedebilir.

Sosyal Medya Platformlarında gündemi oluşturan konular; günlük yaşantıda olan gündelik sohbetler, ilgi çeken trendler ve konular, genel duygu ve düşüncelerdir. Sosyal Medya Platformları, yöneticiden çalışana, eğitimciden gazetecilere değin her kesimin görüş paylaştığı ve içerik takip ettiği ortamlardır. Sosyal medya, sahip olduğu bu imkanla birbirinden farklı noktalarda bulunan milyonlarca kullanıcının eş zamanlı olarak iletişime geçebildiği global bir mecraadır. Bu yeni iletişim ortamı sayesinde kişiler duygu ve düşüncelerini baskılanmaksızın ifade edebilmekte ve fikirlerini global çapta duyurabilme imkânı bulmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015).

Sosyal Medya Platformlarının özellikleri aşağıda sıralanmıştır;

- Katılım: Sosyal medya, ilgili kişileri motive ederek, izleyen, dinleyen ve medya arasındaki mesafeleri yok etmektedir.
- Açıklık: Sosyal Medya Platformlarının genelinde geribildirim ve katılım açıktır. Açıklık özelliği kullanıcıların yorum yapmasında ve bilgi paylaşımında etkin rol oynamaktadır.

- İnteraktif iletişim: Geleneksel medya araçlarında içerikler izleyen bireylere tek taraflı olarak sunulurken, sosyal medya araçlarında çift yönlü aktif bir iletişim olduğu görülmektedir.
- Topluluk: Sosyal Medya Platformlarında olan kullanıcılar etkin bir biçimde diğer kullanıcılarla iletişim halindedir. Bu mecradaki kullanıcılar ilgi alanlarının ortak olması nedeniyle bir araya gelmekte ve bilgi paylaşımında bulunmaktadır.
- Bağlantısallık: Sosyal medya kanallarının gelişimi, diğer bireylerin, kaynakların ve internet sitelerinin katkısıyla gerçekleşmektedir. Sosyal medya kavramı ise sosyoloji ve teknoloji kavramları ile iç içe geçmiştir.
- Medyada içerik Oluşturma: Sosyal Medya Platformlarının dikkat çeken özelliklerinden bir tanesi de medya platformlarında içerik oluşturmaktır. Sosyal medya ağlarında içerik oluşturmak için muhabir ve gazeteci olma sınırını sosyal medya, içerik oluşturma özelliğiyle ortadan kaldırmıştır (Öztürk ve Talas, 2015).

Kullanıcıların Sosyal Medya Platformlarında sergilemiş oldukları hareketler, yapmış oldukları paylaşımlar kendileri ile ilgili bilgi vermektedir. Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden bir tanesi de kullanıcı bilgilerinin veri tabanında saklanmasıdır (Özgüven, 2015). Bu yolla elde edilen bilgiler ile hedef kitleye uygun özelleştirilmiş reklam içerikleri üretilmektedir (Şener ve Kuş, 2015).

Sosyal medyada bulunan bilgiler sayesinde kullanıcılar farklı kullanıcılar ile ilgili bilgi toplayarak topluluk ve bağlantı oluştururken, markalar da elde edilen bu bilgileri reklam çalışmaları için kullanmaktadır. Bu sayede sosyal medyanın günlük hayatta yaygın olarak kullanılması, kişilerin satın alma davranışlarını, tüketim tercihlerini, ürün, hizmet ve marka seçimlerini de etkilemektedir.

2.3. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Son dönemlerde küresel boyutta sosyal medya araçlarının popülaritesinde artış yaşandığı görülmektedir. 2004 yılının başlarından itibaren, bir sosyal medya aracı olan Facebook'un milyarlarca aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Carlsson, 2010).

Kişilerin profesyonel ya da sosyal bir etkileşim yaratmak amacıyla sosyal medya kullandıkları ifade edilmektedir. Sosyal medyanın kolaylıkla paylaşım yapılabilecek ve internette yer alan bilgilerin sindirilmesinde fayda sağlayacak bir platform haline geldiği söylenmektedir. İletişim konusunda kurulan web siteleri işletmelere bazı fırsatlar yaratmıştır. İşletmeler bu web siteleri sayesinde e-posta üzerinden müşterileri ile iletişim sağlamak ve tanıtım kampanyalarını gerçekleştirmektedirler. Fakat sosyal medya araçlarının pazarlama alanında da yer alması ile beraber işletmeler, müşterilerin ihtiyaçlarını kolaylıkla tespit edebilmekte ve daha hızlı bir şekilde iletişim kurabilmektedir. Öte yandan sosyal medya araçları, sorun çözme aşamasında da harekete geçme kabiliyetlerini arttırmaktadır (Andzulis ve ark., 2012). Herhangi bir uygulamanın ya da web sitesinin sosyal medya kapsamında değerlendirilebilmesi için yayını gerçekleştiren kişilerden farklı olarak mekân, zaman gibi kısıtlamaların olmaması, üyelerin olması, üyelerin içeriğe onay vermesi ve üyeler arasındaki iletişim durumuna olanak sağlaması gerekmektedir (Ying, 2012).

Bu tarz sosyal paylaşım siteleri çift yönlü ve aynı anda bilgi paylaşımını mümkün kılan etkileşim sistemi şeklinde tanımlanmaktadır. Mekân ve zaman gibi unsurların etkilemediği, paylaşım yapmayı ve bilgi alışverişini esas alan bir iletişim şekli olarak nitelendirilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları birbirine destek olabilmekte, katkı sağlayabilmekte, iletişim kurabilmekte ve sorular sorabilmektedir. Bu nedenle Sosyal Medya Platformları bir bakıma gayri resmi bir eğitim aracı şeklinde de değerlendirilmektedir (Kuyucu, 2015).

Sosyal medya her ne kadar günlük yaşamın bir parçası haline gelse de çok eski bir geçmişe dayanmamaktadır. 1970'li yılların sonunda ortaya çıkan sosyal medya Usenet'e dayanmaktadır (Kuyucu, 2015). Usenet kullanıcıların birbiri ile tartışmasını ve çevrimiçi ortamda mesajlaşmasını sağlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Usenet'ten sonra ise 1995 senesinde Clasamates.com sitesi kurulmuştur. Bu site sayesinde kullanıcılar çevrimiçi bir platformda eski okul arkadaşlarına ulaşabilme şansını elde etmişlerdir (Arslan, 2015). Sixdegrees.com sitesinin 1997 yılında kurulmasıyla beraber kullanıcılar kendilerine özel bir sayfa açarak arkadaş listesi oluşturmaya başlamışlardır (Koçyiğit, 2015). Öte yandan kurulan bu platform sayesinde kullanıcılar tanımadıkları kişiler ile de iletişim kurabilmişlerdir (Dilmen ve

Öğüt, 2010: 240). Ryze.com'un 2001 senesinde kurulmasıyla birlikte profesyonel sosyal medya araçları kurulmaya başlamıştır (Özata, 2013). Ryze.com'un eksik kaldığı konuları ortadan kaldırmak amacıyla Friendster sitesi kurulmuştur (Karal, ve ark., 2017). Daha sonra ise 2003 senesinde MySpace, 2004 senesinde Facebook, 2006 senesinde Twitter ve 2010 senesinde Instagram gibi Sosyal Medya Platformları kurulmuştur. Sosyal medya araçları sürekli olarak gelişmekte ve yeni Sosyal Medya Platformları kurulmaktadır. Zaman ilerledikçe kullanıcılar Sosyal Medya Platformlarına daha fazla yönelmekte ve bu platformlar giderek önem kazanmaktadır.

2.4. Sosyal Medya Kullanım Nedenleri

Kişiler sosyal medya ağlarını başkalarını etkilemek ve seçici şekilde kendilerini sunmak amacıyla kullanmaktadır (Evans ve Mckee, 2010). Genç yetişkinlerin (18-25 yaşlar) yaşamında bağımsızlık ve özgürlük kazanımının bir ihtiyaç olduğu teorisini Arnett ileri sürmektedir (Arnett, 2000). Bu teori özellikle keşif döneminde yer alan üniversite öğrencilerini kapsamaktadır. Kendini ifşa etme durumu yetişkinlik sürecinde kimlik mücadelesi şeklinde önümüze gelmektedir (Pempek ve ark., 2009).

Bireylerin kendileri ile ilgili Sosyal Medya Platformlarında paylaşımda bulunmaları benlik duygusunun gelişmesini etkileyen bir unsurdur. Birçok birey kendini popüler hissetmek amacıyla sosyal medya ağlarını kullanmakta, daha fazla kişi eklemeye çalışmakta ve daha fazla beğeni kazanmak istemektedir. Pempek ve arkadaşlarının 2009 yılında yapmış olduğu bir araştırmaya genç yetişkinlerden bir grup katılmış ve ortalama 358 kişi Facebook arkadaşı olduğu yönünde bilgi vermiştir. West ve arkadaşları tarafından 2009 yılında gerçekleştirilen bir diğer çalışmada ortalama 200 kişi Facebook arkadaşı olduğunu bildirmiştir (West ve ark., 2009). Öte yandan genç yetişkinler internet üzerinden sanal bir kimlik oluşturmakta, bu kimlik aracılığı ile diğer kullanıcıları etkilemek maksadıyla ideal bir benlik biçimlendirmektedirler. Bu iyileştirme yöntemini kullanarak özsaygı kazanmayı hedeflemektedirler (Urista ve ark., 2009). Sosyal ağlar sadece kendini ifşa etme eyleminin gerçekleştirildiği mecralar değildir. Aynı zamanda farklı kullanıcıların ifşaları ve akabinde gelişen iletişim davranışları ile ilgili görüşlerini de şekillendirmektedir (Evans ve Mckee, 2010). Başka kullanıcılardan beğeni ve yorum

almak kişilerin kendileri ile ilgili tutumları üzerinde iyileştirici etki yaratmaktadır. Beğeni almak, mesajlara zamanında dönüş almak bireylerde memnuniyet sağlamakta ve benlik duygusunu geliştirmektedir (Sponcil ve Gitimu, 2013).

Sosyal bir varlık olan insan, iletişim kurma eğilimi göstermektedir. Öte yandan genç yetişkinlerin ve ergenlerin bağlantı kurma şekilleri Sosyal Medya Platformlarının yaygınlaşması sonucu gözle görülür şekilde farklılaşmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan genç yetişkinler, sosyalleşmek ve iletişim kurmak için bir günde ortalama 39 dakika yüz yüze iletişim kurarken, Sosyal Medya Platformlarında günde ortalama iki ila üç saat geçirdikleri gözlemlenmiştir (Amerika Birleşik Devletleri Çalışma Bakanlığı, 2017). Bu genç yetişkinlerin yaklaşık %20'si, telefon veya yüz yüze görüşme yerine Sosyal Medya Platformları aracılığıyla iletişim kurmayı tercih etmektedir. Sosyal Medya Platformları, genç yetişkinler arasında bağlantı ve duygusal destek için birçok imkân sunmasına rağmen, sosyal medya kullanımı yüz yüze duygusal destekten daha düşük seviyede ve daha fazla sosyal izolasyon, anksiyete ve depresif belirti düzeyi ile ilişkilendirilmiştir. Diğer araştırmalar ise karışık sonuçlar elde etmiş ya da sosyal medya kullanımını ergenler arasında esenliğe bağlayan hiçbir kanıt bulamamıştır (Shensa ve ark., 2020).

Sosyal medya ağlarının kullanım sebeplerinden biri iş hayatıdır. Özellikle pazarlama uygulayıcıları ve akademisyenler için Sosyal Medya Platformları kritik bir ilgi alanıdır. Yapılan araştırmalar, pazarlamacıların çoğunluğunun (%88) Sosyal Medya Platformlarını kullandığını ve yılda 60 milyar dolardan fazla sosyal medya reklamcılığına harcadıklarını göstermektedir (Franco ve Carrier, 2020). Gelecekte, Sosyal Medya Platformları aracılığıyla tüketicilerle etkili bir iletişim kurmanın pazarlamacılar için büyük bir getiri sağlayacağı tahmin edilmektedir (Whiting ve Williams, 2013).

2.5. Sosyal Medya Kullanım Nitelikleri

Kim ve Ko tarafından 2011 yılında yapılan araştırmada, Sosyal Medya Platformlarının kullanım özelliklerinin, lüks moda markalarının gelecek dönemde kar elde edebilmelerinde önemli bir etkisi olduğuna dikkat çekmişlerdir. Araştırma bulgularının değerlendirilmesi sonucunda Sosyal Medya Platformlarının kullanım nitelikleri ile marka denkliği arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kim ve Ko, 2012).

Zahid ve Ahmed tarafından 2014 yılında gerçekleştirilen araştırmada, hazır giyim markalarının sosyal medyada yer alan pazarlamasında; satın alma niyeti, marka denkliği ve müşteri ilişkileri üzerindeki etkileri incelemiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde sosyal medya pazarlamasında marka farkındalığının, ağızdan ağıza reklamın ve müşteri memnuniyetinin satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal medya pazarlamasının, satın alma niyetine direkt bir etkisi olmadığı, satın alma niyetinin müşteriye gösterilen ilgiye bağlı olarak arttığı da elde edilen sonuçlardan arasındadır (Zahid ve Ahmed, 2017). Sosyal medya kullanım nitelikleri ağızdan ağıza reklam, popülerlik, etkileşim, eğlence, özelleştirme olmak üzere beş grupta incelemek mümkündür.

2.5.1. Eğlence

Günümüzde pek çok insan film, dizi ya da TV programlarını izlemek yerine Sosyal Medya Platformlarını eğlence kaynağı olarak kullanmaktadır. Sosyal Medya Platformlarını kullanan bireyler genellikle hesaplarına giriş yaparken eğlenmek amacı gütmektedir. Video akışı ve içerik paylaşımının yanında oyunlar oynamakta yaygın olarak görülen sosyal medya ağlarındaki faaliyetlerden biridir. Günümüzde eğlence ve iletişim birbiriyle doğru orantıda ilerlemektedir. Sosyal medya ağları aracılığı ile bireyler keyif aldıkları oyunları oynarken aynı zamanda diğer kullanıcılarla iletişim de kurabilmektedir. Bu oyun ve uygulamalar için çokça seçenek de sunulmaktadır (Zahid ve Ahmed, 2017).

2.5.2. Etkileşim

Günümüzde sosyal medya ağları bireylerin günlük yaşantısında bir rutin haline gelmiştir. Bireyler gün içerisinde Sosyal Medya Platformlarında etkileşime girme eğilimi göstermektedir. Bireyler Sosyal Medya Platformlarını günlük hayatlarına entegre etmeyi sürdürdükçe, işletmelerin kişilerin rağbet gösterdiği kanallarda bulunmaları ve sevilen türde içerikler paylaşarak sosyal medya ağlarındaki müşterilere ulaşmaları önemli bir hal almıştır (Franco ve Carrier, 2020).

Bireylerin yaklaşık olarak %30'u içeriği paylaşarak, yayınlayarak ya da beğenerek Sosyal Medya Platformlarında günde 10 kereden fazla etkileşimde bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının hemen hemen tamamı (%94) Sosyal Medya Platformlarında içerik paylaşmaktadır ve içerik paylaşan kullanıcıların %42'si bunu günde en az 1 defa yapmaktadır. Sosyal medya ağı kullanıcılarının

paylaşımlarının %46'sı video, %47'si duyurular, %69'u ise resimlerden oluşmaktadır (Pempek ve ark., 2009).

Sosyal medya kullanıcılarının %52'si sıklıkla Facebook'a erişim sağlamaktadır. Facebook, insanların hem kendi içeriklerini paylaşımlarını (%52) hem de başkasının içeriğini beğenmelerini/paylaşımlarını sağlayan en popüler platformdur (%54). Ayrıca, sosyal medya kullanıcılarının neredeyse yarısı (%48) başkasının içeriğini beğenme/paylaşma olasılığı daha yüksek iken (%24) kendi içeriklerini paylaşma eğilimindedirler (Aktaş, 2019).

2.5.3. Popülerlik

Hootsuite'in her yıl yayınlanan 2019 global raporuna göre, sosyal medyadaki en popüler konular şu şekildedir (Çakmak, 2018);

- Yeniden güven yaratmak: 2018 yılında sosyal medyada yaşanmış bazı olaylar insanların Sosyal Medya Platformlarına olan güvenini zedelemiştir. Kullanıcıların %60'ı kişisel bilgilerinin kendilerinden habersiz bir şekilde yayılmasından dolayı Sosyal Medya Platformlarına güven duymadıklarını belirtmiştir. Sosyal Medya Platformlarının kaybettikleri bu güveni tekrar kazanabilmeleri için Instagram veya Twitter gibi platformlarda özel gruplar ya da çeşitli hashtagler açmaları gerekmektedir.
- Sosyal hikâye kullanımı: 2018 yılında sosyal medyada büyük ilgi gören 24 saat kalan sonra da kaybolan hikayeler ilk olarak Snapchat'te kullanılmıştır. Dikkat çeken bu paylaşım şekli Snapchatten sonra Whatsapp, Facebook, Facebook Messenger ve Instagram tarafından da kullanılmıştır. Sosyal Medya Platformlarından yararlanan işletmeler ise hesaplarından yeni gönderiler ve hikayeler paylaşarak dikkat çekmeye çalışmaktadır.
- Sosyal medya satışı: Sosyal Medya Platformlarının günlük yaşamda sıkça kullanılmasından dolayı işletmeler de bu platformlar üzerinden satış yapmaya başlamıştır. Bu durumda markaların izlemesi gereken yol ise Instagramda post olarak paylaştıkları içeriklerin ve hikayelerin satışa yönelik olmasıdır. Kullanıcılar takip ettikleri markaların hikayelerinden otomatik olarak satış sayfasına yönlendirilmektedir (Kısaç ve Şensoy, 2017).

2.5.4. Özelleştirme

Markalar açısından sosyal medya önemli bir yere sahiptir. Bu durumda marka ile örtüşen tutarlı bir deneyim sağlamak çevrimiçi pazarlama konusunda büyük önem arz etmektedir. Özel olarak tasarlanan Sosyal Medya Platformları müşteriler açısından tecrübe sağlamakta, marka sadakati oluşturmakta ve şirket kültürü konusunda yeni bakış açıları yaratmaktadır. Müşteriler zaman içerisinde satın almaya yönelik daha fazla karar almakta ve Sosyal Medya Platformlarına güven duymaktadır. Öte yandan tüketiciler ile iletişim halinde olmak ve markaları Sosyal Medya Platformlarında gözlemlemek, markalar açısından yararlı olmakla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda arama motoru optimizasyonunda da önemli bir yer almaktadır. Markalar açısından Sosyal Medya Platformlarının kişiselleştirilmesi önem taşımaktadır. Markaların içerikleri ve takipçi etkileşimlerinin artış göstermesi, arama motorundaki sıralamanın ve arama trafiğinin artmasına da olumlu yönde etki etmektedir (Çakmak, 2018).

2.5.5. Ağızdan ağıza reklam

İnsanlar sürekli olarak ihtiyaçları, duyguları, deneyimleri, markalar ve ürünler ile ilgili konuşmaktadır. Bu nedenle ağızdan ağıza reklam yeni ortaya çıkmış bir kavram değildir. İnteraktif sosyal medyanın gelişim göstermesiyle beraber, ağızdan ağıza reklam kavramının etkisi ve üstlenmiş olduğu rol değişim göstermektedir. Bu değişim sayesinde yeni çevrimiçi topluluk biçimleri şekillenmektedir. Ortaya çıkan bu değişiklikler, işletmelerin pazarlama için ağızdan ağıza kavramının gücünden faydalanma yöntemlerini aramasına yol açmaktadır (Aktaş, 2019).

Ağızdan ağıza reklam sosyal medya döneminde hızla yol almaktadır. Sosyal Web'in ölçeği, gerçek zamanlı doğası ve hızı, kişilerin kendini ifade etme ve paylaşma ihtimallerinin artış göstermesi de bu konuda etkin bir rol almaktadır. Sosyal Medya Platformlarında yer alan işletmeler kendileri ile ilgili söylenenleri, rakiplerini ve pazarlarını dinlemektedir. Duyduklarını dikkate almaları ve gerektiğinde karşılığını vermeleri gerekmektedir. Yani sosyal medyadaki değişimleri takip etmeleri ve bu değişimlere ayak uydurmaları gerekmektedir (Kısaç ve Şensoy, 2020).

2.6. Sosyal Medya Kullanımının Etkileri

Sosyal Medya Platformlarının kullanımı insanları farklı yönlerde etkilemektedir. Spor, siyaset, moda, sağlık gibi pek çok konudaki görüşlerinin şekillenmesine Sosyal Medya Platformları etki etmektedir. Bu konulardaki değişimler ve gelişimler sosyal ağlar sayesinde hızlıca duyulmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler karşısındaki tutumlarını bireyler beğeni veya yorum aracılığı ile belirtmektedirler. Bunun sonucunda bireylerin davranışları ve düşünceleri etki altında kalmaktadır (Toruk, 2008).

