

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SOSYAL ONAY İHTİYACI VE
KAYGI DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Merve ÇALIŞ

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Yasin GENÇ

İSTANBUL – 2020

TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Merve ÇALIŞ
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : Psikoloji Anabilim Dalı
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 29.07.2020
- SAYFA SAYISI** : 81
- TEZ DANIŞMANLARI** : Dr. Öğr. Üyesi Yasin GENÇ
- DİZİN TERİMLERİ** : Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Onay İhtiyacı, Kaygı Düzeyleri
- TÜRKÇE ÖZET** : Yapılan bu çalışmanın amacı sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Antalya ilinin Alanya ilçesi oluşturmaktadır. Örneklem için Alanya'da yaşayan 18-50 yaş arası yetişkinler seçilecektir.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Merve ÇALIŞ

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SOSYAL ONAY İHTİYACI VE
KAYGI DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Merve ÇALIŞ

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Yasin GENÇ

İSTANBUL – 2020

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez/proje olarak sunulmadığını beyan ederim.

Merve ÇALIŞ

././2020



T.C
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Merve ÇALIŞ'ın “**Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Onay İhtiyacı Ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki**” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____
Dr. Öğr. Üyesi Yasin GENÇ
(Danışman)

Üye _____
Dr. Öğr. Üyesi Hakan KARAŞ

Üye _____
Dr. Öğr. Üyesi Necmettin AKSOY

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2020

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ
Enstitü Müdürü V.

ÖZET

Giriş: Yapılan bu çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyaçları ve kaygı düzeyleri ilişkisel tarama modeline göre incelenmektedir. Araştırma Antalya'nın Alanya ilçesinde yaşayan 18-50 yaş arası kişiler arasından rastgele seçilmiştir. Bu çalışmada veriler birebir uygulanacak olan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Sosyal medya; internetin yaygınlaşması ile hayatımıza giren her kesimden her kültürden insanların sosyal medya ağlarını kullanarak geniş kitlelere ulaşmasını, arkadaş edinebilecekleri, arkadaşları ile etkileşime geçebileceği, iş bulabileceği, video ve resim yükleyebileceği ve fikirlerini paylaşıp tartışabileceği platformlara verilen genel addir. Sosyal onay ihtiyacı; bireyin kendi dışındaki insanların fikirlerine önem verdiği ve etkileşim içinde olduğu kişiye uyma davranışı gösterdiği bir kavramdır. Bu kavramın kişilerarası ilişkilerde sosyal bağ kurmasını ve yakınlaşmasını sağlarken başkalarının istek ve beklentilerine göre yaşamına yön vermesine sebep olabilmektedir. Kaygı; kişinin korku verici veya tehdit edici bir duruma karşı vermiş olduğu ruhsal ve bedensel bir tepkidir.

Amaç: Yapılan bu araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişkisinin incelenmesidir.

Yöntem: Araştırma ilişkisel tarama modeline uygun olarak hazırlanmıştır. İki veya daha çok değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlar. Ayrıca araştırma desenlerinin tümü ilişkisel tarama modelleri olarak tanımlanır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği, Beck Anksiyete Ölçeği, uygulanacaktır. Katılımcılar basit-tesadüfi örneklem modeliyle elde edilmiştir. Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki başlıklı çalışmada gizlilik ve gönüllülük esastır.

Bulgular: Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani sosyal medya kullanımı artarken sosyal onay ihtiyacı da artmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımı ile sosyal geri çekilme arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakma ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bir diğer ifadeyle kadınların olumlu izlenim bırakma düzeyleri erkeklerinkinden anlamlı şekilde yüksektir. Beck anksiyete ile sosyal medya kullanımının alt boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Beck anksiyete düzeyi artarken sosyal medya kullanımı da artmaktadır. Beck anksiyete ile sosyal onay ihtiyacı ve alt boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Beck anksiyete düzeyi artarken sosyal onay ihtiyacı da artmaktadır. Yaş ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken sosyal medya kullanımı azalmaktadır. Yaş ile sosyal onay ihtiyacı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken sosyal onay ihtiyacı azalmaktadır. Yaş ile Beck anksiyete arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken Beck anksiyete düzeyi azalmaktadır. Sosyal onay ihtiyacı ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaç düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Onay İhtiyacı, Kaygı Düzeyleri

SUMMARY

Introduction: In this study; social approval needs and anxiety levels with social media usage were assessed by using the relational screening model. Individuals aged 18–50 years from Alanya district of Antalya were recruited for the study. Data from each participant were collected through questionnaires. Social media is the generic term used for the platforms where people from all walks of life and diverse cultures can reach out to mass audiences by using social media networks. Thereby, individuals can establish friendships or interact with friends, find jobs, broadcast videos and pictures, and share and discuss ideas. The need for social approval is the concept of valuing the ideas of people other than oneself and displaying the behavior to comply with the person one interacts with. Although this concept provides social bonding and intimacy in interpersonal relationships, it may shape one's way of life according to the wishes and expectations of others. Anxiety is a mental and physical reaction of a person to an alarming or threatening situation.

Aim: In this study; social approval needs and anxiety levels with social media usage were assessed.

Method: This study was based on the relational screening model and thereby aimed to determine the presence and/or level of change between two or more variables. All the observed patterns were described as relational screening models. For data collection, Personal Information Forms and Social Media Addiction-Adult Forms, as well as the Social Approval Need Scale, Beck Anxiety Scale were used. The participants were obtained through the simple random sampling model. In this study titled "Relationship of Social Approval Need in Social Media Usage with Anxiety Levels," confidentiality and volunteering were essential.

Results: There was a significant positive correlation between social media usage and the need for social approval. In other words, the need for social approval was increased as social media usage increased. This observation implies that there is a significant positive correlation between social media usage and making a positive impression on others. Additionally, social media usage significantly positively correlated with social withdrawal. It was found that the women participants scored significantly higher than the men in the scale of leaving a positive impression among the sub-dimensions of social approval need. Accordingly, women leave a significantly higher positive impression on others than men.

The Beck anxiety also significantly positively correlated with social media usage and social media sub-dimensions; as the Beck anxiety level increased, social media usage was increased. There was a significant positive correlation between the Beck anxiety and social approval need or sub-dimensions as well; as the Beck anxiety level increased, the need for social approval was increased. Interestingly, there was a significant negative correlation between age and social media usage. In other words, social media usage decreased with age. Similarly, there was a significant negative correlation between age and social approval need; as age increased, the need for social approval was decreased. Regarding the Beck anxiety, there was a significant negative correlation with age. In other words, the Beck anxiety level decreased with age. It was found that the scores of the social approval need scale significantly correlated with a lack of friends. In other words, individuals who did not have enough friends had a significantly higher need for social approval than those with enough friends.

Key Words: Social media usage, Need for social approval, Social approval need, Anxiety levels

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET.....	I
SUMMARY	III
İÇİNDEKİLER.....	V
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VIII
TABLolar LİSTESİ.....	IX
EKLER LİSTESİ.....	X
ÖNSÖZ.....	XI
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1.1.Araştırmanın Problemi	3
1.2.Araştırmanın Hipotezleri	4
1.3.Araştırmanın Amacı	5
1.4.Araştırmanın Önemi	5
1.5.Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.6.Araştırmanın Sınırlılıkları	5
1.7.Tanımlar	6
İKİNCİ BÖLÜM.....	7
KURAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE KAPSAMI.....	7
2.1.1. Sosyal Medya Tanım	8
2.1.2. Sosyal Medya Araç ve Ortamları	8
2.1.2.1. Bloglar	9
2.1.2.2. Mikrobloglar	9
2.1.2.2.1. Twitter	10
2.1.2.3. Wikiler	10
2.1.2.4. Sosyal İşaretleme	10
2.1.2.5. Sosyal Ağlar ve Medya Paylaşım Siteleri.....	10

2.1.2.5.1. Youtube	11
2.1.2.5.2. Instagram	11
2.1.2.5.3. Pinterest	12
2.1.2.5.4. Facebook	12
2.1.2.5.5. Myspace.....	13
2.1.2.5.6. Whatsapp.....	13
2.1.2.5.7. Zoom Cloud Meetings.....	13
2.2. SOSYAL ONAY İHTİYACI.....	13
2.2.1. Sosyal Onayın Tanımı.....	13
2.2.2. İhtiyaç Kuramları ve Sosyal Onay İhtiyacı.....	14
2.2.2.1. Murray ve İhtiyaçlar Kuramı.....	14
2.2.2.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı.....	17
2.2.2.3. McClelland'ın Başarı Gereksinimi Kuramı	19
2.2.3. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Diğer Yaklaşımlar.....	19
2.2.3.1. Erken Dönem Uyumsuz Şemalar ve Sosyal Onay İhtiyacı	19
2.2.3.2. Ellis'in Akılcı Olmayan İnançlar Yaklaşımı ve Sosyal Onay İhtiyacı.....	20
2.2.3.3. Sosyal Etki-Uyma ve Sosyal Onay İhtiyacı	21
2.2.4. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Değişkenler	22
2.2.4.1. Sosyal Kaygı ve Sosyal Onay İhtiyacı	22
2.2.4.2. Mükemmeliyetçilik ve Sosyal Onay İhtiyacı	23
2.2.4.3. Mutluluk ve Sosyal Onay İhtiyacı	24
2.2.4.4. Benlik Kurgusu ve Sosyal Onay İhtiyacı	25
2.3. KAYGI	25
2.3.1. Kaygının Tanımı.....	26
2.3.2. Kaygı türleri.....	27
2.3.3. Kaygının Özellikleri	27
2.3.4. Kaygının Belirtileri	27

2.3.5. Kaygının Nedenleri	28
2.3.6. Kaygıyı Etkileyen Etmenler	28
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	29
YÖNTEM VE TEKNİKLER	29
3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ	29
3.2. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ	29
3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	29
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	29
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu.....	29
3.3.3. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği	30
3.3.4. Beck Anksiyete Ölçeği	30
3.4. VERİLERİN ANALİZİ	31
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	32
BULGULAR	32
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	46
TARTIŞMA VE SONUÇ	46
ÖNERİLER	51
KAYNAKÇA	52
EKLER	-

KISALTMALAR LİSTESİ

No : Numara

s : Sayfa

Vb : Ve Benzeri

vd : Ve Diğerleri

Çev : Çeviren

SPSS : Statistical Package For Social Sciences



TABLolar LİSTESİ

SAYFA

Tablo 4.1. Bireylerin Sosyodemografik Özelliklerinin Dağılımları	32
Tablo 4.2. Bireylere Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin İncelenmesi.....	33
Tablo4.3. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi	34
Tablo4.4. Bireylerin Eğitim Durumlarına Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi	35
Tablo4.5. Bireylerin Gelir Durumlarına Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi	36
Tablo4.6. Bireylerin Yeteri Kadar Arkadaşlarının Olması Durumuna Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi	38
Tablo4.7. Bireylerin Psikolojik Rahatsızlıklarının Olması Durumuna Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi	40
Tablo4.8. Bireylerin Yaşlarına Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeği arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	41
Tablo4.9. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	43
Tablo4.10. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	44

EKLER LİSTESİ

EK-A: Kişisel Bilgi Formu

EK-B: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği -Yetişkin Formu

EK-C: Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği

EK-D: Beck Anksiyete Ölçeği

EK-E: Etik Kurul Karar Örneği



ÖNSÖZ

Çalışmalarım boyunca güler yüzünü eksik etmeyen kıymetli danışmanım Dr. Yasin GENÇ'e, eğitim hayatım boyunca beni her zaman destekleyen, başarılı ve güçlü olmam için her türlü koşulu sağlayan babam Muhiddin ÇALIŞ'a ve dualarıyla destek olan annem Huriye ÇALIŞ'a teşekkürü borç bilirim.



GİRİŞ

Günümüzde bilişim teknolojilerinin yaygınlaşması, kişilerin internete erişimini kolaylaştırmakta ve sosyal medya kullanımlarını artırmaktadır. Sosyal medya sitelerinin popülerliğinin artmasıyla birlikte çeşitli etkinliklere, olaylara çok daha rahat ve hızlı erişim sağlanmaktadır. Bireylerin farklı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olması sebebiyle sosyal ağ sitelerine üye olan kişi sayıları her geçen gün artmaktadır.

Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım olanağı tanıması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar paylaşılabilen, iş arayabilmekte ve hatta bulabilmekte ayrıca sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir.¹

Sosyal onay ihtiyacı, sosyal açıdan kabul edilme ve diğerlerinin fikirlerine uyma ihtiyacı olarak tanımlanabilmektedir. Sosyal onay ihtiyacı insan ilişkilerinde önemli bir yere sahiptir. Bu ihtiyaç hem toplumsal bağların kurulmasını ve insanların birbirine yakınlaşmasını sağlarken bir yandan da bireylerin kendinden çok toplumun beklentilerine ve isteklerine yönelik bir yaşam sürmesine neden olmaktadır.²

Kaygı insanların ömrünün bazı zamanlarında geçirdiği genetik çevresel faktörlerin etkili olduğu ve çoğunlukla fiziksel belirtilerle beraber ömrünü olumsuz etkileyen ya da olumsuz etkileyeceği düşünülen stres yaşatan huzursuz edici endişe duygularıdır.³

Kaygı günlük hayatta olan, kişinin gününü gergin ve huzursuz geçirmesine sebep olan bir unsurdur. Kaygı bireyin yaşamında fazlaca gözlenen kötü hissetmesini sağlayan davranışlarındandır. Bireyler hayatları süresince farklı tür

¹ Beril Akıncı Vural ve Mikail Bat, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya:Ege Üniversitesi İletişim fakültesine Yönelik Bir Araştırma," *Journal of Yasar university*, 2010, s.33-49.

² Burcu Kardeşer, Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

³ Şerife Karagözoğlu vd., "Entegre Program Hemşirelik Öğrencilerinin Klinik Stres Düzeyi ve Etkileyen Faktörler", *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2013, s. 90-95.

kaygı yaşayabilirler ve kaygı yaşamayan insan sayısı çok azdır. Kaygı üstesinden gelindiği zaman daha faydalı çalışmak için pozitif etkisi yapar. Çoğunlukla topluluk içinde konuşurken endişeli olmaya, sürekli kendimizin ya da sevdiğimizlerin başına bir şey geleceğini düşünmeye, paniğe yol açar. Her insan için farklılaşabilen kimi zamanlarda seviyesi yükselen ama belirli ölçüde yaşanan kaygı, olgunlaşma ve büyümeye yardımcı olur. Katlanılabilen bir baskıyla mutlu ve sağlıklı bir ömür geçirilebilir.⁴



⁴ Türkan Özbayır vd., "Cerrahi Hastalıkları Hemşireliği İntörn Öğrencilerinin Klinik Uygulamaya İlişkin Değerlendirmeleri ve Akademik Başarı Durumları", Ege Üniversitesi, **Hemşirelik Y.O. Dergisi**, 2011, s.1-9.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Bu araştırma, genel olarak 18-50 yaş arası sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Yapılan bu araştırmanın problemi; Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Alt Problemler

1. Sosyal medya bağımlılığı ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Sosyal onay ihtiyacı ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
4. Bireylerin eğitim seviyesine göre sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir fark var mıdır?
5. Kişilerin kaygı düzeyleri, sosyal medya platformlarını kullanım durumuna göre bir fark var mıdır?
6. Bireylerin yaşlarına göre sosyal onay ihtiyacı alt boyutları arasında anlamlı bir fark var mıdır?
7. Bireylerin kaygı düzeyleri ile gelir seviyesi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
8. Bireylerin yaşına göre sosyal medya kullanım yoğunluğu arasında anlamlı bir fark var mıdır?
9. Bireylerin yaşına göre kaygı düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
10. Bireylerin eğitim seviyesine göre kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?
11. Bireylerin eğitim seviyesine göre sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark var mıdır?
12. Bireylerin cinsiyetlerine göre kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?

13. Bireylerin cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark var mıdır?

14. Bireylerin cinsiyetlerine göre sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir fark var mıdır?

1.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

H1: Sosyal medya bağımlılığı ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2: Sosyal onay ihtiyacı ile kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3: Sosyal onay ihtiyacı ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H4: Bireylerin eğitim seviyesine göre sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir fark vardır.

H5: Bireylerin kaygı düzeyleri, sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına göre bir fark vardır.

H6: Bireylerin yaşlarına göre sosyal onay ihtiyacı alt boyutları arasında anlamlı bir fark vardır.

H7: Bireylerin kaygı düzeyleri ile gelir seviyesi arasında anlamlı bir fark vardır.

H8: Bireylerin yaşına göre sosyal medya kullanım yoğunluğu arasında anlamlı bir fark vardır.

H9: Bireylerin yaşına göre kaygı düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

H10: Bireylerin eğitim seviyesine göre kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H11: Bireylerin eğitim seviyesine göre sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark vardır.

H12: Bireylerin cinsiyetlerine göre kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H13: Bireylerin cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark vardır.

H14: Bireylerin cinsiyetlerine göre sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir fark vardır.

1.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan bu araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı ile onay ihtiyacı puanlarını ve kaygı düzeylerini yordaması incelenecektir.

1.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Tez konum sosyal medya bağımlılığına, sosyal onay ihtiyaçlarına ve anksiyete düzeyine birlikte bakılması itibariyle psikoloji literatürüne önemli katkı sağlayacaktır. Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacını ve kaygıyı ne şekilde etkilediği ve arasında ne gibi ilişkinin olduğunun incelenmesi açısından bu araştırma önemli bir yere sahip olacaktır. Bu sayede literatürdeki boşluğun kapatılması hedeflenmiştir. Araştırmada elde edilecek sonuçlar yetişkinlerde sosyal medya kullanım yoğunluğundan doğan sosyal onay ihtiyaçlarına ve kaygı düzeylerine ilişkin bilgiler sunmaktadır.

1.5.ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmanın varsayımları şu şekilde sıralanmıştır;

1. Araştırmanın örneklem grubunun evreni temsil ettiği varsayılmıştır.
2. Araştırmaya katılan bireylerin, veri toplama aracındaki soruları doğru ve objektif olarak yanıtladığı varsayılmaktadır.
3. Araştırmada kullanılan ölçme araçları, ölçmek istenilen özellikleri ölçecek şekilde, geçerli ve güvenilirlerdir.

1.6.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

1. Araştırma 18-50 yaş arası yetişkinler ile sınırlıdır.
2. Elde edilen veriler kişisel bilgi formu, sosyal medya bağımlılığı-yetişkin formu, sosyal onay ihtiyacı ölçeği, beck anksiyete ölçeği ile sınırlıdır.

3. Bu tez çalışmasında elde edilen tüm veriler 2019-2020 eğitim-öğretim yılı ile sınırlıdır.

4. Araştırma Antalya ili Alanya ilçesi ile sınırlıdır.

1.7.TANIMLAR

Sosyal Medya: Kişilerin veri tabanı kullanılarak uygulamalar üzerinden bilgi paylaşımı yapmasını sağlayan platformlardır.

Sosyal onay ihtiyacı: Sosyal onay ihtiyacı başkalarının düşüncelerini ve beklentilerini önemli görmek sosyal etkileşimlerde uyuma yönelik kabul edilebilir davranışlarda bulunmaktır.

Kaygı: Bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmamasından dolayı panik ve sebepsiz korku yaşanan rahatsızlık durumu olarak belirtilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE KAPSAMI

Sosyal medya kavramının oluşması, web 1,0'dan web 2,0 dijital bünyesine geçilmesi sonucu, imkanların artması ve kişilerin internet ortamında paylaşım yapma özelliği üretilmesi sonucunda gerçekleşmiştir.⁵

Sosyal medya insanların internet üzerinde bilgi alışverişi ve paylaşım yaptıkları bir mercidir. Sosyal web siteleri, bloglar, mesaj panoları, içerik paylaşım siteleri ve yaygın kullanıma sahip sosyal ağ siteleri ile seslerini diğer kullanıcılara duyurabilmektedir. Sosyal medya büyük bir güçtür ve bu gücü kullanıcılarının üzerinde yarattığı etkiden almaktadır. Bireyler ve kurumlar sosyal medyayı iyi kullanırsa çok geniş kitlelere hitap edebilmektedirler ve bu sayede seçtikleri hedef doğrultusunda kayda değer başarılarla imza atma şansına erişebilmek mümkündür. Kısaca sosyal medya yalnızlıktan kurtulmaktan, eğlenmeye; değişik bir bakış açısı sunmaktan, kendini dışa vurmaya kadar birçok isteğe hizmet eden bir platformdur.⁶

Sosyal medya kullanımı son zamanlarda fazlasıyla kullanılarak bağımlılığa dönüşmüştür. Sosyal medya farklı kurumların sosyal taleplerine yanıt vererek sosyal medyanın öneminin artması ve sosyalleşmenin yeni bir anlam kazanmasını sağlamıştır. Sosyal medya kullanımı fazla olan bireylerin sosyal aktivitelere çok katılan, dostlarıyla sıklıkla vakit geçiren insanlar olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medya siteleri bireylerin kendi sayfası üzerinden ilgilerini ortaya koyabilmelerine, diğer kullanıcılarla iletişimde bulunabilmelerine, arkadaşlık kurabilmelerine, fotoğraf, video ve yorum paylaşabilmelerine imkan sağlayabilmektedir. Sosyal ağ siteleri özellikle gençler arasında etkinliklerin, olayların ya da konuşmaların kolay ve hızlı erişim sağlanmasına fırsat vermekte olup gençler bu ortamlarda günün önemli ve büyük kısmını geçirmekte, bilgi paylaşımları yapmakta ve durum güncellemeleri yaparak zamanlarını geçirebilmektedir. Bu sosyal medya uygulamaları, gençler ve genç yetişkinler arasında sosyal medya hesaplarına erişimlerini kolaylaştırmakta ve istedikleri zaman bağlı konuma

⁵ Abdurrahman Erzurum, Sosyal Medya ve Kutuplaşma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*.

⁶ Yeliz Kuşay, *Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayınları, 2010, s.23.

geçmelerine imkan sağlamaktadır. Bu uygulamaların bildirim alma özelliği sebebiyle kişiler istemeseler de hesaplarına sürekli bağlı kalabilmektedirler.⁷

2.1.1. Sosyal Medya Tanımı

1991 senesinde, eski medya kavramında radikal değişime yön veren 'world wide web' in kullanılmasıyla yeni medya kavramı doğmuştur.

Yeni medya, gelişen bilgisayar teknolojisiyle geleneksel mecraların çok yönlü ve dijital mecralara dönüşmesi ve bununla beraber teknolojiyle birlikte gelişen etkileşimli medya alternatifleridir.⁸

Sosyal medya, veri tabanı kullanılarak uygulamalar üzerinden bilgi paylaşımı yapmasını sağlayan platformlardır.⁹

Karşılıklı etkileşime girilebilen farklı konular üzerinde tartışılabilen içerikleri yorumlayıp geliştirilebilen web tabanlı uygulamalar sosyal platformlar sosyal medya ortamı olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya; teknolojiyi, sosyal atılımı ses, resim ve videoyla bütünleştirir. Sosyal medya araçlarının tanımı bireyden bireye farklılaşmanın yanında telefon, tablet ya da bilgisayar gibi araçların yardımıyla temel unsurları mikrobloglar, online chat, bloglar, sosyal ağlar, forumlar, video paylaşım siteleri, podcastler, sanal dünyalar gibi farklı formlarda önümüze çıkmaktadır.¹⁰

2.1.2. Sosyal Medya Araç ve Ortamları

Sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünü temsil etmektedir.¹¹

Akar¹² günümüzde kullanılan sosyal medya araçlarını aşağıdaki gibi gruplandırmaktadır.

1) Bloglar (Blogger, Wordpress vb.)

⁷ Mehmet Enes Gökler vd., "Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün Geçerlilik ve Güvenirliliğinin Değerlendirilmesi", *Anadolu Piskiyatri Dergisi*, 2016, 17(1), 52-59 s.54.

⁸ Sema Mişçi, "Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri; Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim", *Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı*, İstanbul, 2006, s.128.

⁹ Danah Michael Boyd, *American Teen Sociality in Networked Publics*, Berkeley University, California, 2008, s.92 (**Doktora Tezi**).

¹⁰ Burak Hatipoğlu, "Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri", *CİO Club*, 2009, (1), 71-74, s.72.

¹¹ Danah Michael Boyd, *American Teen Sociality in Networked Publics*, Berkeley University, California, 2008, s.92 (**Doktora Tezi**).

¹² Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, California, O'Reilly Media Inc.

- 2) Mikroblogging (Twitter, Tumblr vb.)
- 3) Wikiler (Wikipedia vb.)
- 4) Sosyal İşaretleme (Pinterest, Delicious vb.)
- 5) Medya Paylaşım Siteleri (Youtube, Flickr vb.)
- 6) Podcasting
- 7) Sanal Dünyalar (Secondlife vb.)
- 8) Sosyal Ağlar (Facebook, Myspace, Friendfeed, Google+ vb.)

2.1.2.1. BLOGLAR

Blog kavramının ortaya çıkması bir süreç dahilinde oluşmuştur. “Weblog” sözcüğü ilk başta 1997 senesinde kullanılmaya başlanmıştır. “Web” ve “log” kelimelerinden oluşan bu yeni sözcük “ağ” içerisinde “günlük” tutmayı belirtmektedir. Daha sonra “Weblog” kelimesi “we blog” yani “blogluyoruz” olarak kullanılmaya başlanmış ve kullanıcılar artık kendilerini blog yazarı olarak adlandırmışlardır. Böylece, internet üzerinde tutulan günlüklere “blog”, bu işi yapmaya “blogging”, bu işi yapanlara ise “blogger” denilmeye başlanmıştır.¹³

Sosyal medyanın ilk örneklerinden olan bloglar genelde girildikleri tarihlerin yer aldığı ve sıralama ile gözlenebilen bireysel web sayfalarından meydana gelmektedir. Bloglar çoğunlukla bir yazar tarafından oluşturulsa da yorum yapma imkanı ile okuyuculara da konuya dahil olma fırsatı vermektedir. Bloglar çoğunlukla metinlerden meydana gelse de farklı türleri bazen görülmektedir. Örneğin San Francisco kaynaklı Justin.tv kişilere kendi webcamleri üzerinden yayın yapmalarına imkan oluşturmaktadır.¹⁴

2.1.2.2. Mikrobloglar

Mikrobloglar kullanıcıların günlük yaşamlarındaki deneyimlediklerini, duyduklarını ve düşüncelerini anlık mesaj olarak yazmalarını sağlayan platformlardır.

¹³ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, California, O'Reilly Media Inc.

¹⁴ Andreas Kaplan and Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons*, 2010, 53(1), 59-68.

2.1.2.2.1. Twitter

Günümüzde son derece yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım ağlarından biri olan twitter uygulaması 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilmiş olup 140 karakterlik iletiye imkan veren mikroblogdur. Twitter'in temel amacı bireylerin günlük yaşamındaki anlık durumlarını Şu anda neler oluyor? Sorusuna atılan tweetler ile web ortamında paylaşım yapma imkanı sunmaktır.

2.1.2.3. Wikiler

Wikiler birden fazla kullanıcıya kendi sayfalarını oluşturabilme ve sayfaları düzenleme imkânı tanıyan web sayfalarıdır.¹⁵ 'What I Know is' kelimelerinin kısaltılmışı olan Wiki, 'bildiğim kadarıyla' şeklinde Türkçeye çevrilmiştir. Wiki, çoğu kişinin üzerinde istediği gibi düzenlemeler yapmasına izin veren bilgi sayfaları topluluğu olarak isimlendirilir. Gruplar, wiki sayesinde hızlı ve kolay bir şekilde geniş dokümanlar oluşturabilir, bu belgeler arasında sürüm farklılıkları bulunmaktadır. Sayfalar arasındaki bağlantılar ve sayfa şekilleri sistemler otomatik olarak yapılacağından dolayı, bilgiye erişebilme ve bilgi belgeleme wiki ile oldukça kolay bir hale gelmektedir. Yapısal bir şekilde sayfalarının kullanıcılarının oluşturduğu ve bir kullanıcının diğer kullanıcılarca oluşturulan sayfaları istediği şekilde değiştirdikleri web siteleri olarak ifade edilmektedir. Wiki yapısı itibariyle ansiklopedi hizmeti sunan wikipedia.org dünyanın belki de en çok tanınan ve en çok kullanılan wiki sitesidir.¹⁶ Wikipedia kullanıcıların ek bilgiler eklediği üzerinde değişiklik yapılabilen herkesin kullanabildiği sanal ansiklopedidir.

2.1.2.4. Sosyal İşaretleme

Sosyal işaretleme bireylerin etiket adı verilen anahtar kelimeler ile hoşlandıkları web siteleri, videolar ve resimleri ilişkilendirir. Kullanıcıların arşivindeki bilgileri tekrar bulmasını sağlayan Dig ve Reddit gibi yapılar bulunmaktadır.¹⁷

2.1.2.5. Sosyal Ağlar ve Medya Paylaşım Siteleri

Sosyal paylaşım sitelerinin, sosyal medya türlerini gözden geçirmek için içerik topluluklarını takip ettikleri görülmüştür. Bunlar, kişilerin bilgi, fotoğraf, video ve anlık

¹⁵ Lee Weyant and Caroline Gardner, "Wikis and Podcasts: An Application in Undergraduate Management Education", *Academy of Educational Leadership of Journal*, 2011, (15), ss.131-141.

¹⁶ Murat Kahraman, *Sosyal medya 101*, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2010, s.15.

¹⁷ Semra Süzgün, Türkiye'deki Kurumsal Marka İmajlarının Sosyal Ağlar Üzerinden Yönetimi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul,2013, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

iletiyi paylaşabilmeleri için bağlantı kurmalarına yardımcı olan sitelerdir. Hatta, insanları arkadaşlarına davet etmeye yardımcı olan ve bazı yararlı bilgilere ulaşmalarını sağlayan bir platformdur. Popüler olduğu görülen iki önemli sosyal paylaşım sitesi Facebook ve Twitter'dır. Ayrıca işletmelerin tüketicileri ile uygun bir bağ kurabilmeleri için Facebook platformuna geçtikleri görülmüştür.¹⁸

2.1.2.5.1. Youtube

YouTube, bir video paylaşım sitesidir. "Broadcast Yourself; Kendini Yayınla" sloganı ile yola çıkmıştır. 2005 yılında üç PayPal çalışanı tarafından kurulmuş, 2006 yılında Google tarafından satın alınmıştır. Youtube dünyada en fazla kullanılan video paylaşım sitesidir. Youtube'a her dakikada 60 saatlik video içeriği yüklenmektedir. Her gün 4 milyardan fazla video izlenmektedir. 39 ülkede ve 54 dilde yerleşmiş olan Youtube'u her ay 800 milyondan fazla kullanıcı ziyaret etmektedir.¹⁹

Günümüzde son derece yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım ağlarından biri olan YouTube kullanıcıları istendiğinde kendi video paylaşımı yapabilme ve videolara yorum yapma olanağı sunmaktadır.

2.1.2.5.2. Instagram

Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılının son çeyreğinde kurulan ve eskinin Polaroid'i ile dijitalin efektlerini bir araya getiren, akıllı telefonlar için yapılmış olan bir sosyal ağdır. Instagram'a her ne kadar web sitesi ile bilgisayarlardan da ulaşılabilir olsa da bu uygulamanın asıl amacı cep telefonu ve tablet bilgisayarlar üzerinden kullanılması ve paylaşımlar yapılmasıdır.²⁰

Instagram'da arkadaşlık isteği butonu yoktur, onun yerine takip isteği vardır. Birini takip ettiğinizde, o kişinin paylaştıklarını görebilirsiniz. Instagram kullanıcıların genelde video ve fotoğraf paylaşması ile birlikte takipçilerin yorum, beğeni ve paylaşma olanağı sunmaktadır. Instagram'ın GIF adı verilen hareketli resimler koyma, yer bildirimini ekleme, emoji koyma, anket oluşturabilme gibi özellikleri vardır.

¹⁸ Michael Trusov vd., "Effects Of Word-Of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings From An Internet Social Networking Site", *Journal Of Marketing*, 2009,73(5), 90-120.

¹⁹ Simge Aksu, Lüks Markaların Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Üzerine Bir İnceleme, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2013, s.64 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

²⁰ Kağan Kırcaburun, Üniversite Öğrencilerinde İstagram Bağımlılığı, Kişilik Özellikleri Ve Kendini Sevme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sakarya Üniversitesi, 2017 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

2.1.2.5.3. Pinterest

Pin (sabitlemek) ve interest (ilgi) sözcüklerinin birleşiminden oluşan bu sosyal platform; Ben Silbermann, Evan Sharp ve Paul Sciarra tarafından, insanların çeşitli ilgi alanları ve projeleri için fikir ve ilhamlarını görseller ile paylaşmaları amacıyla 2010 yılında kurulmuştur.²¹

Pinterest çeşitli görselleri panoya iğnelemeden yola çıkarak tasarlanmıştır. Diğer sitelerden farklı olarak içerik tamamen görseller tarafından yönetilir. Görsel depolama ve bu görselleri paylaşma işlevleriyle fikir bulmaya hizmet eden bir sosyal platformdur.

2.1.2.5.4. Facebook

Facebook, bireylerin başka bireylerle etkileşim kurmasını ve bilgi paylaşımı yapmasını sağlayan bir sosyal ağıdır. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, önce Harvard öğrencileri için kuruldu, sonrasında ise Boston etrafındaki okulları da kapsayan Facebook, iki ayda Ivy Ligi okullarını kapsadı. Üyeler önceleri sadece söz konusu okulun e-posta adresiyle üyelik yapabiliyordu. Sonrasında ağ içine liseler ve bazı büyük şirketler de katıldı.²²

Sosyal ağ siteleri içinde en fazla başvuru alan ağ olan Facebook'u, bireyler sosyal ilişkiler kurmak ya da var olan sosyal ilişkilerini geliştirmek, zaman geçirmek ve kendini ifade edebilmek ya da eğitim maksadıyla kullanılabilir. Facebook'un başarısı sosyal medyanın başarısı olarak bireylerin ilişkiler, kimliklerini belirlemek, itibarlarını ve konumlarını göstermek ile sohbet amacıyla kullanılmaktadır.²³

Facebook kullanıcıların bireysel özelliklerini belirtebildiği profillerini oluşturmada ayrıca Profil korumasına imkan veren gizlilik ayarlarını bünyesinde bulunduran bir hizmet vermektedir. Bununla birlikte kullanıcılar Facebook üzerinden paylaşımda bulunabilmekte, paylaşımları beğenebilmekte ya da başkalarına yorum yapabilmektedir. Kullanıcılar listelerinde bulunan bireylere özgü mesaj gönderebilmekte, tanıdığı bireylere arkadaşlık isteğinde bulunabilmekte, listesindeki

²¹ Ezgi Torun Alacacı, Kavramsal Tasarım Sürecinde Pinterest'te Görsel Veri Taramanın Yaratıcı Düşünceye Etkisi: Deneyimli Ve Deneyimsiz Tasarımcılar Üzerine Bir İnceleme, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2019 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

²² Facebook, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, (26.03.2020)

²³ Canan Akyol vd., **Sosyal Ağlar**, Pelikan Yayıncılık, Ankara, 2012, s.5-6

bireylerin kişisel duvarına ileti gönderebilmektedir. Facebook üyelere çevrimiçi olan bireylerle sohbet edebilme imkanı sağlamaktadır.²⁴

2.1.2.5.5. Myspace

Myspace sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim Web Sayfası'dır.²⁵

2.1.2.5.6. Whatsapp

WhatsApp Messenger, akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulamasıdır. Android, BlackBerry, iPhone, Windows Phone ve Nokia telefonlarıyla uyumlu olan uygulama; 2G, 3G, 4G ya da Wi-Fi İnternet bağlantısı aracılığıyla kullanıcıların birbirlerine fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj ve belge göndermesini sağlar.