Kullanıcıların üzerinde Sosyal Medya Platformlarının hem olumlu hem de olumsuz etkiler olabileceği söylenmektedir. Bireylerin sosyallik kazanması, bilgi erişiminin hızlanması, ortak ilgi alanları olan kişilerle bir araya gelebilmesi, yalnızlık hissinin giderilmesi ve iş imkanları sunması Sosyal Medya Platformlarının olumlu yönleri arasında yer almaktadır. Öte yandan bireylerin yüz yüze iletişimden uzaklaşması, gerçek hayattan kopması, ailesini geri plana atması, sosyal medya veya oyun bağımlılığı ise Sosyal Medya Platformlarının olumsuz yönleri arasında gösterilmektedir (Çakmak, 2018).

Sosyal Medya Platformlarının kullanımı kişilerin ruh sağlığına dolaylı yollardan etki etmektedir. Bu duruma örnek vermek gerekirse gençlerde depresif belirti düzeyine etki eden en önemli unsurlardan biri uykusuzluktur. Sosyal Medya Platformlarının ise uykusuzluğa yol açabileceği ya da uykusuzluk durumunu şiddetlendirebileceği söylenmektedir. Yapılan çalışmalarda, ergenlerin %60'ının telefonlarında fazla zaman geçirdiği görülmektedir. Uyumadan önce telefonla ilgilenen kişilerin akranlarına göre ortalama bir saat daha az uyudukları sonucuna varılmıştır. Uykuya geçme süresini elektronik ekranlardan gelen mavi ışık geciktirmektedir. Sonuç olarak uykusuzluk problemi ile karşı karşıya kalan bireylerin gün içerisinde odaklanmakta zorlandıkları ve yorgun oldukları görülmektedir (Miller, 2018). Bilgiye hızlı ulaşma kolaylığı sağlayan Sosyal Medya Platformlarında, yayınlanan her bilginin doğru olmaması ve bilgi kirliliğinin oluşması da insanlarda belirsizlik duygusu uyandırdığı için olumsuz etkilerine örnek gösterilmektedir.

Alan yazına bakıldığında Sosyal Medya Platformlarının kullanımındaki etkenlerin birçok araştırmaya konu olduğu görülmektedir. Bu konu ile alakalı olarak Pelling ve White (2009) yaptıkları araştırma neticesinde kişilerin diğer insanlar ile

etkileşim içerisinde olma ve bir yere ait hissetme arzularının karşılandığını tespit etmişlerdir. Kietzmann ve diğerleri (2011) ise Sosyal Medya Platformlarının öğrenmeye katkı sağladığı şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Öte yandan Jones ve diğerleri (2010) genç bireylerde sosyal medya kullanımının sosyal bağlılığı arttırdığını ve iletişim kabiliyetini geliştirildiğini vurgulamaktadır (Doğan ve Karakuş, 2016).

Sosyal Medya Platformlarının olumsuz yönlerini azaltmak için bazı önlemler alınmalıdır. Küçük yaştaki kişilerin sosyal medya kullanımı aileleri tarafından kontrol edilmelidir. Bireylerin depresyonda olma ihtimali unutulmamalı ve depresif belirti düzeylerine dikkat edilmelidir. Sosyal Medya Platformlarının sağlıklı kullanımı için denge odaklı davranmak gerekmektedir. Aynı zamanda sosyal etkileşimin de sürdürülebilirliği devam ettirilmelidir. Bu yöntem sayesinde kişiler özgüven ve kimlik etkinliklerinden de faydalanabilmektedir (Franco ve Carrier, 2020).

2.7. Özgüven

Çalışmanın bu bölümünde özgüven kavramı ele alınacaktır. Bu bağlamda araştırmaya konu olan değişkenlerden özgüven kavramı, özgüvenin oluşumu ve gelişimi, oluşum ve gelişimine etki eden unsurlar, dış ve iç özgüven, düşük ve yüksek özgüvenin nitelikleri ve özgüvenin sonuçları gibi konularda bilgi verilmiştir.

2.7.1. Özgüven kavramı

Özgüven kavramı, bireyin kendisi ile ilgili olarak olumlu duygular geliştirmesi neticesinde kendini iyi hissetme durumudur. Başka bir ifade ile bireyin kendi olmasından duyduğu memnuniyet ve kendisi ile barışıklık halidir (Şahin, 2016).

Lindenfield'in 1997 yılında özgüven kavramını; kişinin kendisi olmaktan mutluluk duyması ve neticesinde çevresiyle uyumlu bir şekilde hayatına devam etmesidir (Lindenfield, 1997). Özgüven; bireyin kendi davranışlarına verdiği değerdir. Özgüvenin gelişimini, okul arkadaşları, öğretmenler ve ebeveyn tutumları etkilemektedir (Kocaarslan, 2009). Bir başka ifade ile özgüven kişinin kendi ile barışık olması ve kendini olduğu haliyle kabullenmesidir. Kişi, özgüven duygusunu kazanırken olumlu ya da olumsuz tüm duygu ve özelliklerinin farkındadır. Korku ve

endişeleriyle yüzleşerek yeteneklerini fark eder ve objektif bir şekilde kendini tanımaktadır (Erkek Patır, 2016).

Son derece önemli karakteristik bir özellik olan özgüven, bireylerin zorluklar karşısında mücadele etmesini kolaylaştırmakta, hayatın içinde var olan sorunlara ise gerçekçi bir yaklaşım içinde olmalarını sağlamaktadır. Özgüvenin kazanılma süreci, hayatın önemli zorlukları karşısında başa çıkma gücünü elinde bulundurma ve mutlu olmaya değer bir birey olma deneyimidir (Kurtuldu, 2007).

Bireyin kendi davranışları ve bedeniyle kontrol ve yönetim sağladığı farkındalığına sahip olması olarak tanımlanan özgüven, kişinin çevresiyle olan ilişkilerinde belirleyici bir rol oynayan en önemli faktörlerden biridir (Kurtuldu, 2007). Özgüven, bireyin tutumlarını, davranışlarını ve tavırlarını belirleyen ve kişisel değerlendirmeleri kapsayan bir kavramdır. Bireyin kendini tanımlama ve algılama sürecindeki öznel tutum, bireyin özgüvenini yansıtan bir davranıştır. Kendini değerli ve saygın hisseden bir birey yüksek özgüvenli olurken, kendisini değerli hissetmeyen ancak bu hissin varlığını kabul etmediği için savunmacı bir özgüven geliştiren bireyler de vardır (Çelik, 2014).

Özgüven, bireyin kendini tanıması, olduğu haliyle kendini kabul etmesi, değerinin farkında olması, yeterli olduğunu düşünmesi, kendini sevmesi ve kendiyile ilgili olumlu duygular hissetmesi gibi durumlara bağlı bir kavramdır (Eldeleklioğlu, 2004). Feltz (1988) özgüven kavramını genel bir özellik olmaktan ziyade daha çok kişinin belirli bir faaliyeti başarıyla yapacağına inanması, kendi karar, güç, yetenek ve yargılarına güvenmesi olarak ifade etmektedir (Bilgin, 2011). Hambly (2003) ise özgüveni bireyin kendi kabiliyetlerine kesin olarak inanması olarak tanımlamıştır. Akgündüz (2006)'e göre özgüven; kişinin kendisiyle ilgili olarak pozitif duygular geliştirmesiyle yaşadığı iyi oluş hali ve bu his neticesinde gerek kendisiyle gerekse çevresiyle barışık olması olarak ifade edilmektedir. Başka bir deyişle, özgüven; bireyin, bir olayla başa çıkabilme başarısı ve kabiliyetiyle ilgilidir (Kocaarslan, 2009). Koç ve Gün (2006) ise özgüven kavramını, doğuştan gelen bir özellik olmayıp yaşam boyu kazanılan problemlerle mücadele edebilme kabiliyeti olarak tanımlamaktadır. Özgüven, kişinin kendi duygu ve yeteneklerini tanıması, kendine güvenmesi ve kendini sevmesiyle ilgilidir (Günalp, 2007).

2.7.2. İç özgüven ve dış özgüven

Özgüven kavramı, iç özgüven ve dış özgüven olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Lindenfield' göre dış özgüven, bireyin çevreye karşı kendinden emin olduğuna dair verdiği davranış ve görüntüdür. İç özgüven ise bireyin kendinden memnun ve barışık olduğuna dair inancıdır. Lindenfield'e göre dış özgüven ve iç özgüven bir arada özgüven duygusunu oluşturmaktadır. Dış özgüven, iç özgüven duygusu ile çevreye yansıtılmış olan görüntü olarak tanımlanırken; iç özgüven, kişinin var olan karakterini doğru bir şekilde algılaması ve bu durumdan memnuniyet duyması olarak tanımlanmıştır. Dış özgüven, duygularını kontrol altında tutabilme, kendini ifade yeteneği ve iletişimi kapsarken, iç özgüven pozitif düşünme, kendine hedef koyma, kendini tanıma ve sevmeyi kapsamaktadır (Lindenfield, 1997).

2.7.3. Özgüvenin oluşumu ve gelişimi

Gelişen toplumlarda ekonomik refah düzeyinin insanların mutlu olması için yeterli bir neden olmayışının gözlemlenmesi ile kişilik psikolojisi alanında araştırmalar daha önemli bir hal almıştır. Yapılan çalışmalar ve savunulan tezler özgüven kavramının bireylerin mutluluğu, başarısı ve ruh sağlığındaki önemini ön plana çıkarmıştır (Soner, 2000). İnsanlarda güven duygusu, bebeklik döneminde başlar. Özellikle hayatın ilk yılları, güven duygusunun gelişimi açısından son derece önemlidir. Bebeklerin ilk yılları, güvensizlik veya güven dönemi olarak da adlandırılır (Gökner, 2010).

Çocuklarda güven duygusunun kazanılabilmesi için süreklilik, tutarlılık ve tanıdıklık olması gerekmektedir. Örnek verecek olursak; çocuğa bakım veren kişi sık olarak değişmiyorsa, davranışlarında süreklilik ve tutarlılık varsa çocuk güven duygusunu kolaylıkla edinebilecektir (Bacanlı, 2004). Lauster (2010)'e göre özgüven, bireylerin doğuştan değil, sonraki dönemlerde adım adım gelişen merkezi bir özelliktir. Öte yandan bireyin hayatında yaşamış olduğu ruhsal çöküntüler ve hayal kırıklıkları sistematik olarak özgüveni zedelemektedir.

Sullivan'ın özgüvenin oluşmasını kişiler arasındaki iletişime dayandırması, anne-baba ve kardeşlerin özgüvenin oluşmasındaki rollerine dikkat çekmesi, özgüvenin gelişmesine yönelik yöntemlere ağırlık vermesi özgüven konusuna önemli katkılar sağlamıştır (Sullivan, 1953).

Göknar (2010)'a göre ise insanlar doğuştan gelen farklı zekâ seviyesine ve yeteneklere sahiptirler. Bir birey hiçbir zaman özgüvenden yoksun veya özgüven sahibi olarak dünyaya gelmemektedir. Özgüven olgusunun oluşması ve gelişmesi tamamıyla hayatla ilişkili bir durumdur. Layık olmak, kabul edilmek ve sevginin her bireyin özünde var olduğunu düşünürsek, özgüven ile ilgili sorunların zaman içerisinde ve çevrenin etkisi ile oluştuğunu söylemek mümkündür (Mutluer, 2006).

Ailelerin çocuklarının doğumuyla beraber kurmuş olduğu ilişki, kişinin yaşama, diğer nesne ve kişilere karşı sergilediği tavırların, benimsemiş olduğu tutum ve davranışların temelini oluşturmaktadır. Bilhassa erken çocukluk döneminde çocukların sosyalleşmesinde ailelerin etkin rol oynadığı, çocukların bu dönemde ebeveynlerini rol model aldığı düşünülürse, ebeveynlerin çocukların sosyal, bilişsel ve duygusal gelişimdeki payının son derece önemli olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bir başka ifade ile ebeveynlerin, çocukların küçük yaşlarından itibaren temel güven veya özgüven duygusunun gelişiminde etkisi çok büyüktür (Kocaarslan, 2009).

Özgüven, insanın hayatının başından itibaren gelişmeye başlayan ve yaşamı boyunca devam eden bir süreçtir. Özellikle hayatın ilk yılları, bebeklerde güven duygusunun gelişmesi açısından son derece önemlidir (Göknar, 2010). Çocuklar, ergenlik döneminde özgüvenlerini şekillendirmeye ve değerlendirmeye başlarlar. Özgüven, erken çocukluk döneminde ailelerin çocuğa verdiği mesajlar ışığında gelişir. Okula başlamasıyla birlikte çocuklar, ailenin yanı sıra arkadaşlarından ve öğretmenlerinden de beslenmeye başlarlar (Bilgin, 2011). Özgüven, bireylerin çocukluktan itibaren başarılarının ve duygularının desteklenmesiyle gelişir. Kişinin mutlu ve sağlıklı bir hayat sürdürmesi bakımından son derece önemli olan özgüvenin oluşumuna ve gelişimine etki eden unsurların incelenmesi gerekmektedir (Bilgin, 2011).

Özgüven, çocuğun dünyaya geldiği andan itibaren çevresel ve biyolojik etkenlerle oluşmaya başlamaktadır. Çocuklar aileleri tarafından gereksinimlerinin doğru zamanda ve doğru şekilde karşılandığında kendini önemli ve değerli hissetmeyi, aileleri tarafından sevildiğinde ise kendini değerli bulmayı ve sevmeyi öğrenmektedir. Bilhassa erken çocukluk döneminde çocukların özgüveni, ebeveynlerinin vermiş olduğu sözel ve sözel olmayan tepkilerle, çocuğa karşı

sergilemiş oldukları eleştiriler, övgüler, tutum ve davranışlar ile gelişmektedir (Kocaarslan, 2009). Kişiliğin gelişim sürecinde kişilerin ruhsal bakımdan daha etkin ve sağlıklı olmasını sağlayan özgüveni, negatif veya pozitif yönde etkileyen unsurların bilinmesi ebeveynler ve eğitimciler bakımından son derece önemlidir (Kocaarslan, 2009).

İlk çocukluk evresi, model olarak öğrenme yönteminin kullanıldığı bir evredir. Ebeveynler bu süreçte çocukları ile yakın ilişkiler kurmaktadır. Bu nedenle çocuklar ebeveynlerini model almaktadır. Özgüven de çocukların ebeveynlerinden öğrenmiş olduğu bir duygudur (Bilgin, 2011).

Özgüven, kendi davranış ve yeteneklerimize vermiş olduğumuz değeri ifade etmektedir. Özgüvenin gelişmesi, okul arkadaşları, öğretmenler ve anne-babalar ile etkileşimin olduğu bir dönemdedir (Kocaarslan, 2009). Okul çağına gelen çocuklar için ebeveynlerinden sonra örnek alabilecekleri en önemli kişiler öğretmenlerdir. Çocuklar, erken çocukluk döneminden itibaren model olarak öğrenmeyi çok iyi kullandıkları için öğretmenlerinin özgüven seviyelerinin düşük ya da yüksek olması okul çağındaki çocuğun özgüven gelişimini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyecektir. Bu bağlamda çocukların özgüveninin oluşmasında ve gelişmesinde sağlıklı bir aile yapısından sonra gelen ikinci önemli nokta sağlıklı bir okul ortamının olmasıdır (Mutluer, 2006). Çocuklarda özgüvenin oluşmasında yalnızca annenin varlığı yeterli değildir. Baba ve annenin varlığı, ebeveynlerin özgüven düzeyleri, karşılıklı iletişimleri, ebeveynlerin sevgiyi gösterme biçimi, eğitimcilerinin tutum ve davranışları, akrabaları ya da yaşantısındaki önemli yetişkinlerin aralarındaki ilişkiler gibi pek çok durum ve kişi kendine ait olan algısıyla özgüvenin oluşmasında etkilidir (Mutluer, 2006). Özgüven olgusunun oluşumunda dört önemli etken bulunmaktadır (Çevikbaş, 2013).

Bunlar:

1. Bireylerin, diğer bireyler tarafından kendisi için yapılan yorumlara nasıl karşılık verdiği,
2. Bireyin sosyal statüsü, yaşamındaki pozisyonu, kazanmış olduğu başarılar

3. Bireylerin yaşantılarında önemli yeri olan kişilerden gördüğü sevgi, saygı ve ilginin boyutu
4. Bireylerin kendi iradesiyle koymuş oldukları hedeflere ve kendisi adına başka kişiler tarafından koyulmuş hedeflere ulaşma seviyesidir.

Kişilerin kendileri ile ilgili pozitif görüşleri olsa da çevresinin isteklerine karşılık veremediğini hissetmesi ya da çevreden negatif yönde geri bildirim alması özgüven düzeyini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Akagündüz, 2006). Marsh (1990), özgüvenin gelişimini, küçük yaşlardan itibaren oluşmaya başlayan benlik olgusunun bir boyutu olarak ele almaktadır. Buna göre bireyin kendi ile ilgili tavırlarının oluşması, bireyin kendini inkâr ya da kabul etmesi, diğer bireyler tarafından itilmesi ya da kabul görmesine bağlıdır (Kocaarslan, 2009). Sevilen çocukların güven duygusu gelişir ve kabul edildiği hissini duyarlar. Bebeklik dönemimde huzur duygusu verilemediğinde, ileriki dönemlerde de çocukta güvenle ilgili sorunlar gözlemlenmektedir. Verilen bakım sürekli, tutarlı ve affedici olmadığında çocuk hayata karşı kuşkucu ve korkak olmaktadır (Kocaarslan, 2009).

Bu çerçeveden bakıldığında güven olgusu ve güven olgusuna bağlı olarak gelişen öğrenme eğilimi, bebeklerin başta ilgi ve sevgi olmak üzere tüm temel gereksinimlerinin anne tarafından zamanında ve doğru olarak giderilmesi ile ilgilidir (Yavuzer, 2012). Fakat ergenlik döneminde de tıpkı çocukluk döneminde olduğu gibi uyum düzenini ve özgüvenini etkileyen pek çok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar; ergenin eğitim gördüğü okul, kardeş sayısı, kaçınıcı çocuk olduğu, ebeveynlerin eğitim durumu, hayatını sürdürdüğü yerleşim birimi, toplumsal normlar, ebeveyn tutumları, sosyo-ekonomik düzey, akademik başarı, kalıtım, cinsiyet, zeka gibi değişkenlerdir (Mutluer, 2006). Öte yandan karşı cins tarafından istenmemek, kabul görmemek, kişiyi akranlarından ayıran fiziki değişikliklerinin olması benlik saygısını olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Mutluer, 2006).

Özgüven kavramı kişinin yalnızca akademik başarısını değil, mesleki, cinsel, entelektüel, duygusal ve sosyal gelişimini etkileyen son derece önemli bir kavramdır. Özgüvenin küçük yaşlardan itibaren oluşması ve gelişmesi için destek olunduğunda kişi hayatı boyunca her konuda kendini rahatlıkla ifade edebilir, yaratıcı ve sosyal bir

insan olabilir ve kendisi ile ilgili olarak pozitif düşünceler geliştirebilir (Başoğlu, 2007).

Özgüvenin gelişimi karmaşık bir süreçtir ve bu sürecin ilerleyişi her bireyde farklı olabilmektedir. Bazı kişilerde dış özgüven daha yüksek seviyede iken bazı kişilerde iç özgüven daha yüksek seviyede olabilmektedir. Örneğin; bir çocuğun fiziksel özellikleri alay konusu, okul başarısı övgü konusu oluyorsa bu durumdan çocuk olumsuz ve olumlu etkilenebilmektedir. Bu nedenle çocuklara yöneltilen eleştiriler yol gösterici ve yapıcı olmalıdır (Özbey, 2004).

Özgüven düzeyinin düşük olması, genellikle ebeveyn tutumlarından kaynaklanmaktadır. Ancak yalnızca ebeveynler değil, bireyi hayal kırıklığına uğratan bir çevrede özgüvenin ağır şekilde zedelenmesine neden olabilmektedir. Başka bir ifade ile özgüven duygusu yakın çevreden edinilerek devam ettirilmektedir (Mutluer, 2006).

Özgüveni yüksek olan bireyler yeteneklerinin bilincinde, neleri yapamayacağını ya da yapabileceğini bilen, zayıf ve güçlü yönlerini iyi kullanan kişilerdir. Genel olarak girişken yapılarından dolayı yeni şeyler deneyimlemekten çekinmemektedirler. Özgüveni gelişmemiş bireyler ise kendisini yeteri kadar tanımaması sebebiyle yeteneklerinin farkında olmayan, neyi yapabileceğini ya da yapamayacağını bilmeyen kişilerdir. Bu kişiler kendilerinde gurur duyacak bir özellik bulamadığı için depresyona yatkın, içe kapanık kişiler olacağını söylemek mümkündür (Günalp, 2007). Bireyin tüm hayatı boyunca son derece önem arz eden özgüven kavramı özellikle ergenlik döneminde kişilerin kimliklerinin oluştuğu dönemde önemi daha da artmaktadır. Olumlu bir kimlik kazanan kişi, kendini değerli ve önemli hissedecek ve kendine duyduğu saygı artacaktır. Bu saygı da beraberinde özgüven duygusunu getirecektir (Çuhadaroğlu ve ark., 2004).