2.1.2.5.7. Zoom Cloud Meetings

Genellikle uzaktan eğitim ile ders alıp vermek için ya da önemli iş toplantıları için oluşturulmuş video konferans ile toplu görüşmeler sağlayan uygulamadır. Uygulamanın takvim özelliği sayesinde sorun yaşamadan görüşme planlanabilir ve kaydedilebilir.

2.2. SOSYAL ONAY İHTİYACI

2.2.1. Sosyal Onayın Tanımı

Sosyal onay sözcüğü bir tek istek, ihtiyaç ve motivasyon kaynağı olarak ele alınan bu görüşler incelendiğinde, sosyal onayın bir ihtiyaç olarak değerlendirilmesinin uygunluğu saptanmıştır. Çünkü sosyal varlık olan insan, etkili ve samimi ilişki geliştirebilmek için onaya ihtiyaç duyar. Etkili ve yakın ilişkilerin gerçekleşmesi için hissedilen bu ihtiyaç yönünden de bireyler arasında farklılıklar bulunmaktadır.²⁶

²⁴ Bilge Sönmez, Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2013 (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

²⁵ Myspace, <http://Tr.Wikipedia.Org/Wiki/Myspace>, (26.03.2020)

²⁶ Burcu Karaşar, Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının Çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014, (**Yayınlanmamış doktora tezi**).

2.2.2. İhtiyaç Kuramları ve Sosyal Onay İhtiyacı

Motivasyon kuramları çerçevesinde davranışları başlatan, yönünü belirleyen, sürdürülmesini sağlayan iç ve dış (kişisel ve çevresel) güçlerin neler olduğu sorularına çok farklı cevaplar verilmiştir. Bu kavramsal açıklamalar arasında; dürtü, içgüdü, ihtiyaç, homeostatik denge, optimal uyarım, duygular, değerler, inançlar, amaçlar ve kişisel yeterlilik inançları gibi güçlerin olduğu söylenebilir.²⁷

İhtiyaç, genel olarak organizmada bir eksikliğe, noksanlığa işaret eder ve bireyde gerilime neden olarak onun harekete geçmesine yol açar. Bireyi harekete geçiren ihtiyaçların neler olduğu konusunda farklı sınıflamalar ve kuramlar öne sürülmüştür. Sosyal onay kavramına kuramlarında doğrudan veya dolaylı olarak yer veren ihtiyaç kuramcıları arasında Henry Murray, Abraham Maslow, McClelland gibi kuramcılar sayılabilir.²⁸

2.2.2.1. Murray ve İhtiyaçlar Kuramı

Murray'ın kuramındaki yaklaşma ve gösteriş ihtiyaçları sosyal onay ihtiyacıyla ilgilidir. Yakınlaşma ihtiyacı başkalarıyla iş birliği yapmaktan hoşlanmak, başka bir arkadaşla sadık olmak ve bağlanmak olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda yakınlaşma ihtiyacının sosyal etkileşim için önemli olduğu söylenebilir. Bu yakınlaşma ihtiyacına göre hareket eden birey, diğer insanlarla iyi ilişkiler kurabilir ve sürdürebilir. Bu ihtiyaç, bireylerin çevresindeki insanlarla, öğretmenleriyle, arkadaşlarıyla ve ailesiyle iyi ilişki kurarak gelişmektedir.²⁹

Murray, ihtiyaç kavramının insanda fizyolojik eksiklikler sonucunda meydana geldiğini ve insan davranışlarını güdüleyen içsel bir güç olduğunu vurgulayan ilk kuramcılardan biridir. İhtiyaçların genellikle biyolojik temelleri üzerinde durmuştur. Küçük düşme, başarı, saldırganlık, yakınlaşma, özerklik, üstünlük, fiziksel ve psikolojik olarak kendini savunma, bakım, düzen, reddetme, cinsellik gibi yirmi ihtiyaçtan oluşan bir liste oluşturmuştur.³⁰ Bu ihtiyaçlar her insanda aynı şiddette olmayabilir. Bu ihtiyaçlar tamamlanabileceği gibi hiç deneyimlenmemiş ve ya eksik

²⁷ Selahattin Öğülmüş, *Eğitimde güdülenme: öğrencilerin öğrenmeye güdülenmesi*, Ders Notları, Ankara, 2004.

²⁸ Burcu Karaşar, Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014, (**Yayımlanmamış doktora tezi**).

²⁹ Alicia Bustos vd, *Introduction to psychology*, Vol:3, Quezon City, Katha Pub,1999.

³⁰ Duane Schultz and Sydney Ellen Schultz, *Theories of personality*, Belmont, CA:Thompson Wadsworth, 2005, p.201.

kalabilir. Murray'in Psikolojik İhtiyaç Teorisi'ne göre ihtiyaçlar Şu Şekilde sıralanmaktadır.

Kendini Sulama (Abasement): Pasif bir Şekilde dışsal baskılara boyun eğmek, yaralama, suçlama, eleştiri ya da cezayı kabul etmektir. Hata yaptığını ve yenilgiyi kabul etmek, aşağılık hissine kapılmak, yaptığını yanlış davranışları kabul etmek ve piŐmanlık duymak, önemsiz görmektir.

Başarma (Achievement): Mümkün olduğu kadar bağımsız ve hızlı bir Şekilde zor bir iÇin, engellerin üstesinden gelmek, daha yüksek standartlara ulaşmak, başarılı giriŐimler sonucu özsaygıyı yükseltmek.

Bağlılık (Affiliation): Arkadaşlarına karşı vefalı olma, arkadaşlık kurma ve arkadaşlık iliŐkisini sürdürme, grup çalıŐmasına katılma.

Saldırıcılık (Agression): G kullanılarak bir Őeylerin üstesinden gelmek, kavga etmek, intikam almak, saldırmak, yaralamak, öldürmek, başka birini cezalandırmak.

Özerklik (Autonomy): Özgür olmak, kısıtlamalardan kurtulmak, kendi iradesi dıŐında yaptırılmaya çalıŐılan eylemlere karşı durma, davranıŐlarında zgr olma, bağımsız olma, kurallara karşı gelme.

Karşı Hareket (Counteraction): Başarısızlığı yeniden deneyerek ortadan kaldırmak, güçsüzlüğü ve korkuyu yenmek, engeller ve zorlukların üstesinden gelmek için araştırma yapmak, özsaygıyı devam ettirmek ve bulunduğu yüksek konumdan ötürü gurur duymak.

Savunma (Defendance): Eleştiri, suç ve saldırıya karşı kendini savunmak, kötü bir durumu veya bir hatayı saklamak ya da mazur göstermek, egoyu korumak.

Riayet etme (Deference): Kendinden daha üstün konumda bulunan bireye hayran olmak, gıpta etmek, onu desteklemek, övmek, onunla gurur duymak. İstekli bir Şekilde birlikte çalıŐtığı insanların etkisi altına girmek, gelenekleri kabullenmektir.

Başatlık (Dominance): Yaşadığı ortamı kontrol etmek, öneri, ikna ya da emirle diğerlerinin davranışlarını etkilemek, baŐkalarını yönetmek. Vazgeirmek, yasaklamak, kısıtlamaktır.

Gösteriş (Exhibition): Bir etki oluŐturmak, diğerleri tarafından görülmek ve duyulmak, dikkat çekmek, baŐkalarını eğlendirmek, etkilemek, ŐaŐırtmak.

Zarardan Kaçma (Harmavoidance): Ağrıdan, fiziksel yaradan, hastalıktan ve ölümden kaçınmak, tehlikeli durumlardan uzak durmak, onlara karşı önlemler almak.

Kaçınma (Infavoidance): Komik duruma düşürücü, üzücü, küçümsenme, alay ve ilgisizlik içeren durumlara yönlendiren ortamlardan kaçınmak. Hata korkusu yüzünden faaliyete geçmemek.

Şefkat Gösterme (Nurturance): Güçsüz, sakat, yorgun, deneyimsiz, yenilmiş, komik duruma düşmüş, yalnız, kafası karışmış, hasta bireylerin ihtiyaçlarına sempati duymak ve ihtiyaçları gidermeye çalışmak. Beslemek, yardım etmek, desteklemek, korumak, iyileştirmek.

Düzen (Order): Sıraya koymak, temizliği, organizasyonu, dengeyi, düzeni sağlamak.

Oyun (Play): Eğlenceden başka amaç olmaksızın hareket etmek, gülmek, şaka yapmak, eğlendirici, rahatlatıcı şeyler aramak, oyun, spor, dans ve partilere katılmak.

Reddetme (Rejection): Olumsuz olarak nitelendirdiği durumdan kendini ayırmak, düşük seviye olarak algılanan bir duruma ilgisiz kalmak, onu dışlamak, bırakmak, reddetmek, onunla arasındaki bağı koparmak.

Duygusaluluk (Sentience): Duyguya hitap eden düşünceleri arama ve bu arayıştan zevk alma

Cinsellik (Sex): Karşı cinsten biri ile birlikte olma ve yakın ilişkilerini geliştirme.

İlgi Görme (Succorance): Başkalarının yardımıyla ihtiyaçların doyurulması. İlgilenilmek, desteklenmek, korunmak, sevmek, rehberlik edilmek, hoş görülme, affedilmek, teselli bulmak. Sadık bir koruyucu ve destekleyiciye sahip olmak.

Anlama (Understanding): Genel sorular sorma ve yanıtlama, bir kuramla ilgilenme, zihinde tartma, biçimlendirme, analiz etme, genel bir fikir verme. Murray'e göre bir gereksinimin aktif hale gelip gelmemesi, içinde bulunulan duruma bağlıdır, buna da baskı adı verilir. Örneğin düzen gereksinimi, dağınık bir oda gibi bir baskı olmadığında davranışı etkilemeyecektir. Düzen gereksinimi güçlüyse, oda birazcık dağılsa bile, büyük olasılıkla toparlamak için zaman yaratılacaktır. Ancak düzen gereksinimi düşükse

oda içinde adım atılmayacak hale gelene kadar beklenecektir.³¹

2.2.2.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

Maslow, insanın temel ihtiyaçlarını sıralamış ve tabandan tepeye doğru bir piramit oluşturmuştur. İlk önce doyuma ulaştırılması gereken temel ihtiyaçlar sırasıyla; fizyolojik ihtiyaçlar, güven ihtiyacı, sevgi ve ait olma ihtiyacı, değer-saygı ihtiyacı, bilme anlama ihtiyacı, estetik ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır. Bu sistem içinde kendini değerlendirme ihtiyaçlarının tatmini bireyin kendine güvenmesini (özgüvenini), kendini değerli güçlü-yeterli ve gerekli bir kişi olarak hissetmesini sağlayacaktır.³²

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi temel ve üst düzey olarak 2 şekildedir.

Temel ihtiyaçlar: kişinin hayatının tüm evrelerinde olan ve her zaman karşılaması gereken ihtiyaçlardır. Temel ihtiyaçlar ilk 4 kademedен meydana gelmektedir.



1) Fizyolojik İhtiyaçlar: Su, yemek, ısınma, uyku gibi vücudun varlığını devam ettirebilmesi için lazım olan ihtiyaçlardır. En temel ihtiyaçlarımız fizyolojik ihtiyaçlarımızdır.

2) Güvenlik İhtiyacı: Güvenlik ihtiyacı, fizyolojik ya da psiko-sosyal zararlardan koruyan ihtiyaçlardandır. Barınma, kendini tehlikelerden koruma, kaygıdan uzak kendini güvende hissetme ihtiyaçları güvenlik ihtiyaçlarıdır.

³¹ Jerry Burger, *Kişilik: Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri*, (Çev. İnan Deniz Erguvan Sarioğlu), Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2006.

³² Alev Arık, *Motivasyon ve Heyecana Giriş*, Çantay Kitabevi, 1996, İstanbul, s.49.

3) Ait Olma – Sevme – Sevilme İhtiyacı: Bir gruba ait olma hissiyatı, statü kazanma, diğerleri tarafından kabul sevme, sevilme gibi ihtiyaçlardır.

Bu ihtiyaçlar karşılanmazsa bireyde yalnızlık, umutsuzluk, yabancılaşma, bunalıma girme gibi duygular ortaya çıkabilir.

4) Saygı – Saygınlık İhtiyacı: İhtiyaçlar hiyerarşisi 4. basamağı olan bu ihtiyaçlar, takdir edilme, tanınma, statü ve başarı kazanma, saygı görme gibi ihtiyaçlardan oluşmaktadır.

Bu ihtiyacın giderilmemesi durumunda aşağılık, zayıflık, çaresizlik, değersizlik gibi kompleksler ortaya çıkabilir.

5) Bilme – Anlama İhtiyacı: Kendi içinde olsun, toplumda olsun, çevrede olsun, olup biten olayları daha iyi bilme ve anlama ihtiyacıdır.

Merak, keşfetme ve bilgiye ulaşma ihtiyaçları bilme ve anlama ihtiyaçları içindedir.

6) Estetik İhtiyacı: Sanatı anlama, zevke alma, bireyin kendi yaratıcılığını kullanma ihtiyacı estetik ihtiyaçlardır.

7) Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı: Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi son basamağı olan kendini gerçekleştirme, rehberliğin son amacıdır. Bireyin doğuştan getirdiği potansiyelleri tam olarak gerçekleştirebilmesi ve kullanabilmesidir. Bireyin kendi yeteneklerini kullanarak istediği hedefi gerçekleştirebilmesidir.

Kendini gerçekleştiren bir bireyin özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Kendini kabul eder.
- Kendine saygılıdır.
- İçten geldiği gibi davranır.
- Duygularını saklamaz, bastırmaz.
- Tüm yaşantılara açıktır.
- Saldırganlık eğilimlerinin insanın bir parçası olduğunu bilir.
- Gerçeği olduğu gibi algılar.
- İnsanın doğası hakkında olumludur.
- Başkaları ile rahatlıkla ilişki kurabilir.
- Topluma karşı uzlaştırıcıdır.
- Demokratiktir.
- Değişen ve değişmeyi seven bir bireydir.
- Yaratıcıdır.
- Başkalarından devamlı yardım beklemez.³³

³³Abraham Maslow, <http://www.kpsskonu.com/egitim-bilimleri/rehberlik/ ihtiyaclar-hiyerarşisi/> (Erişim Tarihi: 28.03.2020).