Rosenberg (1979), ergenlik çağında olan bireylerde özgüven seviyesinin yüksek olmasında hangi unsurların etkili olduğuna dair bir çalışma yapmış, yaptığı ölçümler neticesinde aile ortamının ve sosyal çevrenin önemini vurgulamıştır. Ayrıca yapılan çalışmada ergenlik döneminde farklı yaşlarda özgüven düzeyinde olan farklılıkları belirlemiştir.

Kişinin sosyalleşme döneminde ergenlik kritik bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte arkadaşlık ilişkileri önemli bir rol oynamaktadır. Aile ve arkadaş ortamı iyi olan gençler arkadaşlık kurma konusunda da başarı sağlamaktadır. Bu nedenle okuldaki ve aile ortamındaki keşfetme isteği giderilmelidir. Gençlerin veya çocukların iğnelenmesi, azarlanması, aşağılanması, fiziksel cezalar verilmesi, sürekli olarak eleştirilmesi, başkaları ile kıyaslanması, alay edilmesi, birey olarak görülmemesi özgüvenlerini olumsuz yönde etkilerken saygı görmesi, önemsenmesi, sevilmesi, yetenekli bir birey olarak görülmesi özgüvenlerini olumlu yönde etkilemektedir. Kişiler değerli olduklarını hissettikleri ortamlarda huzurlu hissetmektedirler. Fakat bu ortamlar zaman zaman olumsuz özellikler de taşıyabilmektedir. Bu duruma örnek vermek gerekirse suça meyilli olan gençler bulundukları gruba göre tavır ve davranışlar sergilediklerinde ödüllendirilecek ve takdir edileceklerdir. Bu takdir edilme de beraberinde olumsuz davranışların devamını getirecektir. Böyle bir süreçle karşılaşan genç dışlanacak, cezalandırılacak ve bu durum da özgüveninin sarsılmasına yol açacaktır. Özgüveni sarsılan gence kendini iyi hissettirecek alanlar sunmak (sanat, spor) onu rahatlatacak ve olumlu güven duygusunu tekrardan kazanmasına fayda sağlayacaktır (Erkek Patır, 2016).

Hamachek (1995) kişiler ergenlik döneminde kendilerine daha fazla önem vermektedir. Ancak ergenlik dönemindeki gençler kendilerini beğendirme arzusuna kapılıp etraflarındaki herkesin kendilerini beğendiğini düşünmektedir. Ergenlik dönemindeki kişiler diğer insanların da onların dış görünüşü ile ilgilendiklerini sanmaktadırlar (Kumbaroğlu, 2013). Bu dönemde özgüven duygusunu kazanan gençler bu sayede kendi becerilerini fark ederek sağlıklı bir şekilde kimlik geliştirmeye ve sorumluluk almaya başlamaktadırlar (Tatoğlu ve ark., 2006).

Ergenlik dönemindeki kişilerin arkadaş çevresi özgüvenini de etkilemektedir. Arkadaş ortamında değer gören ve sevilen bireyin özgüveni de artmaktadır. Fakat arkadaş grubunda dışlanma, fikirlerinin dinlenmemesi gibi durumlar ergenin özgüvenini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu dönemde gencin özgüvenini ailesinin maddi olanakları da etkilemektedir. Ekonomik durumu yetersiz olan aileler geçim sorunlarıyla ilgilenirken çocuklarına yeterli ilgiyi gösteremezler ve bu durum da çocuk kendini sevgiye layık değilmiş gibi hisseder. Aile içerisinde beklediği ilgiyi

göremeyen çocuk arkadaş gruplarıyla yakınlaşmaya çalışmaktadır. Fakat dışlanması durumunda özgüveni daha da olumsuz yönde etkilenmektedir (Erkek Patır, 2016).

2.7.4. Özgüvenin oluşumunu ve gelişimini etkileyen faktörler

Özgüven, kişilik gelişiminin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için önemli bir kavramdır ve bu kavramın olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmesine sebep olan faktörlerin farkında olmak, bireylerin kendileri, ebeveynleri ve öğretmenleri için son derece önemlidir. Özgüven, çocukluk döneminden itibaren başarıların ve duygusal desteklerin sağlanmasıyla gelişir. Özgüvenin oluşumu ve gelişimini etkileyen faktörlerin incelenmesi, kişilerin sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürdürmeleri açısından önemlidir (Bilgin, 2011).

2.7.4.1. Ana-baba tutumları

Ebeveynlerin tutumları çocukların özgüven ve kişilik gelişimi üzerinde etkili olmakta ve ileriki dönemde çocuğun nasıl bir yetişkin olacağını göstermektedir. Çocuğun yaşam alanı ve en yakın çevresi olan ailesi ile kurmuş olduğu ilişkinin güvenli olması gerekmektedir (Eldeleklioğlu, 2004). Ebeveynlerin özgüven düzeyi, çocuklarının özgüven düzeyine de etki etmektedir. Anne babalar, kendi yetenek ve değerlerinden kuşku duyuyorlarsa, çocuklarını ihmal etme, aşırı koruma ya da aşırı istekte bulunma gibi davranışlar sergileyebilmektedirler. Söz konusu bu davranışlar, çocuğun da özgüven ile ilgili olarak problem yaşamasına sebep olabilmektedir (Günalp, 2007). Çocuklarda güven duygusunun gerek oluşması gerekse gelişmesi, ailenin eğitim verme görüşüne, disiplinine ve tutumuna bağlıdır. Çocuklar kendi tutum ve davranışlarını ailelerinde öğrendiği tutum ve davranışlara göre şekillendirmektedir. Ebeveynlerin çocuğa yönelik tutum ve davranışlarını etkileyen faktörler arasında, çocuğun karakter özelliklerinden memnun olup olmadıkları, beklentileri yönünde bir çocuğa sahip olup olmamaları, çocuk sayısı, cinsiyet gibi değişkenler bulunmaktadır (Başoğlu, 2007). Ayrıca anne ya da baba çocuklardan birini tuttuğu durumlarda, ikinci çocuğun değersizlik, güvensizlik ve kıskançlık gibi olumsuz duygular yaşamasına neden olmaktadır. Annelerin ikinci planda kaldığı ailelerde kız çocukları, özgüven ve kişilik; erkek çocukları ise kadın kimliği konusunda olumsuz olarak etkilenmektedir (Çelik, 2014).

2.7.4.1.1. Aşırı koruyucu müdahaleci tutum

Çocuklara yapabilecekleri işlerde izin verilmeden büyütülmesi, tüm şeylerin hazır bir şekilde verilmesine alıştırılması neticesinde, ileriki yaşlarda çocuklar, kendi sorumluluğunda olan işleri bir başkasına yaptıran, sorumluluk almaktan kaçınan, duygusal kırıklık hisseden, pasif, özgüvensiz, girişimci olmayan ve aşırı bağımlı bireyler olabilmektedir (Başoğlu, 2007).

2.7.4.1.2. Tutarsız anne baba

Çocukların gelişiminde ebeveynlerin tutarlı, dengeli ve disiplinli olması son derece önemlidir. Baba ya da anneden herhangi birinin fazla hoşgörülü, diğerinin kısıtlayıcı olması gibi, baba ya da annenin bir konuda önce çok hoşgörülü olup bir süre sonra aynı konuda kısıtlayıcı olması da çocuklarda davranışsal bozukluklara neden olmaktadır (Duran, 2007).

2.7.4.1.3. Eşitlikçi-demokratik tutum

Eşitlikçi-Demokratik tutum sergileyen anne babaların davranışlarının temelinde sevgi ve hoşgörü bulunmaktadır. Bu tutum ile büyütülen çocuklar sosyal, duygu ve düşüncelerini rahatça ifade edebilen, kendini gerçekleştirme konusunda istekli, sorumluk almaktan kaçınmayan, girişimci ve temel güven duygularını almış bireylerdir (Başoğlu, 2007).

2.7.4.2. Akademik başarı

Başarı, bireylerin kendi yeteneklerine uygun olarak kendilerini geliştirmeleri sonucunda elde ettikleri bir durumdur ve genellikle insanlar için bir ihtiyaçtır. Ancak, bazı kişiler kendilerini iyi hissetmek ve psikolojik dengeyi korumak için sürekli olarak başarılı olmak zorunda olduklarını düşünürler. Bu tür kişiler için, başarısızlık ve değersizlik aynı şeydir. Bu duygu durumu genellikle özgüven eksikliği ve doyumsuzluktan kaynaklanmaktadır ve her başarı, ruh sağlığının bir göstergesi olmayabilir (Başoğlu, 2007).

Okulda başarı elde etmek, öğrencilerin daha pozitif bir tutum, ilgi ve akademik özgüven gibi giriş özellikleri geliştirmelerini sağlayabilir. Başarılı deneyimler, öğrencilerin olumlu bir akademik öz-kavram geliştirmelerine yardımcı olur ve genel öz-kavramlarının gelişimine katkıda bulunur. Bu nedenle, öğrencilerin okulda başarılı olmaları, uzun vadeli olumlu etkiler yaratabilir ve öğrenme sürecine katkıda bulunabilir (Çelik, 2014).

2.7.4.3. Kendini değerlendirme ve çevrenin etkisi

Bireylerin özgüvenlerinin gelişimi, psikolojik gelişim dönemlerinde dış vrenin etkisiyle şekillenir. Bu etki bazen olumlu, bazen de olumsuz yönde olabilir ve kişinin dış vreye olan ilişkisine bağlıdır (Göknar, 2010). Özgüveni etkileyen önemli faktörlerden biri, bireyin kendisiyle ilgili bakış açısı ile başkalarının kendisinden beklentileri arasındaki farkı anlayabilmesidir. Bireylerin özgüvenini etkileyen diğer faktörler arasında, sosyal evre, aile, eğitim ve deneyimler yer almaktadır. Bu faktörler, bireyin kendine olan güvenini artırabilir veya azaltabilir. Özgüvenin gelişimi, kişinin kendini keşfetmesi, yeteneklerini tanınması ve kendisiyle barışık olması ile de yakından ilişkilidir. Bu nedenle, bireylerin kendi özelliklerini, yeteneklerini ve sınırlarını anlamaları, özgüvenlerini artırarak daha sağlıklı bir yaşam sürmelerine yardımcı olabilir (elik, 2014).

2.7.4.4. Zekâ

Zekâ ile zgven arasında herhangi bir şekilde bir ilişki bulunmaktadır (Lauster, 2010). Ancak zekâ seviyesi düşük olan bireyler sayısal olan derslerde ve problem çözme konularında düşük zgven sergileme eğilimindedir (elik, 2014).

2.7.4.5. Fiziksel görünüm

Bedenini seven ve yeterli gören bireyler, yeterli benlik duygusuna ulaşmış kişilerdir ve bu kişiler kendilerine güvenirler. Ancak bedenini sevmeyen ve yeterli görmeyen kişilerin kendilerine güvenleri yoktur ve yeterli benlik duygusuna sahip değillerdir (Göknar, 2010). Birey fiziksel olarak kendini sevmiyor ve beğenmiyorsa, bu durum kişinin kendisinden memnun olmamasına ve güvensizlik hissetmesine neden olabilmektedir (elik, 201).

2.7.4.6. Olumsuz baskı ve disiplin yöntemleri

Sindirme, korkutma, şiddet uygulama gibi yöntemler çocukların korkak ve çekingen olmalarına neden olabilmektedir. Bu tür davranışlarla karşı karşıya kalan çocukların güvenleri zedelenebilmektedir. Oysa ailelerin çocuklarına sevgi dolu bir yaklaşım içinde olması çocukta benlik saygısının yükselmesine sebep olmaktadır (Göknar, 2010).

Çocuklar büyüme evresinde disiplin altında tutulurken, uygulanan yöntemlerden etkilenmekte ve hayatı boyunca bu izleri taşımaktadır. Kullanılan

yöntemler çocukların ruhsal gelişimini olumlu yönde etkileyecek yöntemlerse özgüvenli, topluma uyum sağlayan bireyler haline gelirler, aksi bir durumda ise uygulanan disiplin altına alma yöntemleri çocuğu olumsuz yönde etkiliyorsa çocuk özgüveni yetersiz, topluma uyum sağlayamayan ve kişilik sorunları olan bireyler haline dönüşmektedir (Çelik, 2014).

2.7.4.7. Sorumluluk

Çocukta sorumluluk bilincinin oluşabilmesi için davranışlarının sonuçlarıyla yüzleşmesi sağlanmalı, kendini yönetme imkânı sunulmalıdır. Bunun için öncelikle çocuğa yaş grubuna, cinsiyetini ve yeteneğine uygun görevler verilmeli güven duygusunun pekiştirilmesi sağlanmalıdır. Çocuğa bir görev verilirken temel alışkanlıkları kazanmış olması ve belirli kurallar dahilinde görevini yerine getirmesi gerekmektedir (Yavuzer, 2002). Ergen bireyin sorumluluklarını ve görevlerini yerine getirmek istememesi ya da getirmemesi çevresiyle arasında birtakım problemlere sebep olabilmektedir. Bu noktada en büyük görev ebeveynlere düşmektedir. Ebeveynler çocuklarını küçük yaşlardan başlayarak kendilerini disipline edebilen bir insan olarak yetiştirmelilerdir. Ancak böyle bir yaklaşım ile özgüvenli, merhametli ve sorumluluk sahibi bireyler yetiştirmek mümkündür (Çelik, 2014).

2.7.4.8. Diğer faktörler

Bilhassa ergenlik döneminde olan çocuklarda akranların etkisinde kalma kendini sık sık gösteren bir durumdur. Aile ortamında yeterli özgüven sahibi olan birey genellikle akranlarının yaşantısını etkilemesine müsaade etmemektedir. Kişinin kendine olan güveni yeterli düzeyde ise akran grubundaki normları kabul etme eğilimi o derece azalma gösterecektir (Çelik, 2014).

2.7.5. Yüksek ve düşük özgüvenin özellikleri

Özgüven, kişilerin kendilerine yönelik olarak hissettikleri pozitif duyguların geliştirilmesi, kendinin yeterli ve saygın olduğunu düşünmesi, kendini olduğu gibi kabul etmesi ve sevmesiyle ilgili bir kavramdır. Özgüven düşük ya da yüksek özgüven şeklinde olumsuz veya olumlu olabilir. Bireyin düşük ya da yüksek özgüvenli oluşu, yaşantısını büyük ölçüde etkileyebilmekte, yaşantısının dönüm noktalarını belirleyebilmektedir (Çelik, 2014).

Bireylerin özgüven seviyeleri, genellikle atılımcı, sorumluluk alan, sevecen, araştırmacı, zorluklarla mücadeleci ve iyimser kişilik özelliklerine sahip olmalarıyla ilişkilendirilir. Kendilerini faydalı, önemli, saygın ve kabul edilmeye değer hissettikleri için yüksek özgüvene sahip bireylerin, yeni deneyimlere açık ve başarılı olmak için çaba gösterme eğilimleri de yüksektir (Bilgin, 2011). Ebeveynler, çocukların hayatında ve çevresinde en önemli bireyler olduğu için, onların kabul edici, onaylayıcı, ilgili ve saygılı tutumları, çocuğun özgüven seviyesini etkileyen önemli faktörler arasındadır (Kurtuldu, 2007).

Normal seviyede özgüvene sahip bireyler, bir işe başladıklarında onu en iyi şekilde yapmak için çaba gösterirler ve işi tamamlamadan asla vazgeçmezler. Başarısız oldukları durumlarda bahaneler üretmek yerine, tekrar deneyerek başarıya ulaşma yolunu seçerler. Yaptıkları hatalardan ders çıkarırlar ve karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmakta zorlanmazlar (Erkek Patır, 2016). Ayrıca yüksek özgüvene sahip bireyler, kendilerini güçsüz hissettikleri durumlarda bunu kabul ederler, ancak düşük özgüvene sahip bireyler genellikle güçsüz olmayı kabul etmek yerine, bunu inkar ederler (Başoğlu, 2007).

Düşük özgüvenli bireyler reddedilme endişesi ile sevgi alışverişinde bulunmazlar, kendilerini değersiz ve başarısız hissederler. Günlük yaşantıdan karşılaştıkları sorunlarla başa çıkamayacaklarına inanırlar ve sürekli olarak çaresizliğin ve başarısızlığın kaygı ve stresini yaşarlar. Başka kişilere bağımlı olarak yaşarlar ve yaşadıkları olaylardan hızlı etkilenirler (Kurtuldu, 2007). Gelişmiş özgüven duygusu olan bireyler, diğer insanların kendiyle ilgi olarak neler düşündüğüne önem vermezler. Aksine kazanmış olduğu benlik duygusu ile kendilerini geliştirmeye çalışır ve mutlu hissederler (Lauster, 2003).

2.7.6. Özgüvenin sonuçları

Güven duygusu, bireylerin yaşamlarında oldukça kritik bir yere sahiptir. Güven duygusunun eksikliği, bireyin mutlu, başarılı ve huzurlu bir hayat sürmesini engelleyebilir. Bireyin kendisiyle olan ilişkisi sağlıklı ve güçlü olduğunda, dış dünyaya karşı güçlü, etkili ve varlıklı olması da daha olasıdır. Bununla birlikte, bireyin kendisiyle olan ilişkisi sağlıksız ve zayıf ise, dış dünyaya karşı çaresiz, etkisiz ve zayıf hissedebilir ve kendine güven duygusunu kaybedebilir (Kurtuldu, 2007).

Özgüven duygusuna sahip bireyler yaşamış oldukları başarısızlıkları, değişebilecek bir sebebe bağlayarak bir diğer denemesinde başarı elde edeceklerine inanmaktadırlar. Yaşamın getirdiği olumsuzluklar karşısında umutlarını kaybederek, ruhsal bir çöküntü içine girerler (Kurtuldu, 2007).

Özgüveni zayıf bireyler diğer bireylere karşı mesafeli bir tutum sergileyerek kendilerini koruma altın almaya çalışırlar. Olumlu bir geri dönüşü ya da sevgiyi kabullenmekte güçlük çekerler. Ayrıca bu bireyler kendilerinin değerli olmadığına inanırlar. Kabul edilmek ve sevilme isteseler de olumsuz bir yaklaşımla karşılaşmaktan çekinirler. Ayrıca bu bireylerin tecrübelerinde olumsuzluk hakimdir ve bağımsız olarak bir işi yapmak konusunda sıkıntı yaşarlar (Başoğlu, 2007).

2.8. Depresyon

2.8.1. Depresyonun tanımı

Depresyon, Türkçede çökkünlük anlamı taşımaktadır. Yaşam kalitesini düşüren, psikososyal işleyişi ciddi anlamda etkileyen psikiyatrik/psikolojik bir hastalıktır (Malhi ve Mann, 2018). Depresyonun tedavi edilmemesi ciddi sağlık bozulmalarına ve erken yaşta ölümlere yol açmaktadır. Doğru tedavi ve tanı sayesinde, depresyondan şikayetçi kişilerin hayat standartları pozitif yönde etkilenmektedir (Helvacı ve Hocaoglu, 2016). Yapılan farklı araştırmalarda depresyonun çeşitli şekillerde incelendiği görülmektedir. Depresyon genel olarak odaklanma sorunu, değersizlik, ilgi azalması, suçluluk, zevk alamama, bunaltı, fizyolojik işlerde yavaşlık ve üzüntü şeklinde tanımlanmaktadır (Öztürk ve Uluşahin, 2018; WHO, 2017). Dönemsel olarak insanlar kendilerini kederli, mutsuz ya da üzgün hissedebilmektedir. Ancak bu semptomları taşıyan bütün insanların depresif bir bozukluğu olduğunu söylenemez. Bu semptomların sürekli ya da sık sık görüldüğü kişilerin depresyonda olduğu söylenebilir. Bu semptomların belli bir süre içerisinde gelişerek belirgin bir işlev kaybına sebep olması depresyonun en önemli etkileri arasında yer almaktadır. (Tamam ve ark., 2012).

Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) tarafından yayınlanan Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabının 5. baskısında (DSM-5) depresyon bozuklukları aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (2014):

- Yıkıcı Duygudurum Düzensizliği Bozukluğu Yeğın (Majör) Depresyon Bozukluğu Süregiden Depresyon Bozukluğu (Distimi)
- Aybaşı Öncesi (Premenstrüel) Disfori Bozukluğu Maddenin/İlacın Yol Açtığı Depresyon Bozukluğu
- Başka Bir Sağlık Durumuna Bağlı Depresyon Bozukluğu
- Tanımlanmış Diğer Bir Depresyon Bozukluğu
- Tanımlanmamış Depresyon Bozukluğu

2.8.2. Depresyonun epidemiyolojisi

Dünya çapında sıklıkla görülen psikiyatrik bozukluk majör depresif bozukluğun hayat boyu görülme sıklığının %1,5 ile %19 arasında olduğu düşünülmektedir (Olchanski ve ark., 2013). Kessler ve diğerleri (1994)'nin yapmış olduğu araştırmaya bakıldığında Amerika Birleşik Devlet'lerinde majör depresif bozukluğun (MDB) yaşam boyu görülme sıklığının %17,1 olarak saptanırken, bu oran son bir sene içerisinde %10,3 olarak görülmektedir. majör depresif bozukluğun yaşam boyu görülme oranı ise aynı çalışmada kadınlar da %21,3, erkeklerde ise %12,7 şeklinde verilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) göre dünyada depresyon ile yaşamına devam eden 322 milyon insan olduğu düşünülmektedir. Bu oran ise dünya nüfusunun %4,4'üne denk gelmektedir. Dünya Sağlık Örgütü, ülkemizde majör depresif bozukluğundan şikayetçi kişi sayısı 3.260.677 olduğunu ifade etmektedir. Depresyon, dünya genelinde önemli bir sağlık sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) 2017 yılı verilerine göre, dünya genelinde depresyon oranı %4,4 seviyesindedir. Türkiye'de ise majör depresif bozukluğun yaygınlık oranı %4,4 olarak belirtilmektedir. Türkiye Ruh Sağlığı Profili raporu, kadınlarda bu oranın %5,4, erkeklerde ise %2,3 olduğunu ortaya koymaktadır (Kılıç, 1998). Depresyon her yaş grubunda görülebilen bir hastalık olsa da, özellikle 25-44 yaş aralığında daha yaygın olarak görüldüğü bilinmektedir. Bu sebeple, depresyonun genel olarak orta yaş hastalığı olarak nitelendirilmesi mümkündür (Helvacı ve Hocaoglu, 2016).

2.8.3. Depresyonun klinik görünümü

2.8.3.1. Duygudurum belirtileri

MDB hastalarının %90'ından fazlası çaresizlik, keder, değersizlik, hüzn gibi duygular ile karakterize edilen çökkün (depresif) bir duygudurumu içerisinde bulunmaktadırlar. Bu depresif duygudurum sabah saatlerinde daha yoğun iken akşamları biraz daha hafiflemektedir. Bu hastaların günlük yaşamlarının genelinde depresif bir duygudurum mevcuttur (Tamam ve ark., 2012). Depresyonun esas özellikleri arasında zevk alamama ve ilgi kaybı yer almaktadır. Bu semptomları gösteren depresyon hastalarının ailesine veya çevresine karşı ilgisinin azaldığı ve daha önce keyif aldığı etkinliklerden keyif almadığı görülmektedir. Bu belirtiler depresyonun temelini oluşturmaktadır. Depresyonun karakteristik özellikleri arasında yer almasa da MDB hastalarında genel olarak anksiyete eğilimi gözlenmektedir (Helvacı ve Hocaoglu, 2016).

2.8.3.2. Bilişsel belirtiler

Genel olarak depresyon hastaları unutkanlık sorunu yaşadıklarını ifade etmektedir. Ancak yaşanan bu unutkanlık durumu gerçek bir bellek bozukluğu ile karıştırılmamalıdır. Depresyon hastalarının yaşadıkları bu unutkanlık durumu kişilerin dikkatlerinin dağınık olması ve depresif duygudurumlarından kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı hastaların depresyonu iyileşmeye doğru gittikçe unutkanlık halinin de azaldığı gözlemlenmektedir (Öztürk ve Uluşahin, 2018). Kendilerine, geleceğe ve dünyaya dair olumsuz düşünceler barındıran depresyon hastaları yaşadıkları tecrübeleri bilişsel olarak çarpıtarak kafalarında kurmuş oldukları olumsuz düşünceleri desteklemektedirler. Öte yandan depresyon hastalarının umutsuzluk, değersizlik ve suçluluk gibi düşünceleri bulunmaktadır. Bu sebeple ciddi boyutta bir benlik saygısı kaybı yaşamaktadırlar. Suçluluk, değersizlik, işe yaramazlık gibi düşünceleri yoğun olarak hisseden bu kişiler kendilerine ceza çekirtmek veya çevrelerine yük olayı bırakmak için intiharın eşiğine gelebilmektedir (Helvacı ve Hocaoglu, 2016).

2.8.3.3. Bedensel belirtiler

İştah düzensizliğine bağlı kilo kaybı ya da alımı depresyon hastalarında görülebilmektedir. Depresyon hastaları çoğunlukla bitkinlik, enerji azlığı ve halsizlik gibi semptomlardan şikâyet etmekte ve sabahları dinlenmemiş olarak uyandıklarını

belirtmektedirler (Öztürk ve Uluşahin, 2018). Kendilerinde yeterli gücü bulamadıkları için basit temel ihtiyaçlarını (diş fırçalamak, banyo yapmak, vb.) bile yerine getirmek istemediklerini ifade etmektedirler görülebilmektedir (Tamam ve ark., 2012). Depresyon hastalarında uykuya dalma sorunu, uykunun sürekli bölünmesi ve erken uyanma gibi şikayetler de görülmektedir. Ayrıca cinsel istekte azalma ve bu azalmaya bağlı olarak cinsel beraberlikten kaçınma, zevk alamama ve uyarılmada zorluk gibi durumlar görülebilmektedir (Öztürk ve Uluşahin, 2018).

2.8.3.4. Davranışsal belirtiler

Depresyondaki davranışsal belirtiler, psikomotor hareketliliği (ajitasyon) ve psikomotor yavaşlamayı (retardasyon) kapsamaktadır. Psikomotor yavaşlama, kişinin konuşma ve yürüme gibi hareketlerinde yavaşlamayı ifade etmektedir. Genç yaştaki hastalarda sıklıkla görülmektedir. Bu hastaların toplumsal hayattan ve sosyal çevrelerinden uzaklaştıkları ifade edilmektedir. Psikomotor hareketlilik ise hastanın yaşamakta olduğu sıkıntılı ruh halini ve bunalımı davranışları ile dışa vurumu şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kişilerde hastalık, parmaklarıyla oynama, yerinde duramama ve ellerini ovuşturma gibi hareketlerle kendini belli etmektedir (Tamam ve ark., 2012).

2.8.4. Depresyon risk etmenleri

Depresyon birçok risk etmenine sahiptir. Bu risk etmenlerinin içerisinde sosyoekonomik düzey, cinsiyetinin kadın olması, olumsuz yaşam tecrübeleri, boşanma, daha önce depresyon geçirme gibi faktörler ya da genetik yatkınlık yer almaktadır (Dobson ve Dozois, 2008). Düşük sosyal destek, işsizlik ve düşük eğitim seviyesi gibi etkenlerin de depresyonun gelişiminde önemli risk etmenleri arasında yer aldığı bilinmektedir (Köhler ve ark., 2018). Schuch ve diğerleri (2017) tarafından gerçekleştirilen meta-analiz çalışmasında fiziksel aktivitenin az olmasının da MDB açısından risk etmeni olduğu görülmektedir. Başka bir meta-analiz çalışmasında ise depresif atak geçirmiş hastaların kronik depresyon geçirmelerine neden olan risk etmenleri incelenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre bu risk etmenleri ailede duygudurum bozuklukları, madde kullanımı, düşük seviyede sosyal etkileşim, psikiyatrik eş tanı, kişilik bozuklukları şeklinde ifade edilmektedir (Hölzel ve ark., 2011).

2.9. Depresyon ve Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki

Gençlik dönemi depresyonun ortaya çıkması için bir savunmasızlık dönemi şeklinde ifade edilmektedir. Gençlerde akıl sağlığı sorunları daha yüksek yoksulluk riskini ortaya çıkarmaktadır. Bundan ötürü erken tanı ve müdahale toplum sağlığı açısından uzun vadede yarar sağlamaktadır. Küresel ölçüde sosyal medya kullanımı gençler için iletişim yolu haline gelmektedir. Genç yetişkinler arasında Sosyal Medya Platformlarının kullanımı bilgi edinme ve sosyal destek konularında fayda sağlamaktadır. Fakat bu durum zihinsel sağlık durumunu olumsuz etkilemektedir. Yapılan bir araştırmaya göre sosyal medya kullanan kızların erkeklere göre bu durumdan daha fazla etkilenebildikleri kanısına ulaşılmaktadır. (Kelly ve ark., 2018). Önceki nesillere göre Sosyal Medya Platformlarının kullanımı günümüzdeki genç yetişkinlerin yaşamındaki en önemli farklılıklar arasında yer almaktadır. Şimdiki genç yetişkinler yüz yüze iletişime daha az önem göstermekte ve Sosyal Medya Platformları üzerinden etkileşime öncelik vermektedirler. Sosyal Medya Platformları üzerinden kurulan iletişim, bireylerdeki duygusal tatmini daha az hissetmelerine yol açmaktadır. Sosyal Medya Platformlarının hızla yayılmasının nedenleri arasında teknolojinin gelişmesi, akıllı telefonların yaygınlaşması ve insanlar arasında teknolojik aletlerin kullanımının artması yer almaktadır (Miller, 2018).

Ruh sağlığını olumsuz etkileyen durum, materyallerin kolaylıkla paylaşılabilmesinden dolayı gençlerin itibarına zarar veren bir konumda bulunması ve gençlerin fail ya da mağdur konumuna düşmesidir (Fahy ve ark., 2016). Ayrıca ruh sağlığı açısından önemli olan bir diğer unsur ise uyku düzenidir. Gençlerin uyku öncesi telefonla zaman geçirmesi ve telefonların yakınında uyuması da uyku kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir (Kelly ve ark., 2013; Gangwisch ve ark., 2010.). Bu duruma örnek vermek gerekirse herhangi bir Sosyal Medya Platformundan gece gelen bildirimler ve kalkıp bu bildirimleri kontrol etme durumu uyku kesintilerine yol açmaktadır. Öte yandan gençler düşük benlik saygısının gelişimi konusunda savunmasız kalmaktadırlar (Kelly ve ark., 2018).

2.10. Özgüven ile Sosyal Medya Arasındaki İlişki

Son zamanlarda Sosyal Medya Platformlarında yer edinen güzellik algısı, insanlarda kendileri ile alakalı yetersizlik ve mutsuzluk hissi uyandırmaktadır. Kullanıcılar, sosyal medyada gördükleri güzel giyinen, uzun boylu, zayıf ve kaslı

kişilerin takdir gören ve başarılı insanlar olduklarına inanmaktadır. Bu düşünce yapısına sahip olan bireyler kendi ruhunun, bedeninin değerini sorgulamakta ve kendi vücutlarını Sosyal Medya Platformlarında gördüğü kişiler ile kıyaslamaktadır (Danielsdottir, 2014).

İnsanlar açısından Sosyal Medya Platformları kişilerin kendi vücutlarından mutsuzluk duymalarına yol açabilmektedir. Bu tarz düşünceler de kişilerde özgüven eksikliği yaratabilmektedir (Holmqvist ve Frisén, 2012).



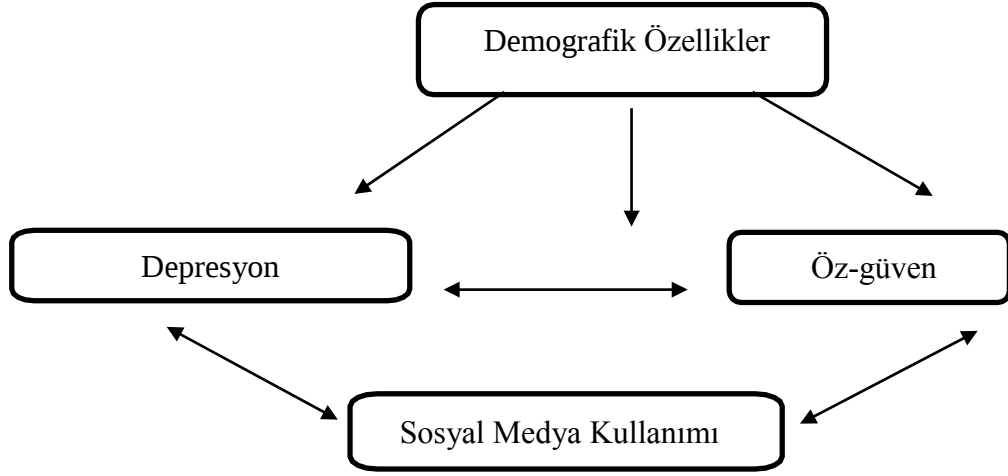
3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın oluşturulduğu modeldeki bağımlı ve bağımsız değişkenler ve bunlar ile ilgili hipotezlere yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Bu çalışma, nicel araştırma deseni içinde yer alan ilişkisel tarama yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Genel tarama modelleri, evrenin tümü veya örnekleme dayalı olarak, çok sayıda öge üzerinde yapılan tarama düzenlemelerini içerir ve evren hakkında genel bir yargıya ulaşmayı amaçlar (Karasar, 2004). Tarama modelleri, incelenen konunun veya olayın doğal koşullarında ve özelliklerinde tanımlandığı araştırma modelleridir. Bu modellerde, bireyler veya nesneler, kendi içindeki durumlarına göre belirli özellikleri taranarak analiz edilir. Burada önemli olan uygun bir şekilde gözlemlemek, var olanı değiştirmeye veya etkilemeye çalışmadan doğru sonuçlara ulaşmaktır (Karasar, 2004).

Bu araştırmada temel kavramlar olan depresif belirti düzeyi, özgüven düzeyi ve sosyal medya kullanım düzeyi; Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ile değerlendirilerek aralarındaki ilişkiyi gösteren bir model kullanılmıştır. Araştırmada, Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği bağımlı değişkenler olarak ele alınmış, demografik özellikler ise bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. Ayrıca, Beck Depresyon Ölçeği, Öz- Güven Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği de çalışma kapsamında incelenmiştir. Bu doğrultuda, önerilen model Şekil 1'de görsel olarak sunulmuştur.



Şekil 3.1: Araştırmanın Modeli

Literatür taramasının sonuçlarına ve araştırma modelinin kapsamına göre oluşturulan hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

- H₁: Katılımcıların demografik özellikleri ile depresif belirti düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂: Katılımcıların demografik özellikleri ile öz-güven alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₃: Katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya kullanımı alt boyutları anlamlı bir ilişki vardır.
- H₄: Beck Depresyon, öz-güven alt boyutları ve sosyal medya kullanımı alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₅: Öz-Güven Ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- H₆: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın temelinde yatan kavramlar olan çalışma evreni ve örneklem kavramları araştırmanın doğru bir şekilde tasarlanması ve sonuçlarının geçerliliği

açısından son derece önemlidir. Çalışma evreni, araştırmanın tamamını temsil eden ancak örneklemin seçildiği daha küçük bir modeldir. Örneklem büyüklüğü, örneklem seçimindeki hata payını azaltmak açısından önemlidir ve genellikle 30'dan fazla, ancak 500'den az örneklem büyüklüğü birçok araştırma için yeterlidir.

Bu araştırmada, sosyal medya kullanımı ile depresif belirti düzeyi ve zgven arasındaki ilişkiyi incelemek için 385 niversite ğrencisi örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma, %95 anlamlılık düzeyinde ve %5 örnek hatası içerebilecek şekilde tasarlanmıştır. İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı eşit kabul edilerek, n=384 kişi örnekleme dahil edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu nedenle, çalışma evreni niversite öğrencilerinden oluşmaktadır ve örneklem seçiminde 385 gönüllü ğrenci anketler yanıtlayarak katılmıştır. Veriler internet ortamında evrimii uygulama şeklinde toplanmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından literatür taranarak geliştirilmiş olan “Anket Formu” kullanılarak toplanmıştır. Anket Formu “ğrenciler için Kişisel Bilgiler”, “Beck Depresyon lği”, “z-Güven lği” ve “Sosyal Medya Kullanımı lği”nden oluşmaktadır.

3.2.1. Demografik bilgi formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan bir form, literatür doğrultusunda niversite ğrencilerinin demografik özelliklerini tanımaya yöneliktir. Bu form katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, sınıf, fiziksel görünümünden memnun olma, kullanılan sosyal medya, sosyal medyada geçirilen süre, sosyal medya kullanma amacı ve internet ünlüleri ile kendini kıyaslama sorularını içermektedir.

3.2.2. Beck depresyon lği

Aaron Beck tarafından 1961 yılında geliştirilen Beck Depresyon lği, Hisli (1988) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Bu lğin amacı, depresyonun derecesini objektif olarak belirlemektir ve depresyon tanısı koymak değildir. Beck Depresyon lği 21 maddeden oluşur ve her bir madde 0 ile 3 arasında puanlanır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 63'tür. Depresyon tanısı konanlarda, minimal depresyon için 0-13 arası, hafif depresyon için 14-19, orta depresyon için 20-28 ve şiddetli depresyon için 29-63 arası puanlar gözlemlenir (Koku, 2016). Bu lğin amacı,

depresyon açısından riskin belirlenmesi ve depresif belirtilerin düzeylerinin ve şiddetinin ölçülmesidir. Kendini değerlendirme ölçeğidir, Ölçek belirtilere ilişkin değişen şiddetleri tanımlayabilecek ifadeler içerir. Ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach alpha) 0.89 olarak hesaplanmıştır (Koku, 2016). Her bir sorunun puanı toplandığında, toplam puan depresyonun şiddetinin bir göstergesi olarak kullanılır. Toplam puanın yüksekliği, depresyonun şiddetinin yüksek olduğunu gösterir (Aksoy ve ark., 2012).

3.2.1. Öz-güven ölçeği

Akın (2007) tarafından geliştirilen Öz-güven Ölçeği, öğrencilerin öz-güven düzeylerini değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Ölçek, 33 madde içermekte ve iç öz-güven (1, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 30, 32) ile dış öz-güven (2, 6, 8, 11, 13, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 29, 31, 33) olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek, beşli likert tipinde (hiçbir zaman, nadiren, sık sık, genellikle ve her zaman) bir derecelendirme içermekte olup ters maddeler bulunmamaktadır. Yüksek puanlar öz-güven düzeyinin yüksek olduğunu gösterirken, ölçeğin iç tutarlılık katsayıları ölçeğin bütünü için .83, iç öz-güven alt ölçeği için .83 ve dış öz-güven alt ölçeği için .85 olarak hesaplanmıştır. Test-tekrar test güvenirlik katsayıları ise ölçeğin bütünü için .94, iç öz-güven alt ölçeği için .97 ve dış öz-güven alt ölçeği için .87 olarak belirlenmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük ve en yüksek değerler; iç özgüven için 17 ile 85 arasında, dış öz güven için de 16 ile 80 arasında değişmektedir. Alt boyutlardan alınacak değerler yükseldikçe o alana yönelik öz güven düzeylerinin de yükseldiği kabul edilir.

3.2.2. Sosyal medya kullanımı ölçeği (SMKÖ)

Deniz ve Tutgun-Ünal (2019) tarafından geliştirilen "Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)" araştırmada kullanılmıştır. SMKÖ, "Süreklilik" ve "Yetkinlik" olmak üzere iki alt ölçekten oluşmaktadır. "Süreklilik" boyutu, bir kişinin sosyal medya kullanımını ne kadar sık sürdürdüğünü ölçerken, "Yetkinlik" boyutu, bir kişinin sosyal medyada kendisini ne kadar yetkin hissettiğini ölçmektedir. Her bir alt ölçekte dört madde yer almaktadır ve toplamda sekiz madde, bireyin sosyal medya kullanım düzeyini ölçmektedir. SMKÖ'nün birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü maddeleri, "Süreklilik" boyutunu ölçerken, beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci maddeleri "Yetkinlik" boyutunu ölçmektedir. SMKÖ, beşli Likert tipinde olup

maddelere katılım, "Bana hiç uygun değil", "Bana az uygun", "Bana orta seviyede uygun", "Bana çok uygun" ve "Bana tamamen uygun" seçenekleriyle yapılmaktadır. Ölçeğin Cronbach α iç tutarlılık katsayısı 0.82 olarak bulunmuştur. Ölçekten alınabilecek değerler 8 ile 40 arasında değişmektedir. Alınan puanların artması sosyal medya kullanımına dair yüksekliği göstermektedir.

3.2.3. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri ve geçerlikleri

Güvenilirlik, bir ölçeğin ya da testin sürekli bir şekilde aynı şeyi ölçmesi anlamına gelir. Bir test ne kadar güvenilirse, elde edilen veriler o kadar güvenilir olacaktır (Altunışık ve ark., 2001). Güvenilirlik, bilimsel çalışmaların temel şartlarından biridir ve genellikle sıfır ile bir arasında değişen "r" korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Güvenilirlik katsayısı bir (1.00)'e yaklaştıkça, ölçeğin güvenilirliği artar (Karasar, 2005). Güvenilirlik katsayısı hesaplanırken pek çok farklı yöntem kullanılabilir. Bu araştırmada, tek uygulamaya dayalı yöntemlerden Cronbach Alpha (α) katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alpha (α) katsayısı, özellikle derecelendirme ölçeğinde cevapların alındığı durumlarda, güvenilirliğin bir alt göstergesi olarak kullanılır (Büyüköztürk ve ark., 2011). Bir ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilebilmesi için Cronbach Alpha değerinin 0,70 ve üzerinde olması gerektiği kabul edilir (Sipahi ve ark., 2010).

3.3. Verilerin analizi

Başlangıçta, araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelendi. Daha sonra, araştırmanın hipotezlerini test etmek için parametrik olmayan testler kullanılarak analizler yapıldı. Elde edilen nicel verilerin analizi için betimsel ve kestirimsel istatistik yöntemleri kullanıldı. Betimsel istatistik, bir değişkene ilişkin sayısal değerlerin toplanması, betimlenmesi ve sunulmasıyla ilgilidir. Bu teknikler arasında frekans, yüzde, merkezi eğilim ölçüleri ve korelasyon katsayısı yer almaktadır. Betimsel istatistik yöntemleri, bir grup veya veri kümesinin özelliklerini betimlemek amacıyla kullanılmaktadır. Bu teknikler sayesinde, verilerin dağılımı, merkezi eğilim ve değişkenlik ölçüleri gibi çeşitli istatistiksel özellikleri tanımlanabilir. Kestirimsel istatistik ise, araştırma hipotezi veya istatistiksel hipotezlerin sınanmasıyla, değişkenler arasında bir ilişki ya da istatistikler arasında bir farkın olup olmadığının test edilmesiyle ilgilenmektedir. Bu yöntemler arasında, örnekleme dağılımı, güven aralığı ve hipotez testleri yer almaktadır. Kestirimsel

istatistik yöntemleri, örnekleme yöntemleri kullanılarak elde edilen verilerin, popülasyon özellikleri hakkında çıkarımda bulunulması için kullanılmaktadır. Sonuç olarak, betimsel ve kestirimsel istatistik yöntemleri, elde edilen verilerin analizinde kullanılan temel tekniklerdir. Betimsel istatistik yöntemleri, bir veri kümesinin temel istatistiksel özelliklerini tanımlamak ve özetlemek için kullanılırken, kestirimsel istatistik yöntemleri, hipotez testleri ve örneklem tahminleri yapmak için kullanılır (Balcı, 2001).

Tablo 3.1: Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Kullanılan ölçekler	Madde sayısı	Cronbach Alfa
Beck Depresyon Ölçeği	21	0,935
Öz-Güven Ölçeği	33	0,985
İç öz-güven	17	0,973
Dış öz-güven	16	0,971
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	8	0,935
Süreklilik	4	0,888
Yetkinlik	4	0,905

Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayıları yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0,80$) olduğundan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Beck Depresyon Ölçeği için Cronbach Alpha katsayısı 0,94, özgüven ölçeği için 0,99 ve sosyal medya kullanımı ölçeği için 0,94 olarak bulunmuştur. Geçerlilik ise, ölçülen özelliğin doğru bir şekilde ölçüldüğünü ifade eder. Bu araştırmada, içerik geçerliliği kullanılarak anketin geçerliliği doğrulanmıştır. İçerik geçerliliği, ölçme aracının ilgili kavramı doğru bir şekilde yansıtıp yansıtmadığını kontrol etmek için kullanılır.

Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testleri kullanılarak değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Verilerin normal dağılım göstermemesi, analiz sonuçlarının doğru çıkmasını engelleyebileceğinden değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu önemlidir. Eğer değişkenler normal dağılım sergilemezse, tanımlayıcı istatistikler minimum-maksimum aralığında medyan olarak sunulmuştur. Kategorik değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri frekans ve yüzde olarak hesaplanmıştır. Kruskal-Wallis testi (üç veya daha fazla bağımsız

grup) ve Mann- Whitney U testi (iki bağımsız grup) normal dağılım göstermeyen sürekli değişkenler için bağımsız grup karşılaştırmalarında kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri için iç tutarlılık katsayısı olarak bilinen "Cronbach Alfa" hesaplanmıştır. Sürekli değişkenler arasındaki ilişki Spearman sıralı korelasyon katsayısı ile incelenmiştir. Regresyon analizi, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ölçmek için kullanılmıştır. Bağımsız iki örneklemin aynı medyanlı popülasyondan alınmış rastgele örnekler olup olmadığını test etmek için kullanılan Mann-Whitney U testi, parametrik olmayan bir alternatif olarak bağımsız iki örneklem t testinin yerini alır. Eğer veriler normal dağılımdan gelmiyorsa, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yerine Kruskal-Wallis H testi tercih edilebilir. Kruskal-Wallis H testi, parametrik olmayan bir testtir ve ikiden fazla bağımsız grup arasındaki farklılıkları incelemek için kullanılır. Korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilişkinin önemli özelliklerini açıklayan bir sayıdır ve -1 ile +1 arasında değişebilir. Spearman'ın sıralı korelasyonu, sıralı verilerle kullanılmak üzere tasarlanmış bir parametrik olmayan versiyondur. Eğer katsayı pozitifse, bir değişkenin değeri arttığında diğerinin değeri de artar; benzer şekilde bir değişkenin değeri azaldığında diğerinin de değeri azalır. Ancak, katsayı negatifse, bir değişkenin değeri artarken diğerinin değeri azalır.

Regresyon analizi, bir bağımlı değişkenin değişkenliğini açıklamak için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir ve basit doğrusal regresyon analizi, sadece bir bağımlı değişkenin tek bir bağımsız değişken tarafından ne şekilde açıklanabileceğini belirlemek için kullanılır. Regresyon analizinden elde edilen model, bağımlı değişkenin gelecekteki değerlerinin tahmini için kullanılabilir. Araştırmada, hipotez testlerinde α değeri genellikle 0,05 olarak belirlenir ve p değeri 0,05'ten küçük olan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı kabul edilir. Bu nedenle, bir p değeri 0,05'ten küçük olduğunda, araştırmacılar sonucun tesadüfen olmadığına ve popülasyonun gerçekten farklı olduğuna inandıklarını düşünebilirler. Anlamlı sonuçlar elde etmek, araştırmanın güvenilirliği açısından önemlidir ve bu nedenle, hipotez testlerinde kullanılan alfa değeri dikkatli bir şekilde belirlenmelidir.

Analizler IBM SPSS v.21 paket programı kullanılarak gerçekleştirildi. SPSS, araştırmacıların istatistiksel analizler yapmalarına, verileri keşfetmelerine ve sonuçlarını sunmalarına olanak tanıyan bir yazılım programıdır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişki konulu çalışma verilerine dair ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	251	65,2
Erkek	134	34,8
Medeni Durum		
Bekar	317	82,3
Evli	68	17,7
Eğitim Düzeyi		
Hazırlık	11	2,9
Lisans 1	47	12,2
Lisans 2	29	7,5
Lisans 3	37	9,6
Lisans 4	73	19,0
Yüksek Lisans	188	48,8
Kullanılan Sosyal Medya Aracı		
Twitter	274	71,2
Instagram	360	93,5
Tiktok	129	33,5
Youtube	330	85,7
Yaş		
18-25	253	65,7
26-35	100	26,0
36+	32	8,3
Fiziksel Görünümünden Memnun Olma		
Evet	227	59,0
Hayır	158	41,0
Sosyal Medyada Geçirilen Süre		
3'den az	133	34,5
3-5 saat	153	39,7
5+	99	25,7
İnternette Ünlüler İle Kıyaslama		
Evet	200	51,9
Hayır	185	48,1

Tablo 4.1 (Devamı): Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	%
Sosyal Medya Kullanım Amacı		
Yeni ark. edinmek	89	23,1
Ark. sohbet etmek	220	57,1
Güncel geliş. haber. olm.	325	84,4
Fotoğraf paylaşmak	201	52,2
Fotoğraflara bakmak	257	66,8
Ark. yaptık. haber. olm.	245	63,6
Boş vaktimi değerlendirmek	255	66,2
Stres atmak	229	59,5
İlişki/özel ark. kurmak	80	20,8
İşim/kar. ilgili bağ. kurmak	185	48,1
Oyun oynamak	98	25,5
Video izlemek	310	80,5
Video paylaşmak	114	29,6
Toplam	385	100,0

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Dair Dağılımları

Tablo 4.1’de katılımcıların demografik özelliklerine göre frekans dağılımı yer almaktadır. Katılımcıların %65,2’si kadın ve %34,8’i ise erkekti. Katılımcıların %65,7’si 18-25 yaş grubunda, %26,0’sı 26-35 yaş grubunda, %8,3’ü ise 36 yaş ve üzerinde idi. Katılımcıların medeni durumuna bakıldığında %82,3’ü bekar olup %17,7’si ise evli idi. Katılımcıların %2,9’u üniversitelerinin hazırlık, %12,2’si üniversitelerinin 1.sınıf, %7,5’i üniversitelerinin 2. sınıf, %9,6’sı üniversitelerinin 3.sınıf, %19,0’u üniversitelerinin 4.sınıflarında ve %48,8’i üniversitelerinde yüksek lisans okuyordu. Katılımcıların %59,0’u fiziksel görüntüsünden memnunken %41,0’i ise memnun değil idi. Katılımcıların %71,2’si Twitter, %93,5’i Instagram, %33,5’i Tiktok, %85,7’si Youtube sosyal medya platformlarını kullandığını belirtti. Katılımcıların %34,5’i 3’den az, %39,7’si 3-5 saat, %25,7’si 5’den fazla saat sosyal medyada vakit geçirmekte idi. Katılımcıların %23,1’i yeni arkadaşlar edinmek, %57,1’i arkadaşlarla sohbet etmek, %84,4’ü güncel gelişmelerden haberdar olmak, %52,2’si fotoğraf paylaşmak, %66,8’i fotoğraflara bakmak, %63,6’sı arkadaşlarının yaptıklarından haberdar olmak, %66,2’si boş vaktimi değerlendirmek, %59,5’i stres atmak, %20,8’i ilişki/özel arkadaşlıklar kurmak, %48,1’i işim/kariyerimle ilgili bağlantılar kurmak, %25,5’i oyun oynamak, %80,5’i video izlemek ve %29,6’sı video paylaşmak üzere sosyal medya kullanmadıklarını ifade etti. Katılımcıların %51,9’u kendini internet ünlüleriyle kıyaslarken %48,1’i ise kıyaslamadığını belirtti.

4.2. Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ve Alt Boyutları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları Normallik Analizi

Tablo 4.2: Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizleri Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p
Beck Depresyon Ölçeği	,178	385	,000	,854	385	,000
Öz-Güven Ölçeği	,067	385	,000	,967	385	,000
İç öz-güven	,083	385	,000	,965	385	,000
Dış öz-güven	,070	385	,000	,966	385	,000
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	,072	385	,000	,974	385	,000
Süreklilik	,072	385	,000	,965	385	,000
Yetkinlik	,094	385	,000	,964	385	,000

Tablo 4.2'de gösterildiği gibi, Beck Depresyon Ölçeği, Özgüven Ölçeği ve alt boyutları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve alt boyutları puanlarının normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri yapıldı ve ölçek puanlarının normal olmadığı sonucuna varıldı. Bu sonuçlara göre, fark analizlerinde $p < 0,05$ olan parametrik olmayan Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanıldı.

4.3. Betimleyici Verilerin Analizi

Tablo 4.3: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Çalışma Örneklemindeki Ortanca Puanları

Ölçek (n=385)	($\bar{x}$)	Standart sapma (ss)	Medyan	Min	Max
Beck Depresyon Ölçeği	9,26	9,26	6,00	0	63,00
Öz-Güven Ölçeği¹	103,18	33,28	102,00	33,00	165,00
İç öz-güven	52,78	17,22	53,00	17,00	85,00
Dış öz-güven	50,40	16,53	50,00	16,00	80,00
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği²	3,23	1,03	3,25	1,00	5,00
Süreklilik	3,24	1,08	3,25	1,00	5,00
Yetkinlik	3,23	1,10	3,00	1,00	5,00

Tablo 4.3'te Beck Depresyon Ölçeğine verilen cevapların genel ortalaması incelendiğinde genel ortalamanın $9,26 \pm 9,26$ olduğu yani öğrencilerin genellikle minimal depresyonda olduğu görüldü. Öz-Güven Ölçeğine verilen cevapların genel ortalaması incelendiğinde genel ortalamanın $103,18 \pm 33,28$ olduğu görüldü. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği verilen cevapların genel ortalaması incelendiğinde ise genel ortalamanın $3,23 \pm 1,03$ olduğu tespit edildi.

4.4. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Beck Depresyon Ölçeği

Puanlarının Değerlendirilmesi

Tablo 4.4: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi)

	Cinsiyet	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	P
Beck Depresyon Ölçeği	Kadın	251	5,00 (0-35,00)	13361	0,001*
	Erkek	134	9,00 (0-47,00)		

p<0.05

Tablo 4.4 incelendiğinde cinsiyet değişkeni açısından Beck Depresyon Ölçeği puanları arasında anlamlı farklılık saptandı. Araştırmaya katılan erkek katılımcıların Beck Depresyon Ölçeği puanları (9,00) kadın katılımcılarınkinden (5,00) anlamlı olarak yüksekti.

Tablo 4.5: Katılımcıların Yaşları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Yaş	n	Medyan (min-max)	Ki kare	P	İkili karşılaştırmalar
Beck Depresyon Ölçeği	a. 18-25	253	8,00 (0-47,00)	39,107	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 26-35	100	4,00 (0-28,00)			a-c p<0,001
	c. 36 ve üzeri	32	3,00 (0-20,00)			b-c p=0,261

p<0.05

Tablo 4.5 incelendiğinde yaş grupları arasında Beck Depresyon Ölçeği puanları açısından anlamlı farklılık saptandı. Bulguya göre, Beck Depresyon Ölçeği puanlarının 18-25 yaş arası katılımcılarda diğer yaş gruplarındakine göre anlamlı olarak yüksek olduğu bulundu.

Tablo 4.6: Katılımcıların Medeni Durumları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi)

	Medeni Durum	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
Beck Depresyon Ölçeği	Bekar	317	7,00 (0-47,00)	7405,50	p<0,001
	Evli	68	4,00 (0-22,00)		

p<0.05

Tablo 4.6 incelendiğinde medeni duruma göre Beck Depresyon Ölçeği puanları arasında anlamlı farklılık saptandı. Bulguya göre Beck Depresyon Ölçeği puanlarının bekar katılımcılarda evli katılımcılara göre anlamlı olarak yüksek olduğu saptandı.

Tablo 4.7: Katılımcıların Fiziksel Görünümlerinden Memnun Olma Durumları ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann Whitney U Testi)

	Fiziksel Görünümlerinden Memnun Olma	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
Beck Depresyon Ölçeği	Evet	227	4,00 (0-47,00)	6832	p<0,001
	Hayır	158	13,00 (0-47,00)		

p<0.05

Tablo 4.7’de, fiziksel görünümünden hoşnut olanlar ve olmayanlar arasında Beck Depresyon Ölçeği puanları anlamlı farklılık gösterdiği belirtildi. Bulgulara göre Beck Depresyon Ölçeği puanlarının fiziksel görüntüsünden hoşnut olmayan katılımcılarda fiziksel görüntüsünden hoşnut olan katılımcılara göre anlamlı olarak yüksek olduğu bulundu.

Tablo 4.8: Katılımcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Süre ile Beck Depresyon Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Sosyal Medyada Geçirilen Saat	n	Medyan (min-max)	Ki kare	p	İkili karşılaştırmalar
Beck Depresyon Ölçeği	a. 3’den az	133	3,00 (0-34,00)	78,761	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 3-5 saat	153	7,00 (0-43,00)			a-c p<0,001
	c. 5’den fazla	99	14,00 (0-47,00)			b-c p<0,001

p<0.05

Tablo 4.8 incelendiğinde sosyal medyada geçirilen süre ile Beck Depresyon Ölçeği puanları arasında anlamlı ilişki saptandı. Bulguya göre, sosyal medyada 5

saatten fazla vakit harcayan katılımcıların Beck Depresyon Ölçeği puanlarının, sosyal medyada 5 saatten az vakit harcayan katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek olduğu saptandı.

4.5. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Öz-Güven Ölçeği Puanlarının Değerlendirilmesi

Tablo 4.9: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Cinsiyet	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
İç öz-güven	Kadın	251	55 (17,00-85,00)	13918	0,005
	Erkek	134	48 (18,00-85,00)		
Dış öz-güven	Kadın	251	53 (16,00-80,00)	13911	0,005
	Erkek	134	44,50 (18,00-80,00)		

p<0.05

Tablo 4.9 incelendiğinde cinsiyet grupları arasında Özgüven Ölçeği alt boyut puanları açısından anlamlı farklılık saptandı. Araştırmaya katılan kadın katılımcıların iç özgüven ve dış özgüven düzeyleri erkek katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek bulundu.

Tablo 4.10: Katılımcıların Yaş Aralıkları ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Yaş	n	Medyan (min-max)	Ki kare	P	İkili karşılaştırmalar
İç öz-güven	a. 18-25	253	49 (17,00-85,00)	29,472	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 26-35	100	58,50 (19,00-85,00)			a-c p<0,001
	c. 36 ve üzeri	32	67,50 (30,00-85,00)			b-c p=0,083
Dış öz-güven	a. 18-25	253	47 (16,00-80,00)	17,247	p<0,001	a-b p=0,001
	b. 26-35	100	55,50 (21,00-80,00)			a-c p=0,001
	c. 36 ve üzeri	32	60,50 (24,00-80,00)			b-c p=0,288

p<0.05

Tablo 4.10 incelendiğinde yaş grupları arasında Özgüven Ölçeği alt boyutları açısından anlamlı farklılık olduğu saptandı. Bulgulara göre 26-35 yaş arası katılımcılar ile 36 yaş ve üzeri aralıktaki katılımcıların iç öz-güven ve dış öz-güven

düzeyleri, 18-25 yaş grubunda yer alan katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek olduğu saptandı.

Tablo 4.11: Katılımcıların Medeni Durumları ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Medeni Durum	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
İç öz-güven	Bekar	317	51 (17,00-85,00)	7266,50	p<0,001
	Evli	68	62 (29,00-84,00)		
Dış öz-güven	Bekar	317	48 (16,00-80,00)	7725,50	p<0,001
	Evli	68	59,50 (24,00-80,00)		

p<0.05

Tablo 4.11 incelendiğinde medeni duruma göre gruplar arasında Özgüven Ölçeği alt boyut puanları arasında anlamlı farklılık olduğu saptandı. Bulgulara göre evli katılımcıların iç öz-güven ve dış öz-güven düzeylerinin, bekar katılımcıların iç öz-güven ve dış öz-güven düzeylerinden anlamlı olarak yüksek olduğu bulundu.

Tablo 4.12: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Fiziksel Görünümünde n Memnun Olma	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
İç öz-güven	Evet	227	62 (17,00-85,00)	7208,50	p<0,001
	Hayır	158	38,50 (18,00-80,00)		
Dış öz-güven	Evet	227	57 (16,00-80,00)	7982	p<0,001
	Hayır	158	38 (18,00-76,00)		

p<0.05

Tablo 4.12 incelendiğinde fiziksel görünümünden memnun olma durumuna göre gruplar arasında Özgüven Ölçeği alt boyut puanları anlamlı farklılık gösterdi. Bulgulara göre fiziksel görünümünden memnun olan katılımcıların iç öz-güven ve dış öz-güven düzeylerinin, fiziksel görünümünden memnun olmayan katılımcılarınkinden anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptandı.

Tablo 4.13: Katılımcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Süre ile Öz-Güven Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Sosyal Medyada Geçirilen Saat	n	Medyan (min-max)	Ki kare	p	İkili karşılaştırmalar
İç Öz-Güven	a. 3'den az	133	60,00 (27-85,00)	67,190	p<0,001	a-b p=0,001
	b. 3-5 saat	153	55,00 (17-82,00)			a-c p<0,001
	c. 5'den fazla	99	38,00 (18-85,00)			b-c p<0,001
Dış Öz-Güven	a. 3'den az	133	58,00 (24-80,00)	51,872	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 3-5 saat	153	50,00 (16-80,00)			a-c p<0,001
	c. 5'den fazla	99	37,00 (18-80,00)			b-c p<0,001

p<0.05

Tablo 4.13 incelendiğinde sosyal medyada geçirilen süreye göre gruplar arasında Özgüven Ölçeği alt boyut puanları açısından anlamlı farklılık olduğu saptandı. Bulgulara göre sosyal medyada 3 saatten az vakit harcayan katılımcıların iç öz-güven ve dış öz-güven düzeylerinin, sosyal medyada 3 saatten fazla vakit harcayan katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek olduğu saptandı.

4.6. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanlarının Değerlendirilmesi

Tablo 4.14: Katılımcıların Cinsiyetleri ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Cinsiyet	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
Süreklilik	Kadın	251	3,00 (1,00-5,00)	12172,50	p<0,001
	Erkek	134	3,50 (1,00-5,00)		
Yetkinlik	Kadın	251	3,00 (1,00-5,00)	11293	p<0,001
	Erkek	134	3,75 (1,00-5,00)		

p<0.05

Tablo 4.14'ya göre cinsiyete göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Bulgulara göre erkek katılımcıların süreklilik ve yetkinlik düzeyleri, kadın katılımcıların süreklilik ve yetkinlik düzeylerinden anlamlı olarak yüksek tespit edildi.