2.2.2.3. McClelland'ın Başarı Gereksinimi Kuramı

McClelland insan gereksinimlerini üç gruba ayırmıştır. Bunlar, başarı, bağlılık ve güçlülük gereksinimleridir. McClelland'a göre, kişilerin mesleklerinde iyi olma ve kusursuzu arama duygularının altında başarı ihtiyacı gizlidir. Güçlü bir başarı motivasyonu olan kişiler, başarı motivasyonu daha düşük olanlardan, kendilerini iyileştirmeye daha fazla çabalarlar. Bağlılık gereksiniminde ise kişinin toplumsal bir varlık olması temele konularak, başka kişi ve topluluklarla ilişki içinde olma ihtiyacı vurgulanır. Güçlü olma ihtiyacı, insanın çevresine hakim olma isteğinden kaynaklanmaktadır. İnsan çevresini yönetmek için iletişime geçmekte ve güçlü olmak istemektedir. McClelland, bu üç gereksinim içinde en çok başarı gereksiniminin baskınlığını ifade etmiştir. Motivasyonda dışsal faktörleri önemsemeyerek, içsel motivatörlere yönelmiş bir teoridir. Buna göre, çalışanların işinden tatmin olmasını sağlayan ana unsur bireyin iç motivasyonudur. Diğer bir ifadeyle, kurumun ve yöneticilerin değil, çalışanın kişisel başarı gereksiniminin yüksek olması gerekmektedir.³⁴

2.2.3. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Diğer Yaklaşımlar

Sosyal onay ihtiyacı kavramına ihtiyaç kuramları ile erken dönem uyumsuz şemalar ve akılcı olmayan inançlarla ilgili kuramlarda da değinilmiştir. Bunların yanısıra sosyal onay ihtiyacı, sosyal etki ve uyma davranışıyla da ilişkili gözükmektedir.³⁵

2.2.3.1. Erken Dönem Uyumsuz Şemalar ve Sosyal Onay İhtiyacı

Erken dönem uyum bozucu şemalar, çocukluk ve ergenlik döneminde oluşmaya başlarlar. Bazen bu travmatik olaylardan, bazen de ebeveynler, bakım verenler, kardeşler ve diğerleriyle yaşanan olumsuz iletişim ve etkileşimler sonucunda ortaya çıkarlar. Bireyin çevre ve kendisiyle ilgili koşulsuz inançlarından oluşurlar. Yaşamın ilerleyen dönemlerinde benzer durumlarda çevresel durum ve uyarıcılarla aktive olabilirler. Şemalar aktive olduklarında, utanç, suçluluk, öfke, üzüntü, kaygı, umutsuzluk gibi yoğun olumsuz duygular ortaya çıkabilir. Acı verseler de bilindik ve yineleyicidirler. Tekrarlayan yaşam örüntüleriyle kendilerini pekiştirir,

³⁴ Havva Arslan Yürümezoğlu, Yataklı Tedavi Kurumlarında Çalışan Hemşirelerin İş Doyumları ve Hastaların Hemşirelik Hizmetinden Memnuniyeti, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2007 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

³⁵ Hatice Deniz Günaydın, Psikolojik Danışmanların ve Danışman Adaylarının Erken Dönem Uyum Bozucu Şemalarının Durumluk ve Sürekli Kaygı Düzeylerine Etkisinin İncelenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya, 2016 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

güçlendirirler. Herhangi bir şema aktive olduğunda, şemanın içerdiği inanç ve olası olumsuz sonuçların ortaya çıkmasının kaçınılmaz olduğuna inanılır. Young, Klosko ve Weishaar erken dönem uyum bozucu şemaların özelliklerini şöyle tanımlarlar:

1. Genel ve yayılımcı içerik ya da örüntülerdir.
2. Anılar, bilişler, duygular ve bedensel duyumlardan oluşurlar.
3. Kişinin kendisini ve diğerleriyle olan ilişkilerini konu edinirler.
4. Çocukluk ya da gençlikte ortaya çıkarlar.
5. Kişinin yaşamı boyunca gelişirler.
6. Önemli bir derecede işlevselliği bozarlar.³⁶

2.2.3.2. Ellis'in Akılcı Olmayan İnançlar Yaklaşımı ve Sosyal Onay İhtiyacı

Ellis, insanların davranışsal problemlerini açıklamak üzere akılcı olmayan inançlar üzerinde durmaktadır. Ellis, akılcı olmayan inançların çocukluk döneminde anne-baba gibi kişiler tarafından öğretildiğini belirtmiştir. Bu öğrenmelerin yanı sıra bireylerin kendilerine ilişkin akıldışı ve batıl inançlarının da akılcı olmayan inançların oluşumunda etkili olduğunu belirtmiştir.³⁷

Ellis insanlar arasında yaygın olarak görülen akılcı olmayan inançların on bir tanesini şu şekilde açıklamıştır.

1. Birey, yaşadığı toplumdaki hemen hemen her önemli insan tarafından sevilmeli ve onaylanmalıdır.
2. Bir bireyin kendisini değerli bir birey olarak görmesi, yetenekli, yeterli ve başarılı olmasına bağlıdır.
3. Bazı bireyler, kötüdür ve kötülüklerinden dolayı kendileri ağır bir şekilde suçlanmalı ve cezalandırılmalıdırlar.
4. Bir şeyler istenildiği gibi olmadığında, bu korkunç bir felakettir.
5. Bireylerin mutsuzluğu dışsal kaynaklıdır ve birey kontrol edemez.
6. Bir şeyin tehlikeli ve korkutucu olması endişe vericidir ve birey olabilecek şeyler üzerinde düşünmelidir.
7. Yaşamın güçlüklerinden ve sorumluluklarıyla yüzleşmektense bunlardan kaçmak daha kolaydır.

³⁶Jeffrey Young vd., *Schema therapy: A practitioner's guide*. New York, Guilford, 2003.

³⁷Gerald Corey, *Psikolojik danışma, psikoterapi kuram ve uygulamaları* (Çev. Tuncay Ergene), Mentis Yayıncılık, Ankara, 2008.

8. Birey, başkalarına bağımlı olmalıdır ve güven duyabileceği güçlü bir kişi olmalıdır.
9. Bir bireyin geçmiş yaşantısı, şimdiki yaşamında önemli bir belirleyicidir ve bireyin yaşamını güçlü bir şekilde etkileyen durumlar olduğunda benzer etkiler sürekli oluşur.
10. Birey, diğer insanların sorunlarına ve rahatsızlıklarına üzülmemelidir.
11. Bireylerin sorunlarına doğru, tam ve mükemmel bir çözüm vardır ve mükemmel bir çözüm bulunmazsa bu bir felakettir.³⁸

2.2.3.3. Sosyal Etki-Uyma ve Sosyal Onay İhtiyacı

Crowne ve Marlowe sosyal beğenirlik açısından kendilerini daha iyi göstermeye çalışan bireylerin temel özelliği olan sosyal etkiye karşı yoğun uyum sağlama isteğinin şu şekillerde görüldüğünü belirtmişlerdir.

- Eğlenceli olmayan işlerle karşılaştıklarında olumsuz bir tavır sergilemezler, olumlu bir tavır gösterirler.
- Çevresindeki insanlar tarafından kontrol edilebilen, yönlendirilmeye müsait bir yapı sergilerler.
- Çevreleriyle ilişkilerinde uyumlu davranışlar gösterirler.
- Çevrelerindeki insanlara güzel ve hoş gidebilecek türde şeyler söylemeye eğilimlidirler.
- Bir riskle karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiğine karar verirken çok dikkatli bir tutum içerisinde bulunurlar.
- Göstermiş oldukları davranışların nasıl değerlendirildiğiyle ilgili yüksek bir hassasiyet içerisinde olduklarıdır.
- Kolaylıkla ikna edilebilir bir yapıya sahiptirler.³⁹

³⁸ Albert Ellis and Robert Harper, **Akılcı yaşam kılavuzu** (Çev. Semra Kunt Akbaş), Eksi Kitaplar Yayıncılık, Ankara, 2010.

³⁹ Burcu Karaşar, Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının Çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014 (**Yayımlanmamış doktora tezi**).

2.2.4. Sosyal Onay İhtiyacı İle İlgili Değişkenler

Aşağıda sosyal onay ihtiyacı ile ilgili sosyal kaygı ve sosyal onay ihtiyacı, mükemmeliyetçilik ve sosyal onay ihtiyacı, mutluluk ve sosyal onay ihtiyacı ve benlik kurgusu ve sosyal onay ihtiyacı ile ilişkilidir.

2.2.4.1. Sosyal Kaygı ve Sosyal Onay İhtiyacı

Sosyal kaygısı yüksek olan kişiler çeşitli durumlarda kaygı yaşamaktadırlar. Bu durumlardan bazıları küçük düşme, toplum önünde konuşma, hata yapma ve başarısız olmadır. Bu kişiler çeşitli durumlarda yaşadıkları korkular sebebiyle diğer insanlardan kaçınma davranışı gösterebilmektedirler. Bu gibi sorunları olan bireylerde akademik performansta düşüş ve yalnızlık gibi durumlar görülebilmektedir.⁴⁰

Butler sosyal kaygının düşünme, davranış, beden ve duygular üzerindeki etkilerini tanımlamıştır. Bu etkiler şunlardır:

Düşünme üzerindeki etkiler.

1. Başkalarının ne düşündüğüyle ilgili kaygılanmak.
2. İnsanları dinlerken zorlanmak.
3. Kendisine odaklanmak.
4. Kötüye gidebilecek şeyler üzerinde düşünmek.
5. Kişinin yaşanan bir olay sonrasında yanlış yaptığını düşündüğü şeylere odaklanması.
6. Kişinin söyleyeceklerini düşünmede zorluk yaşaması ve bu yüzden zihnin boş hissedilmesi.

Davranış üzerindeki etkiler.

1. Konuşmaların hızlı ve alçak sesle olması.
2. Biriyle göz teması kurmaktan kaçınması.
3. Kişinin dikkat çekmeyeceğinden emin olduğu etkinliklerde bulunması.
4. Güvenli yerlerde kalmayı tercih etme/güvenli insanlarla güvenli konularla ilgili

⁴⁰ Erdal Işık, *Çocuk, Ergen ve Erişkinlerde Anksiyete Bozuklukları*, Asimetrik Paralel Yayıncılık, İstanbul, 2006.

konuşmalar yapması.

5. Sosyal olaylar veya durumların zor olanlarından kaçınması.

Beden üzerindeki etkiler.

1. Kızarma, titreme ya da terleme.
2. Gerginlik.
3. Kalp atış hızının artması, baş dönmesi, bulantı ve nefeste kesilme.⁴¹

2.2.4.2. Mükemmeliyetçilik ve Sosyal Onay İhtiyacı

Literatürde mükemmeliyetçilik ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır. Mükemmeliyetçilik, bireyin kendisine yönelik katı ve yüksek beklentilerinin olması ve beklentilerin gerçekleşmemesi durumunda yaşanan rahatsızlık hissi olarak tanımlanmıştır.⁴²

Hewitt ve Flett ise mükemmeliyetçiliğin, kendine yönelik mükemmeliyetçilik, başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik ve başkaları tarafından belirlenen mükemmeliyetçilik olmak üzere üç temel bileşenini aşağıdaki şekilde tanımlamışlardır.

1. Kendine yönelik mükemmeliyetçilik. Bu mükemmeliyetçilik türüne sahip olan bireyler, kendilerine yönelik aşırı yüksek standartlar koymaktadırlar. Bu özelliklerinin yanı sıra davranışlarını dikkatli bir şekilde incelemeye yönelik eğilimleri vardır.
2. Başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik. Bu mükemmeliyetçilik türüne sahip olan bireylerde, çevredeki insanlara yönelik çok yüksek standartlar bulunmaktadır.
3. Başkalarınca belirlenen mükemmeliyetçilik: Bu mükemmeliyetçilik türüne sahip olan bireylerde, çevrenin mükemmel olması için baskı yaptığına yönelik inançlar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra çevre tarafından değerlendirildiklerine ve çevrenin kendileriyle ilgili ulaşılmaz standartlara sahip olduğuna yönelik inançlar vardır. Bu inançlara sahip olan mükemmeliyetçi bireylerde depresyon, kaygı ve olumsuz değerlendirilme korkusu gibi sorunlar görülebilmektedir.⁴³

Erol mükemmeliyetçi bireylerin bazı özelliklerini şu şekilde tanımlamıştır:

⁴¹ Gillian Butler, *Overcoming social anxiety and shyness. A self-help guide sing cognitive behavioral techniques*, New York, Basic Books, 2008, s.9-10.

⁴² Takahiro Chiba vd., "A comprehensive model of anxiety in gift giving", *International Review Of Business Research Papers*, 5(4), 2009, 322-334.

⁴³ Paul Hewitt and Gordon Flett, "Perfectionism in the self and social contexts: conceptualization, assessment, and association with psychopathology", *Journal Of Personality And Social Psychology*, 60, 1991, 456-470.

1. Mükemmeliyetçi bireyler, olayları herhangi bir tesadüfe yer vermemek için ayrıntılarıyla birlikte düşünürler.
2. Mükemmeliyetçi bireyler, başka insanların sevgilerinin ve değer vermelerinin ancak mükemmel olmayla gerçekleşeceğine inanırlar.
3. Mükemmeliyetçi bireyler, karar vermede zorluk yaşama, doğru olanı yapmak için çok çaba gösterme gibi özellikler gösterirler.
4. Mükemmeliyetçi bireyler, yaşadıkları en küçük zorluk veya sıkıntı karşısında yaptıkları işten şikâyetçi olurlar.
5. Mükemmeliyetçi bireyler, diğer insanların işleri kendileri gibi iyi yapamayacağını düşünerek kendileri üstlenirler.
6. Mükemmeliyetçi bireyler, kazanmaya çok önem verirler ve başarısız olduklarında yoğun bir üzüntü duygusu hissederler.
7. Mükemmeliyetçi bireyler, iş bağımlılığına sahiptirler.
8. Mükemmeliyetçi bireylerin hataya olan toleransları düşük seviyededir.
Zamanında bitirilmeyen işler öfkelerini arttırır.
9. İlişkilerinde sabırsız ve tahammülsüz olan mükemmeliyetçi bireyler, ilişkilerinde sık olarak zihinlerini kurcalayan meseleleri anlatırlar.
10. Mükemmeliyetçi bireyler için yapılan işler en iyi olmalıdır. Bu yönde çaba harcayan bireylerde ertelemeçilik gerçekleşebilir.
11. Mükemmeliyetçi bireyler, çevrelerindeki bireyler tarafından dürüst, titiz, güvenilir ve çalışkan insanlar olarak görülürler.
12. Mükemmeliyetçi bireyler, tedbirli ve temkinli bir yapıya sahiptirler. Duygularını ifade etmede zorluk yaşarlar.⁴⁴

2.2.4.3. Mutluluk ve Sosyal Onay İhtiyacı

Mutluluk, Yunanca bir kelime olan “Eudaimonia” kavramıyla ifade edilmektedir. Bu kavram, objektif bir bakış açısıyla doyum sağlayan, her şeyin iyiye gittiği, övgüye layık bir hayat anlamına gelmektedir.⁴⁵

⁴⁴ Zehra Erol, *Mükemmeliyetçi kişilik. Mükemmeliyetçi misiniz gerçekçi mi?* Timaş Yayınları, İstanbul, 2011.

Mutluluk birey ya da sıradan bir insanın bakış açısından da ele alınmıştır. Mutluluğun temel unsurları şunlardır.⁴⁶

- 1) Zevk
- 2) Negatif deneyimlerden kaçınma
- 3) Kişisel gelişim
- 4) Diğerlerine yapılan katkı

2.2.4.4. Benlik Kurgusu ve Sosyal Onay İhtiyacı

Sosyal onay ihtiyacı ve benlik kurguları arasındaki ilişkiyi ele alan sınırlı sayıda araştırma vardır. Bu araştırmalarda da, onay ihtiyacını da ölçen “MarloweCrowne Sosyal Beğenirlik Ölçeği” nin kullanıldığı görülmektedir. Johnson ve Van De Vijver (2003) kültürlerarası araştırmalarda sosyal beğenirliğin etkisinin yeterince ele alınmadığını belirtmiş ve bu konuyla ilgili yapılacak çalışmaların önemli olduğunu vurgulamıştır. Sosyal onay ihtiyacıyla ilgili literatürün sınırlı olmasına bir açıklama getirmeye çalışan Kağıtçıbaşı'na göre bir bilim dalı olarak psikoloji, Batı kültürüne ait bir üründür. Bu nedenle, batının bireyci düşünce anlayışlarını yansıtmaktadır. Bu durum, davranışların açıklanmasında başkalarının beklentileri gibi etmenlerin dikkate alınmaması sonucuna neden olmuştur.⁴⁷ Sosyal onay ihtiyacı açısından şu sözler dikkat çekicidir. Toplulukçu kültürlerin insanları, grubun onayını almayı bireyci kültürden insanlara göre daha fazla önemserler ve alamazlarsa da utanç duygusu yaşarlar.⁴⁸

2.3.KAYGI

Normal ve anormal koşullarda ortaya çıkan, uyanıklık artışı, otonomik etkinlik, bedensel değişiklik duyuları, koşullu cevaplar, kendini kötü hissetme gibi kognitif değerlendirmeleri içeren karmaşık bir duygudurumdur.⁴⁹

⁴⁵ Ziyad Marar, *Mutluluk paradoksu-özgürlük ve onaylanma*, Çeviren Serpil Çağlayan Kitap Yayınevi. İstanbul, 2004

⁴⁶ Bent Greve, *Happiness*, Routledge. London And New York: Taylor & Francis Group, 2012, s.18

⁴⁷ Çiğdem Kağıtçıbaşı, *Günümüzde İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş*, Evrim Yayınevi, İstanbul, 2010

⁴⁸ Çiğdem Kağıtçıbaşı, *Günümüzde İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş*, Evrim Yayınevi, İstanbul, 2010, s.97

⁴⁹ Ahmet Ertan Tezcan, *Erişkin Psikopatolojisi Ve Klinik Psikofarmakoloji: Anksiyete Bozuklukları* ders notları, İstanbul, 2019.