Tablo 4.15: Katılımcıların Yaş Grupları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Yaş	n	Medyan (min-max)	Ki kare	p	İkili Karşılaştırmalar
Süreklilik	a. 18-25	253	3,50 (1,00-5,00)	32,276	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 26-35	100	3,00 (1,00-5,00)			a-c p<0,001
	c. 36 ve üzeri	32	2,75 (1,00-4,00)			b-c p=0,276
Yetkinlik	a. 18-25	253	3,50 (1,00-5,00)	28,718	p<0,001	a-b p<0,001
	b. 26-35	100	3,00 (1,00-5,00)			a-c p<0,001
	c. 36 ve üzeri	32	2,38 (1,00-5,00)			b-c p=0,052

p<0.05

Tablo 4.15 incelendiğinde yaş grupları arasında Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyut puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Bulgulara göre 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri, diğer yaş grubundaki katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek saptandı.

Tablo 4.16: Katılımcıların Yaş Grupları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Medeni Durum	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
Süreklilik	Bekar	317	3,25 (1,00-5,00)	7495	p<0,001
	Evli	68	2,75 (1,00-5,00)		
Yetkinlik	Bekar	317	3,25 (1,00-5,00)	8855,50	p=0,021
	Evli	68	3,00 (1,00-5,00)		

p<0.05

Tablo 4.16 incelendiğinde medeni durumuna göre gruplar arasında Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyut puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Bulgulara göre bekar katılımcıların sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri, evli katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek saptandı.

Tablo 4.17: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Mann-Whitney U Testi)

	Fiziksel Görünümünden Memnun Olma	n	Medyan (min-max)	Mann-Whitney U	p
Süreklilik	Evet	227	3,00 (1,00-5,00)	9970	p<0,001
	Hayır	158	3,88 (1,00-5,00)		
Yetkinlik	Evet	227	3,00 (1,00-5,00)	11695	p<0,001
	Hayır	158	3,75 (1,00-5,00)		

p<0.05

Tablo 4.17 incelendiğinde fiziksel görünümünden memnun olma durumuna göre Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptandı. Bulgulara göre fiziksel görünümünden memnun olmayan katılımcıların sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri, fiziksel görünümünden memnun olan katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek saptandı.

Tablo 4.18: Katılımcıların Fiziksel Görünümünden Memnun Olma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Puanları Arasındaki İlişki (Kruskal Wallis Testi)

	Sosyal Medyada Geçirilen Saat	n	Medyan (min-max)	Ki kare	p	İkili Karşılaştırmalar
Süreklilik	a. 3'den az	133	2,75 (1,00-5,00)	105,296	p<0,001	a-b p<0,001 a-c p<0,001 b-c p<0,001
	b. 3-5 saat	153	3,00 (1,00-5,00)			
	c. 5'den fazla	99	4,00 (1,00-5,00)			
Yetkinlik	a. 3'den az	133	2,50 (1,00-5,00)	87,272	p<0,001	a-b p<0,001 a-c p<0,001 b-c p<0,001
	b. 3-5 saat	153	3,00 (1,00-5,00)			
	c. 5'den fazla	99	4,00 (1,25-5,00)			

p<0.05

Tablo 4.18 incelendiğinde sosyal medyada geçirilen süreler göre gruplar arasında Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyut puanları, istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdi. Bulgulara göre sosyal medyada 5 saatten fazla vakit harcayan katılımcıların sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeylerinin, sosyal medyada 5 saatten az vakit harcayan katılımcılarınkinden anlamlı olarak yüksek olduğu saptandı.

4.7. Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Arasındaki İlişki

Beck Depresyon Ölçeği, Öz-Güven Ölçeği ve alt boyutları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve alt boyutları arasındaki ilişkileri belirlemek için korelasyon katsayısına bakıldı. Araştırmamız için kullanılan veriler normal dağılımdan gelmediği için, Spearman Korelasyon katsayıları hesaplandı ve ilgili bulgular Tablo 4.20'de sunuldu. Tablo, 0,05 düzeyinde anlamlı olan ilişkileri **sembolü ile belirtmektedir. Elde edilen korelasyon analizi sonuçlarına göre, Beck Depresyon

Ölçeği, Öz- Güven Ölçeği ve Alt Boyutları ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları arasındaki ilişkiler incelendi.

Beck Depresyon Ölçeği ile Öz-Güven Alt Boyutları arasında, İç Öz-Güven ve Dış Öz-Güven arasında negatif yönlü orta güçte bir ilişki ($r=-0,681$) ve ($r=-0,626$) tespit edildi.

Beck Depresyon Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanımı Alt Boyutları arasında Süreklilik ve Yetkinlik boyutları için pozitif yönlü orta güçte bir ilişki ($r=0,404$) ve ($r=0,374$) bulundu.

Araştırmada İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulundu.

Tablo 4.19: Araştırma Değişkenlerinin Birbiri Arasındaki Korelasyonu

	Beck Depresyon Ölçeği	İç öz-güven	Dış öz-güven	Süreklilik	Yetkinlik
Beck Depresyon Ölçeği	1	-,681** ,000	-,626** ,000	,404** ,000	,374** ,000
İç öz-güven		1	,945** ,000	-,342** ,000	-,253** ,000
Dış öz-güven			1	-,278** ,000	-,198** ,000
Süreklilik				1	,802** ,000
Yetkinlik					1

* 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

** 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

4.8. Değişkenler Arası Regresyon Analizine İlişkin Veriler

Regresyon analizine göre, Öz-güven Ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği üzerindeki etkisini değerlendiren Tablo 4.21'de, kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($F=152,624$; $p<0,001$) görüldü. İç öz-güven boyutunun Beck Depresyon Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkisi yordanırken, dış öz-güven boyutunun ($p=0,447$; $p>0,05$) Beck Depresyon Ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmadı.

Modelin bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkene olan etkisini gösteren regresyon katsayısı olan R değeri 0,666 olarak hesaplandı. Öz-Güven Ölçeği alt

boyutlarından iç öz-güven boyutunun Beck Depresyon Ölçeği üzerindeki değişimini açıklayan R^2 değeri ise 0,444 olarak ölçüldü.

Tablo 4.20: Öz-güven ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	B	Standart Hata	Beta	t	p
(Sabit)	28,033	1,150	-0,750	24,371	0,000
İç Öz-Güven Dış Öz-Güven	-0,403	0,063	0,089	-6,426	0,000
	0,050	0,065		0,761	0,447

Bağımlı Değişken: Beck Depresyon Ölçeği

R= 0,666 $R^2= 0,444$ F= 152,624 p= 0,000

Tablo 4.20'de, modelin β katsayısı iç öz-güven boyutu için -0,750 olarak hesaplandı. Bu durumda, çalışma örnekleminde iç öz-güven boyutunun Beck Depresyon Ölçeğini negatif yönde etkilediği saptandı.

Tablo 4.21: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarının Beck Depresyon Ölçeği Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	B	Standart Hata	Beta	t	p
(Sabit)	-3,393	1,395		-2,432	0,015
Süreklilik	2,922	0,653	0,341	4,472	0,000
Yetkinlik	0,991	0,642	0,118	1,543	0,124

Bağımlı Değişken: Beck Depresyon Ölçeği

R= 0,441 $R^2= 0,195$ F= 46,146 p= 0,000

Tablo 4.21'de yapılan regresyon analizi, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarının, Beck Depresyon Ölçeği üzerindeki etkisini ortaya koydu. Analiz sonucunda modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu belirlendi ($F=46,146$; $p<0,001$). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarından süreklilik boyutu, Beck Depresyon Ölçeği üzerinde anlamlı bir etkiye sahipken; yetkinlik boyutunun ($p=0,124$, $p>0,05$) Beck Depresyon Ölçeği üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı saptandı.

Regresyon katsayısı olan R değeri, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkene olan etkisini göstermektedir. Bu çalışmada, R değeri 0,441 olarak hesaplandı. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt boyutlarından süreklilik boyutunun Beck Depresyon Ölçeği üzerindeki değişimi açıklayan R^2 değeri ise 0,195 olarak ölçüldü.

Tablo 4.21'deki β katsayısı ise modelin etkilerini göstermekteydi. Süreklilik boyutunun β katsayısı 0,341 olarak hesaplandı. Bu değerlendirildiğinde, süreklilik boyutunun Beck Depresyon Ölçeği'ni pozitif yönde etkilediği görüldü.



5. TARTIŞMA

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişki konulu çalışma verilerine dair ulaşılan bulguların ilgili alanyazın ışığında tartışılmasına yer verilmiştir.

5.1. Korelasyon Analizine Dair Bulguların Tartışılması

Araştırmada Beck Depresyon Ölçeği ile İç Öz-Güven ve Dış Öz-güven negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde depresif belirti düzeyi arttıkça içsel ve dışsal özgüven düşmektedir. Yapılan regresyon analizi sonuçları da bu etkiyi desteklemektedir. Araştırma bulgusuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Karabük'te 24 anne ile yapılan bir araştırmada da annelerin depresif belirti düzeyleriyle özgüven düzeyleri arasında anlamlı ilişki saptanmıştır. Araştırmada annelerin depresyon düzeyleri arttıkça içsel özgüvenleri düşerken, dışsal özgüvenleri de artmaktadır (Aycan, 2022). Benzer biçimde Onus (2019) tarafından yapılan araştırmada da depresyon ile içsel özgüven arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Aynı araştırmada dışsal özgüven ile depresyon arasında herhangi bir ilişki ise saptanamamıştır. Yanarca Uras (2004) yaptığı araştırmada depresyonun özgüven üzerinde negatif yönde etkisinin olduğunu belirtmiştir. Dallar ve arkadaşları (2006) tarafından obez bireyler üzerinde yapılan bir araştırmada da depresyon ile özgüven arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğu aynı zamanda depresyonun içsel güveni düşürdüğü saptanmıştır. Benzer biçimde Reck ve arkadaşları (2012) tarafından doğum yapmış anneler üzerinde yaptıkları bir araştırmada da depresyonun iç özgüven üzerinde yordayıcı bir etkisinin bulunduğu bildirilmiştir. Araştırmada ulaşılan bulgunun literatür ile uyumlu ve tutarlı olduğu saptanmıştır. Ulaşılan bulgulara göre, depresif belirtiler arttıkça, katılımcıların kendilerine olan güveni değişmektedir. İç özgüven, kişinin kendine olan güvenini ifade ederken, dış özgüven, kişinin başkaları karşısında olan güvenini ifade eder. Depresyon, kişinin kendine olan olumlu düşüncelerini ve benlik saygısını

azaltabilir, bu da kişinin kendine olan güvenini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, depresyon kişinin enerji seviyelerini düşürebilir ve motivasyonunu azaltabilir, bu da kişinin kendine olan güvenini etkileyebilir. Dış özgüvenin artması ise, diğer insanlarla etkileşim kurma becerilerinin düşmesinden kaynaklanabilir.

Araştırmada Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında pozitif yönde orta güçte anlamlı ilişki bulunmuştur. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde depresif belirti düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri de artmaktadır. Yapılan regresyon analizi sonuçları da bu etkiyi desteklemektedir. Araştırma bulgusuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Toroman (2019) tarafından yapılan araştırmada da sosyal medya kullanımı ile depresyon arasında pozitif yönde anlamlı ilişki saptanmıştır. Iğdır üniversitesinde öğrenim görmekte olan 210 üniversite öğrenci ile yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları ile depresyon arasında doğrusal yönde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur (Karadağ, 2022). Haand ve Shuwang (2020) tarafından yapılan araştırmada da depresyon ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Lin ve arkadaşları (2016) tarafından Çin’de öğrenim görmekte olan 795 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada da depresyonun sosyal medya kullanımını arttırdığı ve sosyal medya kullanımı üzerinde depresyonun yordayıcı etkisi olduğunu belirtmiştir. Benzer biçimde Çil (2020) tarafından yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ile ilişkisi araştırmasında da sosyal medya kullanımı arttıkça depresyonun da arttığı bildirilmiştir. İstanbul ilinde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan 304 öğrenci ile yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı arttıkça depresyon düzeylerinin de arttığı belirtilmiştir (Arslan, 2021). Instagramı aktif olarak kullanan üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri ile depresyon arasında doğrusal yönde anlamlı ilişki saptanmıştır (Çakır, 2021). Doğan (2021) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan başka bir araştırmada da depresyon ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Türkiye’de çeşitli üniversitelerde öğrenim görmekte olan 397 üniversite öğrenci ile yapılan bir araştırmada da depresyon ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir (İşcan, 2021). Araştırmada ulaşılan bulgunun literatür ile uyumlu ve tutarlı olduğu

saptanmıştır. Bu sonuç, çeşitli olası nedenleri olabilecek kompleks bir ilişkiyi yansıtabilir. İlk olarak, sosyal medya kullanımı depresif belirtilere bir tepki olarak artabilir. Bu nedenle, yüksek depresif belirtiler gösteren kişiler daha fazla sosyal medya kullanabilirler. Ancak, bu bulgu aynı zamanda sosyal medya kullanımının, özellikle de süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarının yüksekliğinin depresif belirtilere neden olabileceğini de gösterir. Sosyal medya kullanımının, insanların kendilerini diğer insanlarla karşılaştırmalarına ve yetersiz hissetmelerine neden olabileceği bilinmektedir. Bu nedenle, yüksek sosyal medya kullanımı, kişilerde daha düşük bir benlik saygısı ve yüksek depresif belirtilerle ilişkili olabilir. Ayrıca, sürekli bir şekilde sosyal medya kullanımı, gerçek hayattaki sosyal etkileşimleri azaltabilir ve bu da depresif belirtilere neden olabilir.

Araştırmada İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde içsel ve dışsal özgüven düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri azalmaktadır. Yapılan regresyon analizi sonuçları da bu etkiyi desteklemektedir. Araştırma bulgusuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Ganjayeva (2019) tarafından İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitelerinde eğitim gören 226 üniversite öğrencisi ile yaptığı araştırmada da sosyal medya kullanımının özgüven, içsel ve dışsal öz güvenin düşürdüğü bulunmuştur. Benzer biçimde Oğuzhan (2021) tarafından yapılan bir araştırmada da yetişkin bireylerde özgüven, iç özgüven ve dış öz güven ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Çiçek (2019) tarafından ergen bireyler üzerinde yaptığı araştırmada da özgüven arttıkça sosyal medya kullanımı yetkinlik boyutunun azaldığı bulunurken süreklilik boyutunun ise arttığı bulunmuştur. İstanbul Sancaktepe İlçesi'nde öğrenim görmekte olan 230, 7. ve 8. sınıf öğrencisiyle yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı ile özgüven arasında negatif yönde anlamlı ilişki saptanmıştır (Yalçın, 2022). Araştırmada ulaşılan bulgunun literatür ile uyumlu ve tutarlı olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar, özgüven ve sosyal medya kullanımı arasındaki karmaşık ilişkiyi yansıtabilir. Bir açıdan bakıldığında, yüksek içsel ve dışsal özgüven sahibi kişilerin sosyal medya kullanımına daha az ihtiyaçları olabilir. Bu nedenle, yüksek özgüven seviyesine sahip olan kişiler, daha az sosyal medya kullanabilirler. Özgüven, kişilerin kendilerine ve yeteneklerine olan güvenleriyle ilişkilidir ve

yüksek özgüven sahibi olan kişiler, sosyal medya gibi diğer dışsal onaylara ihtiyaç duymayabilirler. Öte yandan, yüksek sosyal medya kullanımı, kişilerin kendilerini diğer insanlarla karşılaştırmalarına ve kendilerine olan güvenlerini azaltmalarına neden olabilir. Bu nedenle, yüksek sosyal medya kullanımı, özellikle de süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarındaki yükseklik, özgüven seviyelerinde düşüşe neden olabilir.

5.2. Gruplar Arası Karşılaştırma Analizlerine Dair Bulguların Tartışılması

Araştırmada üniversite öğrencisi katılımcılarda cinsiyet durumlarına göre Beck Depresyon Ölçeği, İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgulara göre erkek üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanları kadın üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanlarından yüksektir. Bunun yanında kadın üniversite öğrencisi katılımcılarda iç özgüven ve dış özgüven düzeyleri puanları erkek üniversite öğrencisi katılımcıların iç özgüven ve dış özgüven düzey puanlarından yüksek bulunmuştur. Araştırma sonucuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Türütgen (2023) tarafından 18-25 yaş aralığında 421 üniversite öğrencisiyle yapılan bir çalışmada da erkek üniversite öğrencilerinde depresyon kadın üniversite öğrencilerinden yüksek bulunmuştur. Özdemir (2021) tarafından 191 üniversite öğrencisiyle yaptığı çalışmada da kadın üniversite öğrencilerinin özgüven, içsel ve dışsal özgüven düzeyleri erkek üniversite öğrencilerinden yüksek bulunmuştur. İzmir de Dokuz Eylül Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 421 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan bir araştırmada erkek öğrencilerin sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri kadın öğrencilerden yüksek bulunmuştur (Sağlam, 2023). İlgili alanyazın incelendiğinde araştırma bulgularından farklı sonuçlara ulaşıldığı da görülmektedir. Aycan (2022) tarafından yapılan araştırmada kadın bireylerde depresif belirti düzeyi erkek bireylerden yüksek bulunmuştur. Toroman (2019) tarafından yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı ve depresif belirti düzeyi kadınlarda daha yüksek bulunmuştur. Oğuzhan (2021) tarafından yapılan bir araştırmada da erkek bireylerde iç özgüven kadın bireylerden yüksek bulunurken, kadın bireylerin dışsal özgüven düzeyleri ise erkeklerden yüksek bulunmuştur. Aynı araştırmada kadın bireylerin sosyal medya kullanım düzeyleri erkeklerden yüksek

bulunmuştur. Araştırma kapsamında ulaşılan bulgunun literatür ile farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bu bulguların nedeni konusunda kesin bir yanıt vermek zordur, çünkü birçok faktör rol oynayabilir. Ancak, cinsiyet rolleri, toplumsal beklentiler ve farklı toplumsal deneyimler gibi faktörler, bu sonuçların oluşmasında etkili olabilir. Örneğin, erkek öğrencilerin sosyal medya kullanımının kadın öğrencilerden daha yoğun olması, erkeklerin daha fazla sosyal medya etkileşiminde bulunma ve bu platformlarda daha fazla zaman geçirme eğiliminde olmalarından kaynaklanabilir. Bunun yanı sıra, erkeklerin genellikle daha yüksek düzeyde dışa dönük olması, sosyal medyada daha fazla etkileşim kurmalarına neden olabilir. Kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek iç özgüven ve dış özgüven düzeylerine sahip olması, toplumsal beklentiler ve cinsiyet rolleriyle ilişkili olabilir. Toplumda genellikle kadınların daha duygusal ve sosyal olarak daha yetenekli olduğu düşünülür, bu da kadınların kendine güvenlerinin artmasına neden olabilir.

Araştırmada üniversite öğrencisi katılımcılarda medeni durumlarına göre Beck Depresyon Ölçeği, İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgulara göre bekar üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanları evli üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanlarından yüksektir. Bunun yanında evli üniversite öğrencisi katılımcılarda iç özgüven ve dış özgüven düzeyleri puanları bekar üniversite öğrencisi katılımcıların iç özgüven ve dış özgüven düzey puanlarından yüksek bulunmuştur. Araştırma sonucuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Seyhan (2023) tarafından yetişkin bireyler üzerinde yapılan bir araştırmada bekar bireylerde depresif duygu durumu evli bireylerden yüksek bulunmuştur. Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde çalışan 259 hemşire ile yapılan bir çalışmada da evli hemşireler de içsel ve dışsal özgüven bekar hemşirelerden yüksek bulunmuştur (Sırım, 2022). Onus (2019) tarafından yapılan araştırmada da depresyon bekar bireylerde yüksek bulunurken, içsel ve dışsal özgüven ise evli bireylerde daha yüksek bulunmuştur. Türkiye genelinde Aile Sağlığı Merkezi, hastane ve diğer sağlık kurumlarında çalışan 333 sağlık çalışanı ile yürütülen başka bir araştırmada bekar sağlık çalışanlarında sosyal medya kullanımı toplam, süreklilik ve yetkinlik düzeyi evli sağlık çalışanlarından yüksek bulunmuştur (Aytekin Çetinkaya, 2023). Oğuzhan

(2021) tarafından yapılan bir araştırmada da evli bireylerde sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyi bekar bireylerden yüksek bulunmuştur. Aynı araştırmada içsel ve dışsal zgven ile medeni durum arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan bulgunun literatür ile uyumlu ve tutarlı olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar, evlilik durumunun sosyal destek ve güvenlik hissi sağlayarak psikolojik refahı artırdığına dair önceki araştırmalarla uyumludur. Evli olmak, bireylerin hayatlarında önemli bir destek kaynağına sahip olmalarına ve bu sayede duygusal olarak daha iyi durumda olmalarına yardımcı olabilir. Bu nedenle, evli niversite ğrencilerinin daha yüksek sosyal destek ve güvenlik hissi nedeniyle daha düşük depresyon skorlarına sahip olması muhtemeldir. Sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak, evli niversite ğrencilerinin daha yüksek sosyal medya kullanım süreklilik ve yetkinlik puanlarına sahip olmaları, evliliklerinin bir sonucu olarak daha güçlü bir sosyal ağa sahip olmalarından kaynaklanabilir. Bu sosyal ağ, daha fazla online etkileşim ve daha geniş bir sosyal medya çevresi ile sonuşlanabilir. Son olarak, evli niversite ğrencilerinin daha yüksek iş ve dış zgven seviyelerine sahip olmaları, evliliklerinin bir sonucu olarak artan güven ve olgunlaşma duygularından kaynaklanabilir. Evli bireyler, ortak karar alma ve sorun çözme becerilerini geliştirirken, kendilerine olan güvenleri de artabilir.