2.3.1. Kaygının Tanımı

Kaygı alanında ilk çalışmalar 1940 yılların sonlarına doğru yapılmış ve Freud tarafından kavramsallaştırılarak nedenleri hakkında araştırma yapılmıştır.⁵⁰Kaygı (anksiyete) kelimesi eski Yunanca “anxietas” olup panik, korku, merak anlamındadır.⁵¹

Patolojik kaygı literatürde özellikle YKB ile ilişkilendirilmekte, bu bozukluğun ana belirtisi olarak görülmektedir. DSM-5'e göre ise YKB, birtakım olaylar ya da etkinliklerle (iş ya da okulda başarı sergileyebilme) ilgili olarak, aşırı bir kaygı ve kuruntularını (kaygılı beklenti) görüldüğü, kişinin kuruntularını baskı altına almakta güçlük çektiği, bu kaygı ve kuruntuya eşlik eden dinginleşememe (huzursuzluk) ya da gergin, sürekli diken üzerinde olma, kolay yorulma, odaklanmakta güçlük çekme ya da zihnin boşalması, kolay kızma, kas gerginliği ve uyku bozukluğu belirtilerinden üçü ya da daha çoğunun eşlik ettiği bozukluk olarak tanımlanmaktadır.⁵²

Kaygı konusuna şu açıklamayı getiren Hançerlioğlu (1988) 'na göre, kaygı; nedeni açık olmayan korku ya da giderilemeyen isteklerden doğan sıkıntı olarak adlandırılır. Güvensizlikten doğan tedirgin edici duyguyu dile getirir. Belli bir anlamda tasa ve kuşku deyimleriyle anlamdaştır. Hekimlik dilinde yürek darlığını doğuran bir sıkıntıyı dile getirir. Varoluşçuların dilinde de bunalım, bulantı ve boğuntu gibi deyimlerle dile getirilir ve varlığın özünü düşünmeden doğan metafizik “tedirginlik” olarak tanımlanır. Bununla birlikte sıkıntı deyiminden farklı olarak kuşku deyimini, bir kötülük olasılığından korkmayı dile getirir. Ruh biliminde korku terimi nedeni bilinen; durumlarda kullanılır, kaygı ise, nedeni bilinmeyen korkudur. Bizi korkutanın ne olduğunu biliriz ama bizi kaygılarından sorun açık seçik belli değildir.⁵³

Kaygı bireyin gün içerisinde sergilemiş olduğu davranışlarda en çok gözlenebilen bir durumdur. Her bireyde farklı düzeylerde kaygı mevcuttur. Kaygısız birey neredeyse yoktur. Ancak kaygının tür ve derecesi önem arz etmektedir. Kaygı kişinin gündelik hayatının merkezinde oluşur ve kişi kaygıya kapılırsa normal

⁵⁰ Sigmund Freud, *Yaşamım ve psikanaliz*, (Çev.Kamuran Şipal), Cilt:7, Say Yayınları, İstanbul, 2001.

⁵¹ Özcan Köknel, *Zorlanan İnsan*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1988,s.138.

⁵² American Psychiatric Association, *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5)*, Washington, American Psychiatric Publishing, 2013.

⁵³ Orhan Hançerlioğlu, *Ruh Bilim Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul,1988, s. 223-224.

yaşamını sürdürmekte sıkıntı yaşar. Bu durum kişide davranış bozukluğuna yol açar.⁵⁴

2.3.2. Kaygı türleri

Kaygı türleri durumluk kaygı ve sürekli kaygı olarak 2'ye ayrılır.

Durumluk kaygı, bireyin içinde bulunduğu stresli durumlardan dolayı hissettiği korku olup bireyin gerilim ve huzursuzluk duygularının göstergesidir. Sürekli kaygı ise bireyin kaygı yaşantısına olan bağımlılığıdır. Bu durum kişinin içinde bulunduğu durumları sürekli olarak algılaması ya da stres olarak yorumlaması biçiminde ifade edilebilir. Sürekli kaygı durumu ise bireyin kaygı yaşantısına olan bağımlılığıdır.⁵⁵ Sürekli kaygı, belirli bir durum veya zamana göre ortaya çıkmayan, nispeten sürekli olan bir kaygıyı göstermektedir. Bu tip kaygı sahibi bireyler, herhangi bir durum veya zamanda kaygıya kapılabilirler.⁵⁶

2.3.3. Kaygının Özellikleri

1. Kaygı geleceğe yönelik kötü olan panikleme durumudur.
2. Bu durumun hissedilmesi kişiye acı yaşatır.
3. Evrenseldir ve herkesin başına gelebilir.
4. Bireyin duyum ve algısını etkiler.
5. Yarattığı bunalımın tanımı zordur.
6. Genelde tehlikeye, tehdide karşı harekete geçer.
7. Bilinmeyi bulma çabasıdır.
8. Bir tehdide karşı duyulan huzursuzluk halidir.
9. Benliğin algılanan yönüyle kavranan bir durumdur.
10. Otonom sinir sisteminin bilinmeyen bir tehdide karşı tepkisel olarak harekete geçmesiyle kişinin kendisini gergin ve panik olmuş hissetmesidir.⁵⁷

2.3.4. Kaygının Belirtileri

Fizyolojik ve psikolojik etmenleri olan kaygı 2 şekilde ortaya çıkmaktadır. Temel anlamıyla anksiyetesi yüksek bireylerde subjektif ya da objektif sitemlerden

⁵⁴ Doğan Cüceloğlu, *İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2006.

⁵⁵ Neriman Aral, *Fiziksel istismar ve çocuk*, Tekışık Veb Ofset Yayıncılık, Ankara, 1997.

⁵⁶ Ertuğrul Ahmet Terzioğlu vd., "Halk Oyunları Oynayanların Durumluk Ve Sürekli Kaygı Düzeyleri, Erzincan Yöresi Örneği", *EÜSBED* 2013;6(2):361-70.

⁵⁷ Soner Taslak ve Çağdaş Işııkay, "Hemşirelik Bölümü Öğrencilerinin Eğitim Algıları ile Kaygı ve Umutsuzluk Düzeylerine Yönelik Bir Araştırma: Sağlık Yüksekokulu Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi, *Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 2015, s.108-115.

bahsedilebilir. Psikolojik etmenlere panik, şaşkınlık, korku gerginlik, tedirginlik durumları örneklendirilebilir. Anksiyete sonucunda ortaya çıkan fizyolojik etmenlerse mide bulantısı çarpıntı uykusuzluk titreme bağırsak sorunları ağız kuruluğu kas gerilmesi gibi birden fazla belirti görülebilir.⁵⁸

2.3.5. Kaygının Nedenleri

Doğan Cüceloğlu, kaygıya sebep olan nedenleri dört başlık altında ele almıştır.

1. Desteğin Çekilmesi: Alışlagelmiş durumların ortadan kalkması
2. Olumsuz Bir Sonucu Beklemek: Karşısında hazırlıksız hissedilen durumlarla yüz yüze kalmak
3. İç Çelişki: İçsel inançlar ve değerler doğrultusundaki fikirlerle yapılan davranışların birbirleriyle uyum sağlamaması, tutumsuzluk.
4. Belirsizlik: Gelecekte ne olacağını bilmemektir.⁵⁹

2.3.6. Kaygıyı Etkileyen Etmenler

Yaş, cinsiyet, doğum sırası ve sosyoekonomik düzey kaygıyı etkileyen etmenler arasındadır.

⁵⁸ Özcan Köknel, *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1982, s.162.

⁵⁹ Doğan Cüceloğlu, *İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2006

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE TEKNİKLER

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu çalışma, “ilişkisel tarama modeli”ne uygun bir şekilde hazırlanmıştır. İki veya daha fazla değişkenle birlikte değişimin derecesini bulmayı amaçlar. Ayrıca araştırma modellerinin tümü “ilişkisel tarama modelleri” olarak tanımlanmaktadır.⁶⁰

3.2. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni Antalya'nın Alanya ilçesinde yaşayan kişilerden meydana gelmektedir. Araştırmanın örneklemini Alanya ilçesinde yaşamakta olan 150 kişiden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanlar basit-tesadüfi şekilde seçilmiştir. Araştırmaya katılanlara onam formu verilmiştir.

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı hazırladığı ve bireysel bilgilerin ele alındığı bu formda kişilere; eğitim düzeyleri, cinsiyetleri, yaşları, gelir seviyeleri, psikolojik rahatsızlıkları ve yeteri kadar arkadaşına sahip olup olmamaları ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Bireylerin sosyal medya bağımlılığını tespit etmek amacıyla 20 maddeden oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) kullanılmıştır. Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen ölçek 18-60 yaş grubundaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemeye yönelik geliştirilmiştir. SMBÖYF in güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları 2017 yılında farklı yaş gruplarında rastgele seçilen 1047 yetişkin üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ölçek 20 betimleme ve yapılan faktör analizi sonucunda 2 alt boyuttan (sanal tolerans ve sanal iletişim) oluşan bir yapıdadır. Ölçekteki sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim ise 12-20'inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu 5'li likert tipinde derecelendirilmiştir ve (1) bana hiç uygun değil, (2) bana uygun değil,

⁶⁰ Niyazi Karasar, *Bilimsel araştırma yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s.67.

(3) kararsızım, (4) bana uygun (5) bana çok uygun şeklinde birisi seçilerek cevaplandırılmaktadır.⁶¹

3.3.3. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği

Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği, kişilerin sosyal onay ihtiyaçlarını ölçmek için geliştirilen bir ölçektir. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği likert türü 5 dereceli bir ölçektir. Toplam 25 maddeden oluşan ölçek, 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeğinde ilk alt boyut, başkalarının yargılarına duyarlılık, ikinci alt boyut sosyal geri çekilme, üçüncü alt boyut olumlu izlenim bırakma adını almıştır. Ölçek maddeleri “5-Tamamen Katılıyorum” ve “1-Kesinlikle Katılmıyorum” arasında puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek puanların yüksekliği sosyal onay ihtiyacının yükseldiğini göstermektedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 25 ile 125 arasında değişmektedir. Ölçeğin ters puanlanan maddesi bulunmamaktadır.⁶² Ölçek geçerli ve güvenilir bulunmuştur.

Sosyal onay ihtiyacı ölçeğine ilişkin maddeler ve alt boyutları;

Başkalarının yargılarına duyarlılık 12,7,19,9,24,23,22,16,3

Sosyal geri çekilme 17,21,18,25,20,10,14,15

Olumlu izlenim bırakma 6,2,1,8,5,4,11,13

3.3.4. Beck Anksiyete Ölçeği

Beck, Epstein, Brown ve Steer tarafından kaygı belirtilerinin şiddetini ölçmek üzere geliştirilmiştir. 21 maddeden oluşan; 0 (hiç), 1 (hafif derecede), 2 (orta derecede), 3 (ciddi derecede) anlamına gelmek üzere 0-3 arası puanlanan Likert tipi bir ölçektir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 63'tür. 21 maddenin 4'ü anksiyöz duygu durumu, 3'ü spesifik korkuları ve kalan 14 madde de YKB ve panik bozukluk semptomlarından motor gerilim ile otonom hiperaktiviteyi değerlendirmektedir. Orjinal ölçeğin iç tutarlılığı .92 ve test tekrar test güvenilirlik katsayısı .75 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçe versiyonu Ulusoy, Şahin ve Erkmen tarafından uyarlanmıştır. Ölçek geçerli ve güvenilir bulunmuştur.⁶³

⁶¹Tülay Aslan, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü 2020, s.52 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

⁶²Selahiddin Öğülmüş ve Burcu Karaşar, “Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Analizi”, *Ege Eğitim Dergisi*, 2016, (17)1, 84-104.

⁶³Mustafa Ulusoy vd., “Turkish version of the Beck Anxiety Inventory: Psychometric Properties”, *Journal of Cognitive Psychotherapy, An International Quarterly*, 1998, 12, 163-172.

Beck Anksiyete Ölçeğinde; 8- 15 puan arası hafif düzeyde kaygıyı, 16-25 puan arası orta düzeyde kaygıyı ve 26-35 puan arası şiddetli kaygıyı göstermektedir.

3.4. VERİLERİN ANALİZİ

Bu çalışmada ortaya çıkan bulgular yorumlanırken, istatistiksel analizler için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 16.0 programı kullanıldı. Çalışma verileri yorumlanırken parametrelerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodların (Ortalama, Standart sapma, Sayı ve Yüzde) yanı sıra değerlendirmelerde, Niceliksel verilerde normal dağılım gösteren parametrelerin karşılaştırmalarında Varyans analizi ve iki grup arası karşılaştırmalarında Student t test kullanıldı. Niceliksel veriler arasındaki ilişkinin incelenmesi için Pearson Korelasyon Analizi kullanıldı. Sonuçlar %95'lik güven aralığında, anlamlılık $p<0.05$ düzeyinde değerlendirildi.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Onay İhtiyacı Ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki adlı tez çalışması toplam 150 birey tarafından gerçekleştirilmiştir.

Tablo4.1. Bireylerin Sosyodemografik Özelliklerinin Dağılımları

		n	%
Cinsiyet	Kadın	80	53,3
	Erkek	70	46,7
Eğitim Durumu	Lise	23	15,3
	Üniversite	112	74,7
	Yüksek Lisans	15	10,0
Gelir Düzeyi	Ortanın Altı	2	1,3
	Orta	133	88,7
	Ortanın Üstü	15	10,0
Yeteri Kadar Arkadaş Var Mı?	Hayır	4	2,7
	Evet	146	97,3
Psikolojik Rahatsızlık Var Mı?	Hayır	147	98,0
	Evet	3	2,0
	En düşük-En yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Yaş	19-50	32,25	7,65

Tablo 1'de bireylerin sosyodemografik özelliklerinin dağılımları verilmiştir. Buna göre bireylerin 80'i (%53,3) kadın ve 70'i (%46,7) erkektir. Yaşları 19 ile 50 yıl arasında değişmekte olup, ortalama 32,25±7,65 yıldır. Eğitim durumları 23'ünün (%15,3) lise, 112'sinin (%74,7) üniversite ve 15'inin (%10,0) yüksek lisanslıdır. Gelir düzeyleri 2'sinin (%1,3) ortanın altı, 133'ünün (%88,7) orta ve 15'inin (%10,0) ortanın üstüdür. Bireylerin 146'sının (%97,3) yeteri kadar arkadaşı vardır. Bireylerin 3'ünün (%2,0) psikolojik rahatsızlığı vardır.

Tablo4.2. Bireylere Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeğinin İncelenmesi

	En düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal Medya Kullanımı	35,00	98,00	63,15	12,94
Sanal Tolerans	19,00	54,00	36,51	8,21
Sanal İletişim	15,00	44,00	26,64	5,64
Sosyal Onay İhtiyacı	16,00	108,00	79,09	10,61
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	19,00	42,00	32,37	4,14
Sosyal Geri Çekilme	11,00	35,00	22,88	4,09
Olumlu İzlenim Bırakma	13,00	35,00	23,85	5,10
Beck Anksiyete	,00	32,00	10,71	6,08

Tablo 2'de bireylere uygulanan sosyal medya kullanımı ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ve alt boyutları ile beck anksiyetenin en düşük, en yüksek, ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Sosyal medya kullanımı ölçeğinin toplam puanı 35 ile 98 puan arasında değişmekte olup, ortalama $63,15 \pm 12,94$ puandır. Alt boyutlarında sanal tolerans 19 ile 54 puan arasında değişmekte olup, ortalama $36,51 \pm 8,21$ puandır. Sanal iletişim 15 ile 44 puan arasında değişmekte olup, ortalama $26,64 \pm 5,64$ puandır. Sosyal onay ihtiyacı ölçeğinin toplam puanı 16 ile 108 puan arasında değişmekte olup, ortalama $79,09 \pm 10,61$ puandır. Alt boyutlarında başkalarının yargılarına duyarlılık 19 ile 42 puan arasında değişmekte olup, ortalama $32,37 \pm 4,14$ puandır. Sosyal geri çekilme 11 ile 35 puan arasında değişmekte olup, ortalama $22,88 \pm 4,09$ puandır. Olumlu izlenim bırakma 13 ile 35 puan arasında değişmekte olup, ortalama $23,85 \pm 5,10$ puandır. Beck anksiyete ölçeğinin toplam puanı 0 ile 32 puan arasında değişmekte olup, ortalama $10,71 \pm 6,08$ puandır.

Tablo4.3. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	T	Sd	p																																																																																
Sosyal Medya Kullanımı	Kadın	80	63,68	12,52	,533	148	,595																																																																																
	Erkek	70	62,55	13,46				Sanal Tolerans	Kadın	80	37,03	8,29	,846	148	,399	Erkek	70	35,90	8,13	Sanal İletişim	Kadın	80	26,64	5,33	-,006	148	,995	Erkek	70	26,64	6,01	Sosyal Onay İhtiyacı	Kadın	80	80,16	10,93	1,323	148	,188	Erkek	70	77,87	10,16	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Kadın	80	32,63	4,49	,816	148	,416	Erkek	70	32,07	3,71	Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949	Erkek	70	22,86	3,96	Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842
Sanal Tolerans	Kadın	80	37,03	8,29	,846	148	,399																																																																																
	Erkek	70	35,90	8,13				Sanal İletişim	Kadın	80	26,64	5,33	-,006	148	,995	Erkek	70	26,64	6,01	Sosyal Onay İhtiyacı	Kadın	80	80,16	10,93	1,323	148	,188	Erkek	70	77,87	10,16	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Kadın	80	32,63	4,49	,816	148	,416	Erkek	70	32,07	3,71	Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949	Erkek	70	22,86	3,96	Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67								
Sanal İletişim	Kadın	80	26,64	5,33	-,006	148	,995																																																																																
	Erkek	70	26,64	6,01				Sosyal Onay İhtiyacı	Kadın	80	80,16	10,93	1,323	148	,188	Erkek	70	77,87	10,16	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Kadın	80	32,63	4,49	,816	148	,416	Erkek	70	32,07	3,71	Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949	Erkek	70	22,86	3,96	Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67																				
Sosyal Onay İhtiyacı	Kadın	80	80,16	10,93	1,323	148	,188																																																																																
	Erkek	70	77,87	10,16				Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Kadın	80	32,63	4,49	,816	148	,416	Erkek	70	32,07	3,71	Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949	Erkek	70	22,86	3,96	Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67																																
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Kadın	80	32,63	4,49	,816	148	,416																																																																																
	Erkek	70	32,07	3,71				Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949	Erkek	70	22,86	3,96	Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67																																												
Sosyal Geri Çekilme	Kadın	80	22,90	4,23	,064	148	,949																																																																																
	Erkek	70	22,86	3,96				Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*	Erkek	70	22,94	5,24	Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67																																																								
Olumlu İzlenim Bırakma	Kadın	80	24,64	4,87	2,052	148	,042*																																																																																
	Erkek	70	22,94	5,24				Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842	Erkek	70	10,60	5,67																																																																				
Beck Anksiyete Toplam	Kadın	80	10,80	6,46	,200	148	,842																																																																																
	Erkek	70	10,60	5,67																																																																																			

**p<,01 *p<,05

Tablo 3'te bireylerin cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile beck anksiyete ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test analizi sonuçları verilmiştir.