Araştırmada niversite ğrencisi katılımcılarda fiziksel görünümlerinden memnun olma durumlarına göre Beck Depresyon lği, İ z-Güven ve Dış-z-Güven ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgulara göre fiziksel görünümlerinden memnun olmayan niversite ğrencilerinde Beck Depresyon lği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanları fiziksel görünümlerinden memnun olan niversite ğrencilerinin Beck Depresyon lği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanlarından yüksektir. Bunun yanında fiziksel görünümünden memnun olan niversite ğrencisi katılımcılarda iş zgven ve dış zgven puanları fiziksel görünümünden memnun olmayan niversite ğrencisi katılımcıların iş zgven ve dış zgven puanlarından yüksek bulunmuştur. Araştırma sonucuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; İstanbul ilinde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan 304 ğrenci ile yapılan bir araştırmada fiziksel görünümünden memnun olmayan öğrencilerde depresif duygu durumu daha yüksek çıkmıştır. Bunun yanında fiziksel görünümlerinden memnun

olan öğrencilerde ise sosyal medya kullanımı yüksek bulunmuştur (Arslan, 2021). Onus (2019) tarafından yapılan araştırmada içsel ve dışsal özgüven fiziksel görünümlerinden memnun olanlarda daha yüksek bulunmuştur. Lin ve arkadaşları (2016) tarafından Çin’de öğrenim görmekte olan 795 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada da fiziksel görünümlerinden memnun olmayan öğrencilerde depresif duygu durumu daha yüksek bulunmuştur. Aynı araştırmada çalışmamızdan farklı olarak sosyal medya kullanımı fiziksel görünümünden memnun olanlarda daha yüksek bulunmuştur. Instagramı aktif olarak kullanan üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeyleri fiziksel görünümünden memnun olanlarda daha yüksek bulunmuştur. Aynı araştırmada depresyon ile fiziksel görünümünden memnun olma arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır (Çakır, 2021). Ganjayeve (2019) tarafından İstanbul Üniversitesi ve İstanbul Ticaret Üniversitelerinde eğitim gören 226 üniversite öğrencisi ile yaptığı araştırmada da sosyal medya kullanımı ile özgüven, içsel ve dışsal öz güven görünüşlerinden memnun olanlarda daha yüksek bulunmuştur. Çiçek (2019) tarafından ergen bireyler üzerinde yapılan başka bir araştırmada da fiziksel görünümünden memnuniyet düzeyleri arttıkça sosyal medya kullanımı ile içsel ve dışsal özgüven düzeylerinin de arttığı bildirilmiştir. Araştırma kapsamında ulaşılan bazı bulguların literatür ile uyumlu olduğu görülürken bazı bulguların ise literatüre göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Fiziksel görünümünden memnuniyetsizlik, özsaygı, özgüven ve psikolojik refah üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilir. Fiziksel görünüm kaynaklı düşük özgüven ve benlik saygısı, depresyon belirtileriyle ilişkili olabilir ve bu durum, sosyal medya kullanımının artmasına ve sürekli olmasına neden olabilir. Sosyal medya, kendini karşılaştırma, takipçi sayıları, beğeni ve yorumlar gibi unsurlarla birlikte kişilerin kendilerini olumsuz yönde değerlendirmesine ve depresif duyguların artmasına sebep olabilir. Diğer yandan, fiziksel görünümünden memnun olan öğrencilerin iç ve dış özgüven puanlarının daha yüksek olması, daha olumlu bir benlik saygısına ve daha sağlıklı bir ruh haline işaret edebilir. Bu durum, sosyal medya kullanımını daha dengeli ve olumlu bir şekilde yönlendirebilir. Özgüveni yüksek olan bireyler, kendilerini daha iyi ifade edebilir, sosyal medyayı daha sağlıklı bir şekilde kullanabilir ve negatif dış etkilere karşı daha dirençli olabilirler.

Araştırmada üniversite öğrencisi katılımcılarda yaş aralıklarına göre Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgulara göre 18-25 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanları 26 yaş ve üzerindeki üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanlarından yüksektir. Buna göre yaş düştükçe Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeylerinin arttığı bulunmuştur. Bunun yanında 26 yaş ve üzeri üniversite öğrencilerinde İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven düzeyleri 18-25 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerin İç Öz-Güven ve Dış-Öz-Güven düzeylerinden yüksek bulunmuştur. Buna göre yaş arttıkça içsel özgüven ve dışsal özgüven puanları ise düşmektedir. Araştırma sonucuyla benzerlik gösteren çalışmalara bakıldığında; Haand ve Shuwang (2020) tarafından yapılan araştırmada da 18-22 yaş aralığındaki bireylerde depresif duygu durumu 30-34 yaş aralığındaki bireylerden yüksek bulunmuştur. Çil (2020) tarafından yetişkin bireyler üzerinde yaptığı araştırmada 25-29 yaş aralığındaki bireylerde sosyal medya kullanımı 30-34 ve 35-39 yaş aralığındaki bireylerden yüksek bulunmuştur. Oğuzhan (2021) tarafından yapılan bir araştırmada da yaş arttıkça içsel ve dışsal özgüvenin de arttığı bulunmuştur. İstanbul Sancaktepe İlçesi'nde öğrenim görmekte olan 7. ve 8. sınıf öğrencisiyle yapılan bir araştırmada da 12-13 yaşındaki öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve özgüven düzeyleri 14-15 yaşındaki öğrencilerden yüksek bulunmuştur (Yalçın, 2022). Türütgen (2023) tarafından 18-25 yaş aralığında 421 üniversite öğrencisiyle yapılan bir çalışmada da yaş ile depresyon arasında herhangi bir farklılık saptanamamıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan bazı bulguların literatür ile uyumlu olduğu görülürken bazı bulguların ise literatüre göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Yaşla birlikte bireylerin sosyal, psikolojik ve duygusal gelişimlerinde de değişiklikler meydana gelebilir. Genç yetişkinlik dönemi olan 18-25 yaş aralığı, bireylerin kimlik oluşturma sürecinde önemli bir dönemdir. Bu dönemde bireyler, kendilerini keşfederken, sosyal medya gibi platformlarda da kendilerini ifade etme ve ilişkiler kurma fırsatına sahiptirler. Bu nedenle, sosyal medya kullanımı bu yaş aralığında daha yaygın olabilir. Ayrıca, genç yetişkinlik dönemi genellikle önemli yaşam geçişleriyle de ilişkilidir. Üniversiteye geçiş, iş hayatına adım atma, ilişkilerde değişiklikler gibi faktörler, stres ve duygusal zorluklarla birlikte gelebilir. Bu durum, Beck Depresyon Ölçeği puanlarının artmasına ve sosyal medya kullanımının da buna

bağlı olarak artmasına neden olabilir. Diğer yandan, 26 yaş ve üzeri üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği puanlarının, sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutlarıyla içsel ve dışsal özgüven puanlarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu yaş grubunda, genç yetişkinlik dönemine kıyasla daha fazla deneyim ve yaşam perspektifi olabilir. Bu deneyimler, daha sağlıklı bir benlik saygısı ve özgüven gelişimini destekleyebilir.

5.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Bu araştırmanın sonuçları “Beck Depresyon Ölçeği”, “Özgüven Ölçeği ve “Sosyal Medya Kullanım Ölçeği”nin ölçtüğü veriler ile sınırlıdır.
- Elde edilen gruplar arası bulgular oluşturulan demografik bilgi formunun değişkenleri ile sınırlıdır.
- Araştırma 385 üniversite öğrencisi ile sınırlıdır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara ve bu sonuçlara yönelik ilgili önerilere yer verilmiştir.

- Araştırmada erkek üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanları kadın üniversite öğrencilerinden yüksek bulunmuştur.
- Araştırmada kadın üniversite öğrencisi katılımcılarda iç özgüven ve dış özgüven düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.
- Araştırmada bekar üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanları evli üniversite öğrencilerinden yüksek olduğu bulunmuştur.
- Araştırmada evli üniversite öğrencisi katılımcılarda iç özgüven ve dış özgüven düzeyleri puanları bekar üniversite öğrencilerinden yüksek bulunmuştur.
- Araştırmada fiziksel görünümünden memnun olmayan üniversite öğrencilerinde Beck Depresyon Ölçeği ile sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanları fiziksel görünümünden memnun olan üniversite öğrencilerinden yüksektir.
- Araştırmada fiziksel görünümünden memnun olan üniversite öğrencisi katılımcılarda iç özgüven ve dış özgüven puanları fiziksel görünümünden memnun olmayan üniversite öğrencilerinden yüksek bulunmuştur.
- Araştırmada yaş düştükçe Beck Depresyon Ölçeği, sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik düzeylerinin arttığı bulunmuştur.
- Araştırmada yaş arttıkça içsel özgüven ve dışsal özgüven düzeylerinin de arttığı bulunmuştur.

- Araştırmada sosyal medya da 7 saatten fazla vakit geçiren öğrencilerde depresif duygu durumu daha yüksek bulunmuştur.
- Araştırmada 3-5 saat arası sosyal medyada vakit geçiren bireylerde sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik ile içsel ve dışsal özgüven daha yüksek bulunmuştur.

Elde edilen bu sonuçlara göre gerek alanda çalışma yapacak uzmanlara gerekse konuya ilgi duyan kişilere şu öneriler getirilmiştir;

- Erkek üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği puanları ve sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanlarının kadın öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, erkek öğrencilerin sosyal medya kullanımıyla ilişkili depresif belirtiler konusunda daha dikkatli olunması gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda, erkek öğrencilere yönelik destek hizmetlerinin sağlanması ve farkındalık programlarının geliştirilmesi önerilebilir.
- Kadın üniversite öğrencilerinin iç ve dış özgüven puanlarının erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, kadın öğrencilere yönelik özgüven geliştirme programlarının ve destek gruplarının oluşturulması gerektiğini göstermektedir. Bu programlar, özgüveni artırmaya ve pozitif benlik algısını güçlendirmeye odaklanabilir.
- Araştırmada sosyal medyada 7 saatten fazla vakit geçiren öğrencilerde depresif duygu durumunun daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, aşırı sosyal medya kullanımının depresif belirtilerle ilişkili olabileceğini düşündürmektedir. Bu bağlamda, öğrencilere sağlıklı sosyal medya kullanımı konusunda bilinçlendirme yapılması ve sınırlamaların oluşturulması önemli olabilir.
- 3-5 saat arası sosyal medya kullanımı süresine sahip bireylerde sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik ile içsel ve dışsal özgüvenin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, uygun bir denge ve sınırlama içinde sosyal medya kullanımının olumlu sonuçlara katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, öğrencilere uygun sosyal

medya kullanımı süreleri hakkında bilgi verilmesi ve sağlıklı kullanım alışkanlıklarının teşvik edilmesi önerilebilir.

- Araştırmada bekar üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği puanları ve sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik boyutları puanlarının evli öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, bekar öğrencilerin daha fazla depresif belirtiler gösterme eğiliminde olabileceğini düşündürülebilir. Bu nedenle, evlilik öncesi dönemdeki üniversite öğrencilerine psikolojik destek hizmetleri sunulması ve evlilik sürecindeki zorluklarla başa çıkmalarına yardımcı olunması önemli olabilir.
- Evli üniversite öğrencisi katılımcılarda iç ve dış özgüven puanlarının bekar öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, evlilik durumunun özgüven üzerinde olumlu bir etkisi olabileceğini göstermektedir. Evli olmanın destekleyici bir sosyal çevre ve ilişkilerin varlığı anlamına geldiği düşünülebilir. Bu bağlamda, bekar öğrencilere özgüvenlerini artırmaları için destek ve güçlendirme programları sunulabilir.
- Fiziksel görünümünden memnun olmayan üniversite öğrencilerinin Beck Depresyon Ölçeği puanları ve sosyal medya kullanımı süreklilik ve yetkinlik puanlarının fiziksel görünümünden memnun olan öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, fiziksel görünüm endişelerinin depresif belirtilerle ilişkili olabileceğini göstermektedir. Bu durumda, fiziksel görünümünden memnuniyete odaklanan destek grupları veya danışmanlık hizmetleri sunulması, öğrencilerin beden imajı ve özsaygılarının geliştirilmesine yardımcı olabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention. *Asian Journal of Management Research*, 4 (3), 533-549
- Akagündüz, N. (2006). İnsan yaşamında özgüven kavramı. İstanbul: Ümraniye Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü Yayınları. Yayın No:1.
- Aktaş, E., (2019), Markalarda Sosyal Medya Kullanımı: Lüks Markalar Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Andzulis, C.M., Panagopoulos G.N. and Rapp, A. (2012), A Review Of Social Media and Implications For The Sales Process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32(3), 305-316.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
- Arslan, A. (2015), Eğitim ve Öğretimde Sosyal Medyanın Kullanımı" A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Ed.). Sosyal Medya Araştırmaları 2 içinde. 1. Baskı. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Arslan, S. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Aycan, İ. B. (2022). Anne motivasyon eğitim programının bağlanma, öz güven ve depresyon düzeyine etkisinin incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Ayman, M. (2013), Küreselleşme ve Sosyal Medya Uygulamaları." M. C. Öztürk (Ed.). Dijital İletişim ve Yeni Medya içinde. 1. Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No:2956, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1911.
- Aytekin Çetinkaya, Z. (2023). Sağlık çalışanlarında teknoloji ve sosyal medya kullanımı ve ilişkili faktörler (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Bacanlı, H. (2004). Gelişim ve Öğrenme. Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.
- Başoğlu, T. S. (2007). Sınav kaygısı ile özgüven arasındaki ilişkinin erinlik döneminde incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilgin, O. (2011). Ergenlerde özgüven düzeyinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.

- Carlsson, J. (2010). An Assessment of Social Media Business Models and Strategic Implications for Future Implementation. University of Oxford Business School. *Computing, Communication, Control, and Management*, 1, 487-490
- Çakır, D. (2021). Instagram kullanıcısı üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ile ilişkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çakmak, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Çelik, İ. (2014). Ortaokul öğrencilerinin özgüven düzeylerinin bazı değişkenler açısından değerlendirilmesi. Afyonkarahisar örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara.
- Çevikbaş, M. (2013). Matematik öğretmenlerinin yanlışa verdikleri dönütlerin öğrenci özgüvenleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çiçek, E. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanım sıklığı ve özgüven düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çil, N. S. (2020). Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ile ilişkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çuhadaroglu, F., Canat, S., Kılıç, E., Şenol, S., Rugancı, N., Öncü, B. ve Avcı, A. (2004). Türkiye bilimler akademisi raporları ergen ve ruhsal sorunları durum saptama çalışması. Ankara: TÜBİTAK Matbaası.
- Dallar, Y., Erdeve, Ş. S., Çakır, İ., ve Köstü, M. (2006). Obezite, çocuklarda depresyon ve özgüven eksikliğine neden oluyor mu? *Gülhane Tıp Dergisi*, 48 (1), 1-3.
- Danielsdóttir, S. (2014). Your body is awesome: Body respect for cahilden, Philadelphia, PA: Singing Dragon.
- Dobson, K. S., & Dozois, D. J. (2008). Risk factors in depression. Elsevier/Academic.
- Doğan, M.V. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Doğan, U., Karakuş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ sitesi kullanımının yordayıcısı olarak çok boyutlu yalnızlık. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 6 (1), 57-71.
- Duran, Ş. K. (2007). 9, 10, 11 Yaşındaki çocukların zihinsel gelişim ve benlik saygısına ailenin sosyo-ekonomik düzeyinin etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eldeleklioğlu, J. (2004). Çocuklarda özgüven gelişimi. Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 24(2), 111-121.

- Erkek Patır, N. (2016). Yatılı ve gündüzlü eğitim alan ortaöğretim öğrencilerinin şiddet eğilimleri ile özgüvenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Evans, D. and McKee J., (2010), Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Fahy, A.E., Stansfeld, S.A., Smuk, M., Smith, N.R., Cummins, S., Clark, C. (2016). Longitudinal associations between cyber bullying involvement and adolescent mental health. *J Adolesc Health*;59(5):502–9.
- Faulds, D. J., & Mangold, W. G. (2014). Developing A Social Media and Marketing Course. *Marketing Education Review*, 24(2), 127-144.
- Feltz, D. L. (1988). Self Confidence and Sport Performance, *Exercise and Sports Science Reviews*, S. 423.
- Franco, J.A. ve Carrier, L.M. (2020). Latinlerde sosyal medya kullanımı ve depresyon, kaygı ve stres: İlişkisel bir çalışma. *İnsan Davranışı ve Gelişen Teknolojiler*, 2 (3), 227-241
- Gangwisch, J.E., Babiss, L.A., Malaspina, D., Turner, B.J., Zammit, G.K., Posner, K. (2010). Earlier parental bedtime as a protective factor against depression and suicidal ideation. *Sleep*, 33(1), 97–106.
- Ganjayeva, N. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, Eysenck'in kişilik envanteri ve özgüven arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gökner, Ö. (2010). Özgüven kazanmak. (2. Baskı). Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Günalp, A. (2007). Farklı anne baba tutumlarının okul öncesi eğitim çağındaki çocukların özgüven duygusunun gelişimine etkisi (Aksaray ili örneği). (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Haand, R. ve Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: A quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780-786
- Hambly, K. (2003). Özgüven. (Çev. Barış Bıçakçı). 5. Basım. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Helvacı Ç., F. & Hocaoglu, Ç. (2016). Major Depresiz Bozukluk Tanımı, Etiyolojisi ve Epidemiyolojisi: Bir Gözden Geçirme. *Journal Of Contemporary Medicine*, 6(1), 51- 66.
- Holmqvist K. ve Frisén, A. (2012). “I bet they aren’t that perfect in reality:” Appearance ideals viewed from the perspective of adolescents with a positive body image. *Body Image*, 9(3), 388-395.
- Hölzel, L., Härter, M., Reese, C., & Kriston, L. (2011). Risk factors for Chronic Depression a systematic review. *Journal of Affective Disorders*, 129(1-3), 1-13.

- İşcan, S. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve anksiyete düzeyleri arasındaki ilişki (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaplan, Andreas M. and Haenlein, Michael (2010), Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, (53), 59-68.
- Kara, S. (2013). Hz. peygamberin elinde şekillenen ideal gençlik. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1(2)- 4-17.
- Karal, H, S. F. Erümit ve A. K. Erümit. (2017), Sosyal Ağlar.” E. Taşdemir ve E. Aslan (Ed.). Sosyal Medya İletişimi içinde. 1. Baskı. Ankara: Gece Kitaplığı
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *E Clinical Medicine*, 6, 59-68.
- Kessler, R. C., McGonagle, K. A., Zhao, S., Nelson, C. B., Hughes, M., Eshleman, S., & Kendler, K. S. (1994). Lifetime and 12-month prevalence of DSM-III-R psychiatric disorders in the United States: results from the National Comorbidity Survey. *Archives of general psychiatry*, 51(1), 8-19.
- Kılıç, C. (1998). Türkiye Ruh Sağlığı Profili: Erişkin nüfusta ruhsal hastalıkların yaygınlığı, ilişkili faktörler, yetiştirimi ve ruh sağlığı hizmeti kullanımı sonuçları. Ankara: TC Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 77-98.
- Kısaç, İ. ve Şensoy M.E.M., (2017), Gençlerde Sosyal Medya Algısı ve Kullanma Davranışı. In Mediterranean International Conference on Social Sciences by UDG.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., (2011), “Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media”, *Business Horizons, Indiana, New Jersey*, 54, 235-256
- Kim, A. J. and Ko E. (2012), Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486
- Kocaarslan, B. (2009). Genel Müzik Eğitimi Alan İlköğretim Öğrencilerinin Müzik Dersine İlişkin Tutum, Müzikal Öz güven ve Motivasyon Düzeylerinin Karşılaştırılması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Koç, S. ve Gün, N. (2006). Özsaygı: Öncelikler listende kaçınıcı sıradasın? 3. Baskı. İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık.
- Koçyiğit, M. (2015), Sosyal Ağ Pazarlaması/ Marka Bağlılığı Oluşturmada Yeni Bir Pazarlama Stratejisi. 1. Baskı. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Köhler, C. A., Evangelou, E., Stubbs, B., Solmi, M., Veronese, N., Belbasis, L., . . . Carvalho, A. F. (2018). Mapping risk factors for depression across the lifespan: An umbrella review of evidence from Meta-analyses and Mendelian Randomization Studies. *Journal of Psychiatric Research*, 103, 189-207.
- Köksal, Y., ve Özdemir, Ş. (2013), Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman*

- Kumbaroğlu, Z. B. (2013). Spor yapan ve yapmayan ortaöğretim öğrencilerinin empatik eğilim düzeyleri ile benlik saygısı düzeylerinin çeşitli sosyo-demografik özelliklerine göre karşılaştırılması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Kurtuldu, P.S. (2007). İlköğretim okul yöneticilerinin özgüven düzeyleri ile liderlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yedi Tepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kuyucu, M. (2015), Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı."A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Ed.). Sosyal Medya Araştırmaları 2 içinde. 1. Baskı. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Lauster, P. (2003). Özgüven öğrenilebilir. (Çev: Lütfi Yarbaş). İzmir: İlya Yayınevi.
- Lauster, P. (2010). Özgüven öğrenilebilir. (Çev: Lütfi Yarbaş). İzmir: İlya Yayınevi.
- Lin, L., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M. ve Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331.
- Malhi, G. S., & Mann, J. J. (2018). Depression. *Lancet* (London, England), 392(10161), 2299–2312.
- Miller, C. (2018). Does Social Media Cause Depression? Children's Mind Institute, 1- 6.
- Mutluer, S. (2006). Özgüven oluşmasında manevi değerlerin rolü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oğuzhan, N. T. (2021). Sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven arasındaki ilişki (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Olchanski, N., McInnis Myers, M., Halseth, M., Cyr, P. L., Bockstedt, L., Goss, T. F., & Howland, R. H. (2013). The economic burden of treatment-resistant depression. *Clinical Therapeutics*, 35(4), 512-522
- Onus, E. C. (2019). İlk kez baba olanlara verilen telefonla kısa mesaj desteğinin doğum sonu kaygı, depresyon ve özgüvene etkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Özata, Z. F. (2013), Sosyal Medya Platformları." M. C. Öztürk (Ed.). Dijital İletişim ve Yeni Medya içinde. 1. Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No:2956, Açık öğretim Fakültesi Yayını No: 1911.
- Özbey, Ç. (2004). Çocuk sorunlarına yapıcı çözümler. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Özdemir, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyleri ve sosyal destek algılarının incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Biruni Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Özgüven, N. (2015), Sosyal Ağlarda Markalaşma: Dijital Ortamlarda Reklam Uygulama Örnekleri." A. Özkan, N. Tandoğmuş ve B. O. Doğan (Ed.). Yeni Medya ve Reklam içinde. 1. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.

- Öztürk, M. O. ve Uluşahin, A. (2018). Ruh Sağlığı ve Bozuklukları, 11. Baskı, Ankara.
- Öztürk, M.F., ve Talas M. (2015), Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken*, 7 (1): 101-120.
- Pelling, E. L., ve White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking Web sites. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 755-759.
- Pempek, T. A. , Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, 30(3), 227-238.
- Polat, M. (2016), Marka ve Ürün Faydasının Marka Sadakati Ve Değerine etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı.
- Reck, C., Noe, D., Gerstenlauer, J., ve Stehle, E. (2012). Effects of postpartum anxiety disorders and depression on maternal self-confidence. *Infant Behavior and Development*, 35 (2), 264-272.
- Safko, Lon and Brake, David K. (2010), The Social Media Bible. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Sağlam, A. (2023). Üniversite öğrencilerinde psikolojik iyi-oluşun sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve koşulsuz kendini kabul düzeyleri açısından incelenmesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Schuch, F., Vancampfort, D., Firth, J., Rosenbaum, S., Ward, P., Reichert, T., Stubbs, B. (2017). Physical activity and sedentary behavior in people with major depressive disorder: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 210, 139-150
- Seyhan, B. (2023). COVID-19 pandemisinde yetişkin bireylerde depresyon ve COVID-19 korku durumu ile diyet kalitesi arasındaki ilişkinin saptanması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Shensa, A., Sidani, JE, Escobar-Viera, CG, Switzer, GE, Primack, BA ve Choukas-Bradley, S. (2020). Sosyal medyadan ve yüz yüze ilişkilerden duygusal destek: Genç yetişkinler arasında depresyon riski olan ilişkiler. *Duygusal bozukluklar dergisi*, 260, 38-44.
- Sırım, S. (2022). Hemşirelerde yenilik ikliminin belirleyicileri: Özgüven, öz liderlik ve otonomi düzeyi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Soner, O. (2000). Aile uyumu, öğrenci özgüveni ve akademik başarı arasındaki ilişkiler. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğilim Bilimleri Dergisi*,12, 249-260.
- Sponcil, M. ve Gitimu, P. (2013). Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept. *Journal of Technology Research*, 4, 1.
- Şahin, Z. (2016). İlkokul öğrencilerinde dil ve konuşma bozukluğunun öğrencilerin özgüveni üzerine etkisi:50.yıl ortaokulu ve dilkonmer örneği.

- (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şener, G. ve Kuş, O. (2015). Büyük biraderden büyük veriye gözetim toplumu. Ö. Oğuzhan (Ed.), İletişimde sosyal medya sosyal medyada etkileşim kitabı içinde (53-82). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tamam L., Namlı Z., Karaytuğ M. O. (2012) Clinical features of depression. *Türkiye Klinikleri J Psychiatry-Special Topics*, 5 (2), 34-38.
- Tatoğlu, N., Ocakçı, A., ve Öztürk, Ö. (2006). Zonguldak il merkezinde 15-17 yaş grubu genel lise öğrencilerinde benlik saygısının akademik başarıya etkisi. Milli Pediatri Kongresin’de sunulmuş bildiri, Türkiye Milli Pediatri Derneği, Antalya.
- Toruk, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. Selçuk Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 475-488.
- Türütgen, N. (2023). Üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile fiziksel aktivite, yorgunluk, bilişsel durum, uyku kalitesi, depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Urista, M.A., Dong, Q. and Day, K.D. (2009). Explaining Why Young Adults Use My Space And Facebook Through Uses And Gratifications Theory. *Human Communication*, 12 (2), 215- 229.
- West A, Lewis J and Currie P (2009) Students’ Facebook ‘friends’: public and private spheres. *Journal of Youth Studies* 12(6): 615–627.
- Whiting, A. ve Williams, D. (2013). İnsanlar neden sosyal medyayı kullanıyor: bir kullanım ve tatmin yaklaşımı. Nitel Pazar Araştırması: Uluslararası Bir Dergi.
- Yalçın, A. (2022). 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile benlik saygıları ve akademik özgüvenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Yanarca Uras, B. (2004). Beden imgesi ve depresyon semptomları ilişkisi: Özgüvenin, bu ilişkide oynadığı aracı rol (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yarım kaya, E. (2013). 12-14 Yaş arası ilköğretim öğrencilerinin özgüven düzeylerinin voleybolda servis atma becerisi üzerine etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Yavuzer, H. (2002). Anne baba ve çocuk. (15. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H., (2012). Çocuk eğitimi el kitabı. 28. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ying, W., & Bin, W. (2009). Conceptual model of youth leadership: A review.

Ekler

Ek-1: Etik Kurul Onay Formu



T.C.
İSTANBUL TOPKAPI ÜNİVERSİTESİ
REKTÖRLÜK

Sayı : E-31675095-100-2300002174
Konu : Etik Kurul Raporu (Ece Nur
ACIDEMİR)

28.02.2023

Sayın Araştırmacı Ece Nur ACIDEMİR

“Üniversite öğrencilerinde Sosyal medya kullanımı ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi” konulu çalışmanız 28.02.2023 tarih 2023/02 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda görüşülmüş olup; Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin değerlendirmesi sonucunda söz konusu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Aziz EKŞİ
Komisyon Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: B83231F

Doğrulama Adresi: <https://ebys.topkapi.edu.tr/BelgeDogrulama>

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34087, Balat - İstanbul

Tel: 4447696 Faks: +90 212 6214503

E-Posta: info@topkapi.edu.tr Elektronik Ağ: www.topkapi.edu.tr

Kep Adresi: istanbultopkapiuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi: İpek FURTUN

Yazı İşleri Uzmanı

Tel: 4447696 Dahili: 508



Ek-2: Bilgilendirilmiş Onam Formu

Bu çalışma Aslı Enez Darçın danışmanlığında Topkapı Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans programında eğitim görmekte olan Ece Nur Acıdemir tarafından yürütülmektedir. Bu çalışmada ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE ÖZGÜVEN VE DEPRESİF BELİRTİ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ’ ortaya koyulması amaçlanmıştır. Uygulanacak ölçekler: ‘Beck Depresyon Ölçeği, Öz-güven Ölçeği, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği şeklindedir. Sizden herhangi bir isim soyisim talep edilmeyecek olup verdiğiniz yanıtlar kişisel bir değerlendirmeye tabi tutulmayacaktır. Sorular gönüllülük esasına bağlıdır, içtenlikle soruları cevaplamanız önem arz etmektedir.

Katılımınız için şimdiden teşekkür ederim.

Çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum () Evet

Ek-3: Sosyodemografik Bilgi Formu

1) Üniversite öğrencisi misiniz? () Evet () Hayır

2) Cinsiyetiniz ()Kadın ()Erkek

3) Yaşınız:

4) Medeni Durumunuz: () Evli () Bekar

5) Sınıf:

Hazırlık () 1.sınıf () 2.sınıf () 3.sınıf () 4.sınıf () Yüksek Lisans ()

6) Genel olarak fiziki görünümünüzden hoşnut musunuz?

a) Evet () b) Hayır ()

7) Lütfen aşağıdaki sosyal medya araçlarından hangilerini kullandığınızı belirtiniz. (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

Twitter () Instagram () Tiktok () Youtube ()

8) Lütfen günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçirdiğinizi belirtiniz. (Kullanım saatlerinizi minimum-maksimum olarak düşününüz)

1'den az() 1-3 saat() 3-5() saat 5-7 saat() 7'den fazla()

9) Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz? Size uygun şıkları işaretleyiniz. Not: Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.

() Yeni arkadaşlar edinmek

() Arkadaşlarla sohbet etmek

() Güncel gelişmelerden haberdar olmak

() Fotoğraf paylaşmak

() Fotoğraflara bakmak

() Arkadaşlarımın yaptıklarından haberdar olmak

- ☐ Boş vaktimi değerlendirmek
- ☐ Stres atmak
- ☐ İlişki/özel arkadaşlıklar kurmak
- ☐ İşim/kariyerimle ilgili bağlantılar kurmak
- ☐ Oyun oynamak
- ☐ Video izlemek
- ☐ Video paylaşmak

10) Kendinizi sosyal medyadaki İnternet ünlüleriyle kıyaslıyor musunuz?

(örneğin kazançlar, dış görünüş vs)

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Ek-4: Beck Depresyon Envanteri

Aşağıda, kişilerin ruh durumlarını ifade ederken kullandıkları bazı cümleler verilmiştir. Her madde bir çeşit ruh durumunu anlatmaktadır. Her maddede o ruh durumunun derecesini belirleyen 4 seçenek vardır. Lütfen bu seçenekleri dikkatle okuyunuz. Son bir hafta içindeki (şu an dahil) kendi ruh durumunuzu göz önünde bulundurarak, size en uygun olan ifadeyi bulunuz. Daha sonra, o maddenin yanındaki harfin üzerine (X) işareti koyunuz.

- 1) a. Kendimi üzgün hissetmiyorum
b. Kendimi üzgün hissediyorum
c. Her zaman için üzgünüm ve kendimi bu duygudan kurtaramıyorum
d. Öylesine üzgün ve mutsuzum ki dayanamıyorum
- 2) a. Gelecekte umutsuz değilim
b. Gelecek konusunda umutsuzum
c. Gelecekte beklediğim hiç bir şey yok
d. Benim için bir gelecek olmadığı gibi bu durum değişmeyecek
- 3) a. Kendimi başarısız görmüyorum
b. Herkesten daha fazla başarısızlıklarım oldu sayılır
c. Geriye dönüp baktığımda, pek çok başarısızlığımın olduğunu görüyorum
d. Kendimi bir insan olarak tümüyle başarısız görüyorum
- 4) a. Her şeyden eskisi kadar doyum (zevk) alabiliyorum
b. Her şeyden eskisi kadar doyum alamıyorum
c. Artık hiçbir şeyden gerçek bir doyum alamıyorum
d. Bana doyum veren hiçbir şey yok. Her şey çok sıkıcı

- 5) a. Kendimi suçlu hissetmiyorum
b. Arada bir kendimi suçlu hissettiğim oluyor
c. Kendimi çoğunlukla suçlu hissediyorum
d. Kendimi her an için suçlu hissediyorum
- 6) a. Cezalandırılıyormuşum gibi duygular içinde değilim
b. Sanki bazı şeyler için cezalandırılabilmişim gibi duygular içindeyim
c. Cezalandırılacakmışım gibi duygular yaşıyorum
d. Bazı şeyler için cezalandırılıyorum
- 7) a. Kendimi hayal kırıklığına uğratmadım
b. Kendimi hayal kırıklığına uğrattım
c. Kendimden hiç hoşlanmıyorum
d. Kendimden nefret ediyorum
- 8) a. Kendimi diğer insanlardan daha kötü durumda görmüyorum
b. Kendimi zayıflıklarım ve hatalarım için eleştiriyorum
c. Kendimi hatalarım için her zaman suçluyorum
d. Her kötü olayda kendimi suçluyorum
- 9) a. Kendimi öldürmek gibi düşüncelerim yok
b. Bazen kendimi öldürmeyi düşünüyorum ama böyle bir şey yapamam
c. Kendimi öldürebilmeyi çok isterdim
d. Eğer bir fırsatını bulursam kendimi öldürürüm

- 10) a. Herkesten daha fazla ağladığımı sanmıyorum
- b. Eskisine göre şimdilerde daha çok ağlıyorum
- c. Şimdilerde her an ağlıyorum
- d. Eskiden ağlayabilirdim. Şimdilerde istesem de ağlayamıyorum
- 11) a. Eskisine göre daha sinirli veya tedirgin sayılmam
- b. Her zamankinden biraz daha fazla tedirginim
- c. Çoğu zaman sinirli ve tedirginim
- d. Şimdilerde her an için tedirgin ve sinirliyim
- 12) a. Diğer insanlara karşı ilgimi kaybetmedim
- b. Eskisine göre insanlarla daha az ilgiliyim
- c. Diğer insanlara karşı ilgimin çoğunu kaybettim
- d. Diğer insanlara karşı hiç ilgim kalmadı
- 13) a. Eskisi gibi rahat ve kolay kararlar verebiliyorum
- b. Eskisine kıyasla şimdilerde karar vermeyi daha çok erteliyorum
- c. Eskisine göre karar vermekte oldukça güçlük çekiyorum
- d. Artık hiç karar veremiyorum
- 14) a. Eskisinden daha kötü bir dış görünüşüm olduğunu sanmıyorum
- b. Sanki yaşlanmış ve çekiciliğimi kaybetmişim gibi düşünüyor ve üzülüyorum
- c. Dış görünüşümde artık değiştirilmesi mümkün olmayan ve beni çirkinleştiren değişiklikler olduğunu hissediyorum
- d. Çok çirkin olduğumu düşünüyorum

- 15) a. Eskisi kadar iyi çalışabiliyorum
- b. Bir işe başlayabilmek için eskisine göre daha çok çaba harcıyorum
- c. Ne olursa olsun, yapabilmek için kendimi çok zorluyorum
- d. Artık hiç çalışmıyorum
- 16) a. Eskisi kadar kolay ve rahat uyuyabiliyorum
- b. Şimdilerde eskisi kadar kolay ve rahat uyuyamıyorum
- c. Eskisine göre bir veya iki saat erken uyanıyor, tekrar uyumakta güçlük çekiyorum
- d. Eskisine göre çok erken uyanıyor ve tekrar uyuyamıyorum
- 17) a. Eskisine göre daha çabuk yorulduğumu sanmıyorum
- b. Eskisinden daha çabuk ve kolay yoruluyorum
- c. Şimdilerde neredeyse her şeyden, kolayca ve çabuk yoruluyorum
- d. Artık hiçbir şey yapamayacak kadar yorgunum
- 18) a. İştahım eskisinden pek farklı değil
- b. İştahım eskisi kadar iyi değil
- c. Şimdilerde iştahım epey kötü
- d. Artık hiç iştahım yok
- 19) a. Son zamanlarda pek fazla kilo kaybettiğimi/aldığımı sanmıyorum
- b. Son zamanlarda istemediğim halde iki buçuk kilodan fazla kaybettim/aldım
- c. Son zamanlarda beş kilodan fazla kaybettim/aldım
- d. Son zamanlarda yedi buçuk kilodan fazla kaybettim/aldım

- 20) a. Sağlığım beni pek endişelendirmiyor
- b. Son zamanlarda ağrı, sıızı, mide bozukluğu, kabızlık gibi sıkıntılarım var
- c. Ağrı sıızı gibi bu sıkıntılarım beni çok endişelendiriyor
- d. Bu tür sıkıntılar beni öylesine endişelendiriyor ki başka bir şey düşünemiyorum
- 21) a. Son zamanlarda cinsel yaşantımda dikkatimi çeken bir şey yok
- b. Eskisine göre cinsel konularla daha az ilgileniyorum
- c. Şimdilerde cinsellikle pek ilgili değilim
- d. Artık cinsellikle hiç bir ilgim kalmadı

Ek-5: Öz-Güven Ölçeği

Bu anketlerden elde edilen sonuçlar bilimsel bir çalışmada kullanılacaktır. Sizden istenilen bu ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirmeniz ve sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koymanızdır. Her sorunun karşısında bulunan; (1) Hiç bir zaman (2) Nadiren (3) Sık sık (4) Genellikle ve (5) Her zaman anlamına gelmektedir. Lütfen her ifadeye mutlaka TEK yanıt veriniz ve kesinlikle BOŞ bırakmayınız. En uygun yanıtları vereceğinizi ümit eder katkılarınız için teşekkür ederim.

1	Kendimi başarılı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5
2	Başkalarının yanında heyecanımı kontrol edebilirim.	1	2	3	4	5
3	Seçimlerimde başkalarına bağımlı değilimdir.	1	2	3	4	5
4	Yaşamdaki zorluklarla baş edebilirim.	1	2	3	4	5
5	Benim için aşılamayacak sorun yoktur.	1	2	3	4	5
6	Başkalarının görüşlerine saygı gösteririm.	1	2	3	4	5
7	Problemlerimin üstesinden gelebileceğime inanırım.	1	2	3	4	5
8	Sosyal etkinliklere katılmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
9	Verdiğim kararların arkasında dururum.	1	2	3	4	5
10	Kendi kendime yetebileceğime inanırım.	1	2	3	4	5
11	Aktif birisi olduğumu düşünürüm.	1	2	3	4	5
12	Öz-eleştiri yapabilirim.	1	2	3	4	5
13	Anlamadığım konularda başkalarına soru sorabilirim.	1	2	3	4	5
14	Yeni girdiğim ortamlara uyum sağlarım.	1	2	3	4	5
15	Kendimle barışık bir insanım.	1	2	3	4	5
16	Gerektiğinde sonuna kadar hakkımı savunurum.	1	2	3	4	5
17	İstedğim şeyleri elde etmek için mücadele edebilirim.	1	2	3	4	5
18	Kendimi rahat bir şekilde ifade edebilirim.	1	2	3	4	5
19	Kendimi ve başkalarını olduğu gibi kabul ederim.	1	2	3	4	5
20	Çevremde yeteri kadar güvенеbileceğim insan vardır.	1	2	3	4	5
21	Sorumluluk almaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
22	Diğer insanların eleştirilerini anlayışla karşılayabilirim.	1	2	3	4	5
23	Sıkıntılı anlarımda bile olumlu düşünmeye çalışırım.	1	2	3	4	5
24	Ön plana çıkmaktan korkmam.	1	2	3	4	5
25	Başarısız olduğumda hemen pes etmem.	1	2	3	4	5
26	Başka insanlarla kolaylıkla iletişim kurabilirim.	1	2	3	4	5
27	Değerli birisi olduğuma inanırım.	1	2	3	4	5
28	Kolay arkadaş edinebilirim.	1	2	3	4	5
29	Düşüncelerimi ifade ederken başkalarından çekinmem.	1	2	3	4	5
30	Kolay karar verebilirim.	1	2	3	4	5
31	Sosyal bir insan olduğuma inanırım.	1	2	3	4	5
32	Kendimi severim.	1	2	3	4	5
33	Başka insanların övgülerini hak ettiğime inanırım.	1	2	3	4	5

Ek-6: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Aşağıda sosyal medya kullanımına yönelik çeşitli ifadeler yer almaktadır. Her ifadeye yer alan durumun sizin için ne kadar uygun olduğunu yanda belirtilen derecelmeli ölçek üzerinde işaretlemeniz (X) istenmektedir.

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

ÖZGEÇMİŞ

Ece Nur Acıdemir Lisans eğitimini İstanbul Okan Üniversitesi Psikoloji bölümünü okuyarak tamamladıktan sonra İstanbul Topkapı Üniversitesinde Psikoloji Yüksek Lisans eğitimi almaya başladı.