Buna göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ve alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık, sosyal geri çekilme ile Beck anksiyete ölçeklerinde cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık yoktur ($p>,05$).

Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakma ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=2,052$; $p<,05$). Bir diğer ifadeyle kadınların olumlu izlenim bırakma düzeyleri erkeklerinkinden anlamlı şekilde yüksektir.

Tablo4.4. Bireylerin Eğitim Durumlarına Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi

		x ²	sd	Ortalama a kare	F	p	Gruplar Arası Fark
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	700,594	2	350,297	2,125	,123	-
		24234,180	147	164,858			
Sanal Tolerans	Gruplar arası	238,184	2	119,092	1,786	,171	-
		9803,309	147	66,689			
Sanal İletişim	Gruplar arası	126,483	2	63,242	2,017	,137	-
		4608,077	147	31,347			
Sosyal Onay İhtiyacı	Gruplar arası	27,444	2	13,722	,121	,887	-
		16733,249	147	113,832			
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Gruplar arası	3,752	2	1,876	,108	,898	-
		2549,081	147	17,341			
Sosyal Geri Çekilme	Gruplar arası	36,087	2	18,044	1,079	,343	-
		2457,753	147	16,719			
Olumlu İzlenim Bırakma	Gruplar arası	9,532	2	4,766	,181	,834	-
		3865,942	147	26,299			
Beck Anksiyete Toplam	Gruplar arası	492,462	2	246,231	7,209	,001**	Lise Üniversite Yüksek Lisans
		5020,631	147	34,154			

**p<,01

Tablo 4'te bireylerin eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile beck anksiyete ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre Beck anksiyete ölçeği puanlarında ($F_{(2,147)}=7,209$; $p<,01$) eğitim durumuna göre anlamlı farklılık vardır.

Anlamlılığın nereden kaynaklandığını anlamak için yapılan Post-hoc analizi sonuçlarına göre Beck anksiyete ölçeği puanlarında fark lise ile üniversite (p: ,026) ve yüksek lisans (p: ,000) grupları arasında lise mezunu bireylerin lehine, üniversite ile yüksek lisans (p: ,008) arasında üniversitenin lehinedir. Bir diğer ifadeyle lise grubunun beck anksiyete düzeyleri üniversite ve yüksek lisans grubundan anlamlı şekilde daha yüksektir.

Tablo4.5. Bireylerin Gelir Durumlarına Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi

		x ²	sd	Ortalama kare	F	p	Gruplar Arası Fark
Sosyal Medya Kullanımı	Gruplar arası	1493,798	2	746,899	4,684	,011*	Orta- ortanın üstü
	Gruplar içi	23440,975	147	159,462			
Sanal Tolerans	Gruplar arası	801,081	2	400,541	6,372	,002**	Orta- ortanın üstü
	Gruplar içi	9240,412	147	62,860			
Sanal İletişim	Gruplar arası	112,833	2	56,416	1,794	,170	-
	Gruplar içi	4621,727	147	31,440			
Sosyal Onay İhtiyacı	Gruplar arası	158,223	2	79,112	,700	,498	-
	Gruplar içi	16602,470	147	112,942			
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Gruplar arası	9,957	2	4,979	,288	,750	-
	Gruplar içi	2542,876	147	17,298			
Sosyal Geri Çekilme	Gruplar arası	219,706	2	109,853	7,101	,001**	Ortanın altı-orta- ortanın üstü
	Gruplar içi	2274,134	147	15,470			
Olumlu İzlenim Bırakma	Gruplar arası	3,935	2	1,967	,075	,928	-
	Gruplar içi	3871,539	147	26,337			
Beck Anksiyete Toplam	Gruplar arası	336,533	2	168,266	4,778	,010*	Ortanın altı-orta- ortanın üstü
	Gruplar içi	5176,560	147	35,215			

**p<,01

*p<,05

Tablo 5'te bireylerin gelir durumlarına göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile beck anksiyete ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre sosyal medya kullanımı ölçek puanlarında ($F_{(2,147)}=4,684$; $p<,05$), alt boyutlarından sanal tolerans ölçeği puanlarında ($F_{(2,147)}=6,372$; $p<,01$), sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından sosyal geri çekilme ölçeği puanlarında ($F_{(2,147)}=7,101$; $p<,01$), Beck anksiyete ölçeği puanlarında ($F_{(2,147)}=4,778$; $p<,05$) gelir durumuna göre anlamlı farklılık vardır.

Anlamlılığın nerden kaynaklandığını anlamak için yapılan Post-hoc analizi sonuçlarına göre Sosyal medya kullanımı ölçeği puanlarında fark orta düzey gelir ile ortanın üstü ($p: ,003$) gelir düzeyi arasında orta düzeylilerin lehine, sanal tolerans ölçeği puanlarında fark orta düzey gelir ile ortanın üstü ($p: ,001$) gelir düzeyi arasında orta düzeylilerin lehine, sosyal geri çekilme ölçeği puanlarında fark ortanın üstü gelir düzeyi ile orta düzey gelir ($p: ,000$) ve ortanın altı gelir düzeyi ($p: ,039$) arasında ortanın altı gelir düzeyinin lehine, Beck anksiyete ölçeği puanlarında fark ortanın altı gelir düzeyi ile orta düzey gelir ($p: ,018$) ve ortanın üstü gelir düzeyi ($p: ,004$) arasında ortanın altı gelir düzeyinin lehinedir.

Tablo4.6. Bireylerin Yeteri Kadar Arkadaşlarının Olması Durumuna Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi

	Yeteri Kadar Arkadaş	N	Ort.	Ss	T	Sd	p																																																																																
Sosyal Medya Kullanımı	Hayır	4	66,75	18,63	,563	148	,574																																																																																
	Evet	146	63,05	12,82				Sanal Tolerans	Hayır	4	40,50	12,45	,986	148	,326	Evet	146	36,40	8,10	Sanal İletişim	Hayır	4	26,25	6,80	-,140	148	,889	Evet	146	26,65	5,63	Sosyal Onay İhtiyacı	Hayır	4	94,00	5,16	2,920	148	,004**	Evet	146	78,69	10,43	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	4	34,25	,96	,922	148	,358	Evet	146	32,31	4,18	Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*	Evet	146	22,76	4,07	Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*
Sanal Tolerans	Hayır	4	40,50	12,45	,986	148	,326																																																																																
	Evet	146	36,40	8,10				Sanal İletişim	Hayır	4	26,25	6,80	-,140	148	,889	Evet	146	26,65	5,63	Sosyal Onay İhtiyacı	Hayır	4	94,00	5,16	2,920	148	,004**	Evet	146	78,69	10,43	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	4	34,25	,96	,922	148	,358	Evet	146	32,31	4,18	Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*	Evet	146	22,76	4,07	Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75								
Sanal İletişim	Hayır	4	26,25	6,80	-,140	148	,889																																																																																
	Evet	146	26,65	5,63				Sosyal Onay İhtiyacı	Hayır	4	94,00	5,16	2,920	148	,004**	Evet	146	78,69	10,43	Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	4	34,25	,96	,922	148	,358	Evet	146	32,31	4,18	Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*	Evet	146	22,76	4,07	Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75																				
Sosyal Onay İhtiyacı	Hayır	4	94,00	5,16	2,920	148	,004**																																																																																
	Evet	146	78,69	10,43				Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	4	34,25	,96	,922	148	,358	Evet	146	32,31	4,18	Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*	Evet	146	22,76	4,07	Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75																																
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	4	34,25	,96	,922	148	,358																																																																																
	Evet	146	32,31	4,18				Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*	Evet	146	22,76	4,07	Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75																																												
Sosyal Geri Çekilme	Hayır	4	27,25	2,22	2,193	148	,030*																																																																																
	Evet	146	22,76	4,07				Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**	Evet	146	23,61	4,94	Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75																																																								
Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	4	32,50	3,00	3,573	148	,000**																																																																																
	Evet	146	23,61	4,94				Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*	Evet	146	10,52	5,75																																																																				
Beck Anksiyete Toplam	Hayır	4	17,50	13,28	2,296	148	,023*																																																																																
	Evet	146	10,52	5,75																																																																																			

**p<,01 *p<,05

Tablo 6'da bireylerin yeteri kadar arkadaşlarının olması durumuna göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile beck anksiyete ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre sosyal medya kullanımı ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacının alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık ölçeklerinde bireylerin yeteri kadar arkadaşlarının olması durumuna göre anlamlı farklılık yoktur ($p>,05$).

Sosyal onay ihtiyacı ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=2,920$; $p<,01$). Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaç düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından sosyal geri çekilme ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=2,193$; $p<,05$). Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal geri çekilme düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakma ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=3,573$; $p<,01$). Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların olumlu izlenim bırakma düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Beck anksiyete ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=2,296$; $p<,05$). Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların beck anksiyete düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Tablo4.7. Bireylerin Psikolojik Rahatsızlıklarının Olması Durumuna Göre Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları, Beck Anksiyete Ölçeğinin Değerlendirilmesi

	Psikolojik rahatsızlık	N	Ort.	Ss	T	Sd	p
Sosyal Medya Kullanımı	Hayır	147	62,72	12,63	-	148	,004**
	Evet	3	84,00	12,49	2,889		
Sanal Tolerans	Hayır	147	36,31	8,13	-	148	,043*
	Evet	3	46,00	7,55	2,045		
Sanal İletişim	Hayır	147	26,41	5,37	-	148	,000**
	Evet	3	38,00	7,94	3,671		
Sosyal Onay İhtiyacı	Hayır	147	78,86	10,57	-	148	,056
	Evet	3	90,67	4,16	1,927		
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	Hayır	147	32,33	4,17	-	148	,408
	Evet	3	34,33	1,15	-,830		
Sosyal Geri Çekilme	Hayır	147	22,77	4,06	-	148	,019*
	Evet	3	28,33	,58	2,368		
Olumlu İzlenim Bırakma	Hayır	147	23,76	5,09	-	148	,155
	Evet	3	28,00	4,36	1,430		
Beck Anksiyete Toplam	Hayır	147	10,34	5,55	-	148	,000**
	Evet	3	28,67	4,16	5,683		

**p<,01 *p<,05

Tablo 7'de bireylerin psikolojik rahatsızlık olması durumuna göre sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile beck anksiyete ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test analizi sonuçları verilmiştir.

Buna göre sosyal onay ihtiyacı ve alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık, olumlu izlenim bırakma ölçeklerinde bireylerin psikolojik rahatsızlık olması durumuna göre anlamlı farklılık yoktur ($p>,05$).

Sosyal medya kullanımı ölçeği puanlarında psikolojik rahatsızlık olması durumunun lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=-2,889$; $p<,01$).

Bir diğer ifadeyle psikolojik rahatsızlığı olanların sosyal medya kullanım düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Sosyal medya kullanımı alt boyutlarından sanal tolerans ölçeği puanlarında psikolojik rahatsızlık olması durumunun lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=-2,045$; $p<,05$). Bir diğer ifadeyle psikolojik rahatsızlığı olanların sanal tolerans düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Sosyal medya kullanımı alt boyutlarından sanal iletişim ölçeği puanlarında psikolojik rahatsızlık olması durumunun lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=-3,671$; $p<,01$). Bir diğer ifadeyle psikolojik rahatsızlığı olanların sanal iletişim düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından sosyal geri çekilme ölçeği puanlarında psikolojik rahatsızlık olması durumunun lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=-2,368$; $p<,05$). Bir diğer ifadeyle psikolojik rahatsızlığı olanların sosyal geri çekilme düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Beck anksiyete ölçeği puanlarında psikolojik rahatsızlık olması durumunun lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($t=-5,683$; $p<,01$). Bir diğer ifadeyle psikolojik rahatsızlığı olanların Beck anksiyete düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir.

Tablo4.8. Bireylerin Yaşları ile Uygulanan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Beck Anksiyete Ölçeği Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Yaş	
	r	p
Sosyal Medya Kullanımı	-,653	,000**
Sanal Tolerans	-,639	,000**
Sanal İletişim	-,568	,000**
Sosyal Onay İhtiyacı	-,444	,000**
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	-,322	,000**
Sosyal Geri Çekilme	-,378	,000**
Olumlu İzlenim Bırakma	-,359	,000**
Beck Anksiyete	-,475	,000**

** $p<,01$

Tablo 8’de bireylerin yaşları ile uygulanan sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile Beck anksiyete ölçeği arasındaki ilişkilerin incelenmesine ilişkin Pearson Correlation Analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre yaş ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde orta şiddette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken sosyal medya kullanımı azalmaktadır.

Yaş ile sanal tolerans arasında negatif yönde orta şiddette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken sanal tolerans düzeyi azalmaktadır.

Yaş ile sanal iletişim arasında negatif yönde orta şiddette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken sanal iletişim düzeyi azalmaktadır.

Yaş ile sosyal onay ihtiyacı arasında negatif yönde orta şiddette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken sosyal onay ihtiyacı azalmaktadır.

Yaş ile başkalarının yargılarına duyarlılık arasında negatif yönde zayıf istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken başkalarının yargılarına duyarlılık azalmaktadır.

Yaş ile sosyal geri çekilme arasında negatif yönde zayıf istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken sosyal geri çekilme azalmaktadır.

Yaş ile olumlu izlenim bırakma arasında negatif yönde zayıf istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken olumlu izlenim bırakma azalmaktadır.

Yaş ile Beck anksiyete arasında negatif yönde orta şiddete istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani yaş artarken Beck anksiyete düzeyi azalmaktadır.

Tablo4.9. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Beck Anksiyete Ölçeği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

	Beck Anksiyete	
	r	p
Sosyal Medya Kullanımı	,550	,000**
Sanal Tolerans	,472	,000**
Sanal İletişim	,339	,000**
Sosyal Onay İhtiyacı	,159	,052
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	,176	,032*
Sosyal Geri Çekilme	,127	,121
Olumlu İzlenim Bırakma	,367	,000**

**p<,01 *p<,05

Tablo 9'da bireylere uygulanan sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları, sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları ile Beck anksiyete ölçeği arasındaki ilişkilerin incelenmesine ilişkin Pearson Correlation analizi sonuçları verilmiştir.

Beck anksiyete ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı orta şiddette bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani Beck anksiyete düzeyi artarken sosyal medya kullanımı da artmaktadır.

Beck anksiyete ile sanal tolerans arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı orta şiddette bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani Beck anksiyete düzeyi artarken sanal tolerans düzeyi de artmaktadır.

Beck anksiyete ile sanal iletişim arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani Beck anksiyete düzeyi artarken sanal iletişim düzeyi de artmaktadır.

Beck anksiyete ile başkalarının yargılarına duyarlılık arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,05$). Yani Beck anksiyete düzeyi artarken başkalarının yargılarına duyarlılık da artmaktadır.

Beck anksiyete ile olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani Beck anksiyete düzeyi artarken olumlu izlenim bırakma düzeyi de artmaktadır.

Tablo4.10. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Alt Boyutları İle Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

	Sosyal Medya Kullanımı		Sanal Tolerans		Sanal İletişim	
	r	P	r	p	r	p
Başkalarının Yargılarına Duyarlılık	,061	,459	,111	,178	-,021	,795
Sosyal Geri Çekilme	,291	,000**	,323	,000**	,196	,016*
Olumlu İzlenim Bırakma	,190	,020*	,267	,001**	,048	,563
Sosyal Onay İhtiyacı	,227	,005**	,296	,000**	,090	,272

** $p<,01$ * $p<,05$

Tablo 10'da bireylere uygulanan sosyal medya kullanımı ölçeği ve alt boyutları ile sosyal onay ihtiyacı ölçeği ve alt boyutları arasındaki ilişkilerin incelenmesine ilişkin Pearson Correlation analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre sosyal medya kullanımı ile sosyal geri çekilme arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani sosyal medya kullanımı artarken sosyal geri çekilme düzeyi de artmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ile olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,05$). Yani sosyal medya kullanımı artarken olumlu izlenim bırakma düzeyi de artmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani sosyal medya kullanımı artarken sosyal onay ihtiyacı da artmaktadır.

Sanal tolerans ile sosyal geri çekilme arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani sanal tolerans artarken sosyal geri çekilme düzeyi de artmaktadır.

Sanal tolerans ile olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani sanal tolerans artarken olumlu izlenim bırakma düzeyi de artmaktadır.

Sanal tolerans ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,01$). Yani sanal tolerans artarken sosyal onay ihtiyacı da artmaktadır.

Sanal iletişim ile sosyal geri çekilme arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı zayıf bir ilişki vardır ($p<,05$). Yani sanal iletişim artarken sosyal geri çekilme düzeyi de artmaktadır.



BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu bölümde sosyodemografik özelliklerinin dağılımlarına göre bireylerin 80'i (%53,3) kadın ve 70'i (%46,7) erkektir. Yaşları 19 ile 50 yıl arasında değişmekte olup, ortalama $32,25 \pm 7,65$ yıldır. Eğitim durumları 23'ünün (%15,3) lise, 112'sinin (%74,7) üniversite ve 15'inin (%10,0) yüksek lisanstır. Gelir düzeyleri 2'sinin (%1,3) ortanın altı, 133'ünün (%88,7) orta ve 15'inin (%10,0) ortanın üstüdür. Bireylerin 146'sının (%97,3) yeteri kadar arkadaşı vardır. Bireylerin 3'ünün (%2,0) psikolojik rahatsızlığı vardır. Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımı ve kaygı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımı ile olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya kullanımı ile sosyal geri çekilme arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından olumlu izlenim bırakma ölçeği puanlarında kadınların lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bir diğer ifadeyle kadınların olumlu izlenim bırakma düzeyleri erkeklerinkinden anlamlı şekilde yüksektir. Yaş ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken sosyal medya kullanımı azalmaktadır. Yaş ile sosyal onay ihtiyacı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken sosyal onay ihtiyacı azalmaktadır. Yaş ile Beck anksiyete arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Yani yaş artarken Beck anksiyete düzeyi azalmaktadır. Sosyal onay ihtiyacı ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bir diğer ifadeyle yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaç düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir. Eğitim seviyelerine göre lise grubunun anksiyete düzeyleri üniversite ve yüksek lisans grubundan anlamlı şekilde daha yüksektir. Sosyal onay ihtiyacı ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Yani yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaç düzeylerinin yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksektir. Bu çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular literatürde bu kapsamda yürütülen araştırma bulguları ile benzerlik göstermekle birlikte bazı noktalarda farklılaşmaktadır.

Araştırmanın sonucunda katılımcıların sosyal medya kullanımı ve alt boyutları ile sosyal onay ihtiyacı ve alt boyutlarından başkalarının yargılarına duyarlılık, sosyal geri çekilme, Beck anksiyete ölçeklerinde cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Bu sebeple bireylerin kendilerini bir topluluğa ait hissetmesini sağlaması cinsiyetleri arasında bir farklılık yaratmamasına sebep olabilir. Bu sonuçla paralellik gösteren bir sonuçta Aydın⁶⁴, sosyal medya kullanım sıklığının cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık yaratmadığını bulgulamıştır. Başka bir araştırmada ise İnce ve Koçak⁶⁵ kadınların erkeklere kıyasla sosyal medyayı daha sık kullandıklarını tespit etmişlerdir. Başka bir araştırmada ise Karaşar ve Öğülmüş⁶⁶ sosyal onay ihtiyacının cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaşmadığını tespit etmişlerdir. Araştırmada ayrıca kadınların olumlu izlenim bırakma düzeylerinin erkeklerinkinden anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür. Kadınların olumsuz değerlendirilmekten korkma düzeylerini azaltacak önlemler alınması önerilebilir. Ayan ve Ünsar⁶⁷ da kızların erkelere kıyasla başkalarının etkisi altında kalma, başkaları tarafından incelenmekten korkma ve hata yapmaktan korkma puanlarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Araştırmanın sonucunda katılımcıların sosyal medya kullanımı ölçek puanları ile Beck anksiyete ölçeği puanlarında eğitim durumuna göre anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre becc anksiyete düzeylerinde lise grubu, üniversite ve yüksek lisans grubundan anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır. Bu bulguya göre lise mezunu bireylerin kaygı düzeyleri yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim seviyesi düşük bireyler iş bulma konusunda üniversite ve yüksek lisans mezunlarına göre zorlandıkları için kaygı düzeyleri arttığı ve geniş platformlara ulaşmak adına sosyal medyayı kullanımlarının yüksek olduğu yorumu yapılabilir. Özcan ve arkadaşları⁶⁸ ise çalışmalarında eğitim seviyesinin becc anksiyete ölçeği puanları ile negatif ilişki gösterdiğini bulgulamışlardır. Vannucci⁶⁹ ve arkadaşları ise yetişkinlerde sosyal

⁶⁴ İrem Erdem Aydın, "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2016, (35), 373-386.

⁶⁵ Mustafa İnce, ve Mevlut Can Koçak, "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği", *Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7.2, 2017, 736-749.

⁶⁶ Burcu Karaşar, ve Selahiddin Öğülmüş, "Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi", *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29.2, 2016 469-495.

⁶⁷ Altan Ayan, ve Agâh Sinan Ünsar, "Olumsuz değerlendirilmekten korkma düzeylerinin belirlenmesi: bir devlet üniversitesi öğrencileri üzerine araştırma", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4.5 (2015): 263-277.

⁶⁸ Halil Özcan vd., "Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi", *Journal of Mood Disorders*, 2013 3.3,107-13.

⁶⁹ Vannucci, Anna, Kaitlin M. Flannery, and Christine McCauley Ohannessian. "Social media use and anxiety in emerging adults", *Journal of affective disorders*, 207, 2017,163-166.

medya kullanımı ve kaygı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında sosyal medya kullanımının eğitim durumu ile anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Araştırmada katılımcıların sosyal medya kullanımı ölçek puanlarında, alt boyutlarından sanal tolerans ölçeği puanlarında, sosyal onay ihtiyacı alt boyutlarından sosyal geri çekilme ölçeği puanlarında, Beck anksiyete ölçeği puanlarında gelir durumuna göre anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Gelir seviyesi düşük kişilerin ekonomik olarak bir şeyler elde etmekte zorlanması ve geçim sıkıntısı yaşamasının kaygı düzeylerini artırdığı söylenebilir. Yine gelir seviyesi düşük kişilerin sosyal medyayı daha iyi bir yaşam için fırsatları takip etme amacıyla kullandığı düşünülebilir. Aynı zamanda onaylanmayacağı korkusu ile düşüncelerini saklamasına ve kendi isteklerinden vazgeçtiği için sosyal geri çekilme yaşadıkları düşünülebilir. Özcan ve arkadaşları⁷⁰ tarafından yapılan çalışmada da gelir düzeyi ile Beck Anksiyete Ölçeği arasında negatif bir ilişkinin olduğunu bulgulamışlardır. Şahin ve arkadaşları⁷¹ ise Ziraat Fakültesinde eğitime devam eden öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında gelir durumu ile öğrencilerin sosyal medya kullanımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmada ayrıca yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaç düzeyleri, sosyal geri çekilme düzeyleri ve olumlu izlenim bırakma düzeylerinin yeteri kadar arkadaşı olanların düzeylerinden anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum arkadaşlık ilişkilerinin bireyin sosyal uyumunu etkilediğini ortaya koymaktadır. Yalnızlık yaşamamak için başkalarına uyma, düşüncelerinden vazgeçme ve olumlu yönlerini ön plana çıkartmaya çalıştıkları söylenebilir. Parlaz ve arkadaşları⁷² çalışmalarında özellikle ergenlik döneminde sosyal uyumun arkadaşlık ilişkilerinden etkilendiğini belirtmektedirler.

Owen⁷³ ise yaşadığı yalnızlık ve sosyal kaçınmadan ötürü yeteri kadar onay göremeyen kişilerin sosyal ortamlarda geri kaldıkları için onay ihtiyaçlarını karşılayamadıklarını belirtmektedir. Diğer taraftan araştırmada yeteri kadar arkadaşı

⁷⁰ Özcan, a.g.e. 163-166.

⁷¹ Ahmet, Şahin vd., "Ziraat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi." **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, 2016, 13 (02), 34-45.

⁷² Evrim Akcan, Parlaz vd., "Ergenlik dönemi: fiziksel büyüme, psikolojik ve sosyal gelişim süreci." **Turkish Family Physician**, 2012, 3.2, 10-16.

⁷³ Robert Michael Owen, "The relationship between social anxiety and need for approval" **Diss. Pacific Graduate School of Psychology**, 1987.

olmayanların Beck anksiyete düzeyleri yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür. Bunun nedeni olarak, kişinin olumlu izlenim bırakma isteğinin artması bu kişide kaygı yaratıp, başkalarının kendisi ile ilgili izlenimleri hakkında olumsuz düşüncelere kapılarak kişinin kendini sosyal ortamlardan çekmesinden kaynaklanabilir. Karaoğlu ve arkadaşları⁷⁴ Tıp Fakültesinde eğitim gören öğrencilerin yalnızlık, umutsuzluk ve anksiyete düzeylerini inceledikleri çalışmalarında yalnızlık ile anksiyete arasında pozitif korelasyon olduğunu belirtmektedirler.

Araştırmada psikolojik rahatsızlığı olanların sosyal medya kullanım düzeyleri, sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksek çıkmıştır. Bunun yanında psikolojik rahatsızlığı olanların sosyal geri çekilme düzeyleri, Beck anksiyete düzeyleri psikolojik rahatsızlığı olmayanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksek çıkmıştır. Literatür incelendiğinde düşük benlik saygısı bireylerin diğerlerine göre sınırlı olma, başarısızlığı bekleme, olumsuz düşüncelere sahip olma gibi sonuçlar oluşturduğu görülmektedir. Bu durum bireylerin kabul görmek için başkalarının onaylamayacağı şeylerden kaçınmasına, sosyal geri çekilmesine ve sosyal medya kullanımının artmasına yol açtığı söylenebilir. Bu sonuçlarla örtüşen bir araştırmada Söner ve Yılmaz⁷⁵ sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasında negatif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu bulgulamışlardır. Bu sonuçları destekleyen başka bir araştırmada Çağır ve Gürkan⁷⁶ da lise ve üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanım düzeyleri ile algılanan iyilik halleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Arabacı⁷⁷ ve arkadaşları ise psikiyatrik bozukluk tanısına sahip olan hastaların sosyal geri çekilme puanlarının yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Beydoğan ve Curun tarafından yapılan çalışmada da sürekli kaygı düzeyinin psikolojik iyi oluşu anlamlı olarak yordadığını tespit etmişlerdir.⁷⁸

⁷⁴ Nazan, Karaoğlu vd., "Meram Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Öz anlayışlarına Karşın Yalnızlık, Umutsuzluk Ve Anksiyete Düzeyleri", **Tıp Eğitimi Dünyası**, 16.48: 49-61.

⁷⁵ Osman, Söner, ve Olcay. Yılmaz. "Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki." **Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2018, 7.13, 59-74.

⁷⁶ Gülden Çağır ve Uğur Gürkan. "Lise Ve Üniversite Öğrencilerinin Problemleri İnternet Kullanım Düzeyleri İle Algılanan İyilik Halleri Ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki." **Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute**, 2010, 13.24 .

⁷⁷ Arabacı, vd., "Adli psikiyatri hastalarının içselleştirilmiş damgalanma ve sosyal işlevsellik düzeyleri." **Anadolu Psikiyatr Dergisi**, 2015, 16.3.

⁷⁸ Başak Beydoğan Tangör ve Ferzan Curun, "Psikolojik iyi oluşun yordayıcıları olarak bireysel farklılıklar: özgünlük, benlik saygısı ve sürekli kaygı." **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, 2016, 5.4, 1-13.

Araştırmanın sonunda katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımı, sosyal onay ihtiyacı ve Beck anksiyete ölçeği arasında negatif yönde orta şiddette bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaşları arttıkça sosyal medya kullanımları, sosyal onay ihtiyaçları ve anksiyete düzeyleri düşmektedir. Buradan yaşın kişilerin sosyal medya kullanım yoğunluklarında sosyal onay gereksiniminde ve kaygı düzeyleri üzerinde etkili olduğu sonucu çıkarılabilir. Bu bulguya göre bireyin yaşının artması sosyal medya kullanımını ve sosyal açıdan diğerlerinden onay bekleme ihtiyacını azaltmaktadır yorumu yapılabilir. Şahin ve arkadaşları⁷⁹ da yaş ile sosyal medya kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu belirtmektedirler. Araştırma sonuçlarını destekleyen başka bir çalışmada Değirmenci⁸⁰ yaş değişkeni ile sosyal onay ihtiyacı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu bulgulamıştır.

Araştırmanın sonucunda Beck anksiyete ile sosyal medya kullanımı arasında da pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı orta şiddette bir ilişki tespit edilmiştir. Yani anksiyete düzeyi artarken sosyal medya kullanımı artmaktadır. Bu da bireylerin kaygı duydukları zamanlarda sosyal medyada zaman geçirdiklerini açıklayabilir. Primack ve arkadaşları⁸¹ da aynı şekilde sosyal medya kullanımı ile anksiyete belirtileri arasında doğrusal bir ilişki olduğunu belirtmektedirler. Vannucci⁸² ise çalışmasında sosyal medya kullanımının ve kaygı düzeyini arttırdığını bulgulamıştır.

Araştırmanın sonunda sosyal medya kullanımı ile sosyal geri çekilme ve olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmüştür. Aydoğmuş ve Meva tarafından problemlili internet kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmanın sonuçları bu sonuçlarla örtüşmektedir.⁸³ Araştırmada problemlili internet kullanımı ile sosyal geri çekilme ve olumlu izlenim bırakma arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Gulmammadzada⁸⁴ ise sosyal medya kullanımı ile olumlu izlenim bırakma ve davranışları kontrol etme çabası arasında bir ilişki olduğunu belirtmektedir.

⁷⁹ Şahin, a.g.e., 34-45.

⁸⁰ Esra Değirmenci, Çekirdek Veya Geniş Ailede Yetişen Bireylerde Sosyal Onay İhtiyacı İle Benliğin Ayrışması Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2019, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

⁸¹ Brian Primack, A., et al. "Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults." **Computers in human behavior** 69, 2017, 1-9.

⁸² Vannucci, a.g.e.163-166.

⁸³ Emine Nur Aydoğmuş ve Meva Demir, "Problemlili İnternet Kullanımı Ve Sosyal Onay İhtiyacı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, 2017.

⁸⁴ Ulkar Gulmammadzada, "Sosyal medyada gözlemci etkisi ile benlik sunumu arasındaki ilişki.", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

Araştırmada ayrıca sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyaçı arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Toplumun istek ve beklentileri önemli olarak algılandığı için bireyler de toplumu oluşturan diğer bireylerin düşüncelerini göz önünde bulundurur. Birey için toplumla uyum içinde yaşamak ön planda olduğu için başkaları tarafından onaylanmak ve kabul görmek ister ve bu ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığı ile karşılamaya çalıştıkları söylenebilir. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların sonraki araştırmalara veri sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın ilgili literatüre katkı sunması açaşından önemli olduğu düşünülmektedir.

Öneriler

1. Araştırma bulguları göstermektedir ki sosyal medya kullanımı bireylerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca sosyal medya kullanımının yoğunluğu kaygı düzeyini artırmaktadır. Bu noktada kaygıyı önlemek için sosyal medya kullanımıyla ilgili bilinçli farkındalığa sahip olacak çalışmalar yapılabilir.
2. Araştırma bulguları sosyal onay ihtiyaçı ölçeği puanlarında yeteri kadar arkadaşlarının olmaması lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur. Bu nedenle yeteri kadar arkadaşı olmayanların sosyal onay ihtiyaçı düzeylerinin yeteri kadar arkadaşı olanların düzeyinden anlamlı şekilde yüksek olması derinlemesine incelenebilir.
3. Sonraki araştırmacılar tarafından toplumda sosyal medya kullanımının nedenlerini tespit etmeye dönük geniş bir evrende ve örnekleme araştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKAR Erkan, Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2010.

AKYOL Canan, ÜNAL Erhan, AYDIN Fatih, DEBBAĞ Gökçe, ÖZTÜRK Suat, KARADEMİR Tuğra ve KEMERİZ Zeynep, Sosyal Ağlar, Ankara, Pelikan Yayıncılık,2012.

ARAL Neriman, Fiziksel istismar ve çocuk, Tek Işık Veb Ofset Yayıncılık, Ankara, 1997.

ASSOCIATION American Psychiatric, Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5), Washington, American Psychiatric Publishing, 2013.

BURGER Jerry, Kişilik: Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri, (Çev.İnan Deniz Erguvan Sarioğlu), Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2006.

BUSTOS Alicia, MALOLOS Natividad, RAMÍREZ Angelina ve RAMOS Exaltacion, Introduction to psychology, Vol:3, Quezon City, Katha Pub,1999.

BUTLER Gillian, Overcoming Social Anxiety and Shyness. A self-help guide using Cognitive Behavioral Techniques, New York, Basic Books, 2008.

COREY Gerald, Psikolojik danışma, psikoterapi kuram ve uygulamaları, (Çev. Tuncay Ergene) Mentis Yayıncılık, Ankara, 2008.

CÜCELOĞLU Doğan, İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2006.

ELLİS Albert and HARPER Robert, Akılcı yaşam kılavuzu (Çev. Semra Kunt Akbaş), Ekski Kitaplar Yayıncılık, Ankara, 2010.

EROL Zehra, Mükemmeliyetçi Kişilik. Mükemmeliyetçi misiniz Gerçekçi mi?, Timaş Yayınları, İstanbul, 2011.

FREUD Sigmund, Yaşamım ve psikanaliz (Çev.Kamuran Şipal), Cilt:7, Say Yayınları, İstanbul, 2001.

HANÇERLİOĞLU Orhan, Ruh Bilim Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul,1988.

IŞIK Erdal, Çocuk, Ergen ve Erişkinlerde Anksiyete Bozuklukları, Asimetrik Paralel Yayıncılık, İstanbul, 2006.

KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, Günümüzde İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Evrim Yayınevi, İstanbul, 2010.

KAHRAMAN Murat, Sosyal medya 101, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2010.

KARASAR Niyazi, Bilimsel araştırma yöntemi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.

KÖKNEL Özcan, Kaygıdan Mutluluğa Kişilik, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1982.

KÖKNEL Özcan, Zorlanan İnsan, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1988.
MARAR Ziyad, Mutluluk paradoksu-özgürlük ve onaylanma (Çev. Serpil Çağlayan), Kitap Yayınevi, İstanbul, 2004.

ÖĞÜLMÜŞ Selahattin, Eğitimde güdülenme: öğrencilerin öğrenmeye güdülenmesi, Ders Notları, Ankara, 2004.

ÖZ Fatma, Sağlık Alanında Temel Kavramlar, Cilt:2 Mattek Matbaacılık, Ankara, 2010.

SCHULTZ Duane and SCHULTZ Sydney Ellen, Theories of Personality, Belmont, CA:Thompson Wadsworth, 2005.

TEZCAN Ahmet Ertan, Erişkin Psikopatolojisi Ve Klinik Psikofarmakoloji: Anksiyete Bozuklukları ders notları, İstanbul, 2019.

YOUNG Jeffrey, KLOSKO Janet and WEISHAAR Marjorie, Schema Therapy: A Practitioner's Guide. New York, Guilford, 2003.

ZARRELLA Dan, The Social Media Marketing Book, O'Reilly Media Inc, California, 2010.

DERGİLER VE MAKALELER

ALİSİNANOĞLU Fatma ve ULUTAŞ İlkay, Çocuklarda Kaygı ve Bunu Etkileyen Etmenler, Milli Eğitim Dergisi, 145, 2000, s. 15-19.

ARABACI Leyla Baysan, BAŞOĞUL Ceyda ve Büyükbayram Ayşe, "Adli psikiyatri hastalarının içselleştirilmiş damgalanma ve sosyal işlevsellik düzeyleri." *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2015, 16.3.

AYAN Altan ve ÜNSAR Agâh Sinan, "Olumsuz değerlendirilmekten korkma düzeylerinin belirlenmesi: bir devlet üniversitesi öğrencileri üzerine araştırma." *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2015, 4.5, 263-277.

AYDIN İrem Erdem, "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2016, 35, 373-386.

AYDOĞMUŞ Emine Nur ve DEMİR Meva, "Problemler İnternet Kullanımı Ve Sosyal Onay İhtiyacı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, 2017.

CHİBA Takahiro, HAN Ke, İKETANİ Shingoh and ONO Akinori, A comprehensive model of anxiety in gift giving, *International Review Of Business Research Papers*, 5(4), 2009, 322-334.

ÇAĞIR Gülden ve GÜRGAN Uğur. "Lise Ve Üniversite Öğrencilerinin Problemler İnternet Kullanım Düzeyleri İle Algılanan İyilik Halleri Ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki." *Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute*, 2010, 13.24 .

DJERNES Jens Kronborg, "Prevalence and predictors of depression in populations of elderly: a review." *Acta psychiatrica scandinavica*, 2006, 372-387.

GÖKLER Mehmet Enes, AYDIN Reşat, ÜNAL Egemen ve METİNTAŞ Selma, Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün Geçerlilik ve Güvenirliliğinin Değerlendirilmesi, Anadolu Psikiyatri Dergisi, 2016, 17(1), 52-59 s.54.

GREVE Bent, Happiness, Routledge London And New York: Taylor & Francis Group, 2012, s.18.

HATİPOĞLU Burak, Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri, 2009, (1), CİO Club, 71-74, s.72.

HEWITT Paul and FLETT Gordon, Perfectionism in the self and social contexts: conceptualization, assessment, and association with psychopathology. Journal Of Personality And Social Psychology, 60, 1991, 456-470.

İNCE Mustafa ve KOÇAK Mevlut Can, "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği", Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7.2, 2017, 736-749.

KAPLAN Andreas and HAENLEİN Michael, Users of the world, unite The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 2010, 53(1), 59-68.

KARAGÖZOĞLU Şerife, ÖZDEN Dilek ve YILDIZ Fatma Tok, Entegre Program Hemşirelik Öğrencilerinin Klinik Stres Düzeyi ve Etkileyen Faktörler, Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 2013, s. 90-95.

KARAOĞLU Nazan, COŞKUN Özlem ve Budakoğlu Işıl İrem, "Meram Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Özanelayışlarına Karşın Yalnızlık, Umutsuzluk Ve Anksiyete Düzeyleri." Tıp Eğitimi Dünyası 16.48: 49-61.

KARAŞAR Burcu ve Öğülmüş Selahiddin, "Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi." Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 29.2 (2016): 469-495.

KUŞAY Yeliz, Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, İkinci Medya Çağında İnternet, Alfa Yayınları, 2010, s.23.

MİŞÇİ Sema, Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı, İstanbul, 2006.

OWEN Robert Michael, The relationship between social anxiety and need for approval. Diss. Pacific Graduate School of Psychology, 1987.

ÖĞÜLMÜŞ Selahiddin ve KARAŞAR Burcu, Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Analizi, Ege Eğitim Dergisi 2016, (17) 1, s.84-104.

ÖREN Nihal ve GENÇDOĞAN Başaran, "Lise Öğrencilerinin Depresyon Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi", Kastamonu Eğitim Dergisi,2007, 15.1, 83-92.

ÖZBAYIR Türkan, YAVUZ Meryem, TAŞDEMİR Nurten, DİRİMEŞE Elif, OKGÜN Aliye ve SEKİ Züleyha, Cerrahi Hastalıkları Hemşireliği İntörn Öğrencilerinin Klinik Uygulamaya İlişkin Değerlendirmeleri ve Akademik Başarı Durumları, Ege Üniversitesi, Hemşirelik Y.O. Dergisi, 2011, s.1-9.

ÖZCAN Halil, SUBAŞI Burak, BUDAK Beyhan, ÇELİK Mustafa, GÜREL Şeref Can, YILDIZ Mesut "Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi." Journal of Mood Disorders 2013, 107-13.

ÖZYÜREK Arzu ve DEMİRAY Kemal, Yurtta Ve Ailesi Yanında Kalan Ortaöğretim Öğrencilerinin Kaygı Düzeylerinin Karşılaştırılması, Doğu Üniversitesi Dergisi, 11(2), 2012, s.23.

PARLAZ Evrim Akcan, ÖNGEL Kurtuluş ve TEKGÜL Nurdan, "Ergenlik dönemi: fiziksel büyüme, psikolojik ve sosyal gelişim süreci." Turkish Family Physician 3.2, 2012, 10-16.

PRİMACK Brian, A., et al. "Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults." Computers in human behavior 69, 2017, 1-9.

SÖNER Osman ve YILMAZ Olcay, "Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki." Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2018, 7.13,59-74.

Şahin, Ahmet, Cevahir Kaynakçı ve Yeşim Aytop. "Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Belirlenmesi", Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 2016, 13 (02), 34-45.

TANGÖR Başak Beydoğan ve CURUN Ferzan, "Psikolojik iyi oluşun yordayıcıları olarak bireysel farklılıklar: özgünlük, benlik saygısı ve sürekli kaygı." Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 5(4), 2016, 1-13.

TASLAK Soner ve IŞIKAY Çağdaş, Hemşirelik Bölümü Öğrencilerinin Eğitim Algıları ile Kaygı ve Umutsuzluk Düzeylerine Yönelik Bir Araştırma: Sağlık Yüksekokulu Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 2015, 6(3), s.108-115.

TERZİOĞLU Ertuğrul Ahmet, KOÇ Yakup ve YAZICI Mehmet, Halk Oyunları Oynayanların Durumluk Ve Sürekli Kaygı Düzeyleri, Erzincan Yöresi Örneği, EÜSBED 2013,6(2), s.361-70.

TRUSOV Michael, BUCKLİN Randolph and PAUWELS Koen, Effects of word-of-mouth versus traditional marketing: Findings from an Internet social networking site, Journal of Marketing, 2009, 73(5), s.90-120.

ULUSOY Mustafa, ŞAHİN Nesrin and ERKMEN Hüsnü, Turkish version of the Beck Anxiety Inventory: Psychometric Properties, Cognitive Psychotherapy, An International Quarterly, 1998, 12, 163-172.

VANNUCCI, Anna, FLANNERY Kaitlin M., and MCCAULEY Christine Ohannessian, "Social media use and anxiety in emerging adults." Journal of affective disorders 207, 2017, 163-166.

VURAL Beril Akıncı ve BAT Mikail, Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya:Ege Üniversitesi İletişim fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar university, 2010, s.33-49.

WEYANT Lee and GARDNER Caroline, Wikis and Podcasts: An Application in Undergraduate Management Education, Academy of Educational Leadership of Journal, 2011, (15), s.131-141.

TEZLER

ALACACI Ezgi Torun, Kavramsal Tasarım Sürecinde Pinterest'te Görsel Veri Taramanın Yaratıcı Düşünceye Etkisi: Deneyimli Ve Deneyimsiz Tasarımcılar Üzerine Bir İnceleme, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

AKSU Simge, Lüks Markaların Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Üzerine Bir İnceleme, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2013, s.64 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ASLAN Tülay, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü 2020, s.52 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

BODY Danah Michael, American Teen Sociality in Networked Publics, Berkeley University, California, 2008, s.92 **(Doktora Tezi)**.

ÇAYIRLI Ezgi, Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi, Işık Üniversitesi, 2017 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

DEĞİRMENCİ Esra, Çekirdek Veya Geniş Ailede Yetişen Bireylerde Sosyal Onay İhtiyacı İle Benliğin Ayrışması Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ERZURUM Abdurrahman, Sosyal Medya ve Kutuplaşma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2016 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

FIRAT Büşra, Ayrılma Anksiyetesi Belirtisi Gösteren Çocuklarda Kaygı Ve Depresyon Düzeyinin İncelenmesi, Beykent Üniversitesi, İstanbul, 2015 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

GULMAMMADZADA Ulkar, "Sosyal medyada gözlemci etkisi ile benlik sunumu arasındaki ilişki.", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

GÜNAYDIN Hatice Deniz, Psikolojik Danışmanların ve Danışman Adaylarının Erken Dönem Uyum Bozucu Şemalarının Durumluk ve Sürekli Kaygı Düzeylerine Etkisinin İncelenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya, 2016 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

KARAŞAR Burcu, Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

KIRCABURUN Kağan, Üniversite öğrencilerinde Instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevme arasındaki ilişkinin incelenmesi, Sakarya Üniversitesi, 2017 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

SÖNMEZ Bilge, Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2013 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

SÜZGÜN Semra, Türkiye'deki Kurumsal Marka İmajlarının Sosyal Ağlar Üzerinden Yönetimi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

YÜRÜMEZOĞLU Havva Arslan, Yataklı Tedavi Kurumlarında Çalışan Hemşirelerin İş Doyumları ve Hastaların Hemşirelik Hizmetinden Memnuniyeti, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2007 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

İNTERNET

FACEBOOK, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, (Erişim Tarihi: 26.03.2020).

MASLOW Abraham, <http://www.kpsskonu.com/egitim-bilimleri/rehberlik/ihtiyaclar-hiyerarstisi/>(Erişim Tarihi: 28.03.2020).

MYSFACE, [Http://Tr.Wikipedia.Org/Wiki/Myspace](http://Tr.Wikipedia.Org/Wiki/Myspace), (Erişim Tarihi: 26.03.2020).

EKLER LİSTESİ

EK-A: Kişisel Bilgi Formu

Sayın katılımcılar;

Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişkiye yönelik yürütülen bu çalışmada sizden istenilen, bölümlerin başında bulunan yönergeleri dikkatle okuyarak soruları yanıtlamanızdır. Sorulara vereceğiniz tüm yanıtlar gizli tutulacaktır. Bu ölçeğe vereceğiniz yanıtlar, çalışmanın amacına ulaşması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle tüm soruları cevaplandığınızdan emin olun. Bu çalışma için ayıracağınız zaman ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

1. Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()

2. Yaşınız:

3. Eğitim durumunuz nedir?

İlkokul mezunu () Ortaokul mezunu () Lise mezunu () Üniversite mezunu ()

Yüksek lisans ve üzeri ()

4. Toplam gelirinizi düşündüğünüzde aşağıdaki gelir grubundan hangisi size uygundur?

Düşük () Ortanın altı () Orta () Ortanın üstü () Yüksek ()

5. Yeteri kadar arkadaşına sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz? Evet () Hayır ()

6. Bilinen psikolojik bir rahatsızlığınız var mı? Evet ise..... Hayır ()

EK-B: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

①Bana Hiç Uygun Değil ②Bana Uygun Değil ③Kararsızım

④Bana Uygun ⑤Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤

13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

EK-C: Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği

Aşağıda yer alan maddeler sizlerin çeşitli sosyal durumlardaki tutumlarınıza yöneliktir. Aşağıda yer alan maddeleri dikkatlice okuyup, kendinize en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz.

		Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Başkaları tarafından onaylanmadığımda kendimi değersiz hissedirim.	5	4	3	2	1
2	Sosyal ortamlarda hata yapmaktan korkarım.	5	4	3	2	1
3	Bir kişi benimle ilgili olumsuz bir tutuma sahipse, o kişinin tutumunu olumlu hale getirmek için çabalarım.	5	4	3	2	1
4	Başkalarına danışmadan bir işe başlamakta zorlanırım.	5	4	3	2	1
5	Davranışlarımın başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğiyle ilgili kaygılanırım.	5	4	3	2	1
6	Başkaları beni olumsuz değerlendirdiğinde incinirim.	5	4	3	2	1
7	Başkaları üzerinde nasıl bir izlenim oluşturduğum benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
8	Eleştiri almaktan kaçınırım.	5	4	3	2	1
9	Davranışlarımın, başkaları tarafından onaylanması benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
10	Doğru olmadığına inansam bile, çoğunluğun kabul ettiği görüşlere itiraz etmekten kaçınırım.	5	4	3	2	1

11	Başkalarının davranışlarından çabuk etkilenirim.	5	4	3	2	1
12	Düşüncelerimin, başkaları tarafından onaylanması benim için önemlidir.	5	4	3	2	1
13	Başkaları tarafından sevilmediğim düşüncesini beni rahatsız eder.	5	4	3	2	1
14	Reddedilmeyi utanç verici bulurum.	5	4	3	2	1
15	Olumsuz yönlerimi gizlemeyi tercih ederim.	5	4	3	2	1
16	Olumlu yönlerimi ön plana çıkartmaya çalışırım.	5	4	3	2	1
17	Olumsuz duygularımı onaylanmayacağım korkusuyla saklarım.	5	4	3	2	1
18	Başkalarının onaylamayacağı şeylerden kaçınırım.	5	4	3	2	1
19	Beğenilmek ve takdir edilmek için çaba harcarım.	5	4	3	2	1
20	Eğer bir espriye başkaları gülüyorsa, kişisel olarak komik bulmasam bile ben de gülümserim.	5	4	3	2	1
21	Aldığım kararlarda başkalarının beklentileri etkili olur.	5	4	3	2	1
22	Başkaları tarafından onaylanmayan hareketlerimi düzeltmeye çalışırım.	5	4	3	2	1
23	Başkalarının beni olumsuz bir şekilde değerlendirmemesi için davranışlarıma dikkat ederim.	5	4	3	2	1
24	Onaylanıp onaylamadığımı anlamak için insanların yüz ifadelerine dikkat ederim.	5	4	3	2	1
25	Başkalarının ne diyeceğini düşünerek kendi isteklerimden vazgeçerim.	5	4	3	2	1

EK-D: Beck Anksiyete Ölçeği

Aşağıda insanların kaygılı ya da endişeli oldukları zamanlarda yaşadıkları bazı belirtiler verilmiştir. Lütfen her maddeyi dikkatle okuyunuz. Daha sonra, her maddedeki belirtinin bugün dahil son bir haftadır sizi ne kadar rahatsız ettiğini yandakine uygun yere (x) işareti koyarak belirleyiniz.

	Hiç	Hafif düzeyde	Orta düzeyde	Ciddi düzeyde
1. Bedeninizin herhangi bir yerinde uyuşma veya karıncalanma				
2. Sıcak/ ateş basmaları				
3. Bacaklarda halsizlik, titreme				
4. Gevşeyememe				
5. Çok kötü şeyler olacak Korkusu				
6. Baş dönmesi veya sersemlik				
7. Kalp çarpıntısı				
8. Dengeyi kaybetme duygusu				
9. Dehşete kapılma				
10. Sinirlilik				
11. Boğuluyormuş gibi olma duygusu				
12. Ellerde titreme				
13. Titreklilik				
14. Kontrolü kaybetme korkusu				
15. Nefes almada güçlük				
16. Ölüm korkusu				
17. Korkuya kapılma				
18. Midede hazımsızlık ya da rahatsızlık hissi				
19. Baygınlık				
20. Yüzün kızarması				
21. Terleme (sıcaklığa bağlı olmayan)				



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ : 27.03.2020
TOPLANTI SAYISI : 2020-09

KARAR NO: 2020-09-25: Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 180624002 numaralı öğrencisi Merve ÇALIŞ'ın "Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 10.01.2020 tarih ve 2020-01 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Nuri KERUOĞLU
Rektör Yardımcısı