

T.C.

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM FAKÜLTESİ

Psikoloji Anabilim Dalı

Klinik Psikoloji Bilim Dalı

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ VE NOMOFOBİNİN BEDEN İMAJI
VE BENLİK SAYGISI İLE İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ahmet Gökay ÇELİK

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hanife Yılmaz ÇENGEL

İSTANBUL, 2022

TEZ TANITIM FORMU

YAZAR ADI SOYADI : Ahmet Gökay ÇELİK

TEZİN DİLİ : Türkçe

TEZİN ADI : Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı Ve Beden İmajı ile İlişkinin İncelenmesi

ENSTİTÜ : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ANABİLİM DALI : Psikoloji

TEZİN TÜRÜ : Yüksek Lisans

TEZİN TARİHİ : 01.07.2022

SAYFA SAYISI : 110

TEZ DANIŞMANI : Dr. Öğr. Üyesi Hanife YILMAZ ÇENGEL

DİZİN TERİMLERİ : Sosyal Medya Kullanımı, Nomofobi, Benlik Saygısı, Beden İmajı

TÜRKÇE ÖZET : Araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin incelenmesidir.

DAĞITIM LİSTESİ

1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezi

Ahmet Gökay ÇELİK

T.C.

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM FAKÜLTESİ

Psikoloji Anabilim Dalı

Klinik Psikoloji Bilim Dalı

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ VE NOMOFOBİNİN BEDEN İMAJI
VE BENLİK SAYGISI İLE İLİŞKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Ahmet Gökay ÇELİK

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hanife Yılmaz ÇENGEL

İSTANBUL, 2022

BEYAN

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

Ahmet Gökay ÇELİK

.../.../2022



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ahmet Gökay Çelik'in Üniversite Öğrencilerinde "Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı İle İlişkisi" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji anabilim dalı, Klinik Psikoloji bilim dalında YÜKSEKLİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Esra SAVAŞ

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Hanife YILMAZ ÇENGEL

(Danışman)

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

ONAY

Yukarıdaki imzaların adı geçen üyelere ait olduğunu onaylarım.

..../..../2022

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Araştırmanın amacı sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin incelenmesidir. Yapılan araştırmanın örneklemini 269 kişi oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı kişilerin sosyal medya kullanımının yoğun olduğu yaş grubu olan üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırma katılımcılarına Sosyodemografik Bilgi Form, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği, Nomofobi Ölçeği, Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği (Kısa Form), Bedeni Beğenme Ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen veriler Spss 22 programı ile analiz edilip yorumlanmıştır. Sosyal medya kullanımı, nomofobi, benlik saygısı ve beden imajı değişkenleri Pearson Korelasyon Analizi ve Regresyon Analizi yapılmıştır. Sosyodemografik Formda yer alan veriler ise T Testi ve Tek Yönlü Varyans (Anova) yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda nomofobi ve sosyal medya kullanımının ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma bulgularına göre sosyal medya kullanımı ile benlik saygısında anlamlı ilişki bulunmuştur. Benzer bir bulgu da nomofobi ve benlik saygısı arasında mevcut olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmüştür. Sosyodemografik bilgi formuna göre nomofobinin cinsiyet, bedensel engel, psikiyatrik rahatsızlık, en sık kullanılan sosyal medya platformu, takipçi veya arkadaş sayısı arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının ise psikiyatrik rahatsızlık, en sık kullanılan sosyal medya platformu ve takipçi sayısı açısından anlamlı farklılık bulunmuştur. Benlik saygısı değişkeninin kardeş sayısı, bedensel engel, psikiyatrik rahatsızlık, vücut kitle indeksi, en sık kullanılan sosyal medya platformu ve takipçi sayısı bakımından anlamlı farklılıkların olduğu ortaya konulmuştur. Son değişken olan beden imajı ile vücut kitle indeksi arasında anlamlı farklılık görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya kullanımı, nomofobi, benlik saygısı, beden imajı

SUMMARY

The aim of this study is to examine the effect of social media usage and nomophobia on self-esteem and body image. The sample of the study consists of 269 people. The study consists of university students, who are in the age group where social media usage is intense. To the research participants; Sociodemographic Information Form, Social Media Usage Scale, Nomophobia Scale, Self Esteem Rating Scale (Short Form), Body Appreciation Scale were applied. The obtained data were analyzed and interpreted with Spss 22 program. Social media usage, nomophobia, self-esteem and body image variables were made with 'Pearson Correlation Analysis and Regression Analysis'. T Test and One Way Variance (Anova) were used for the data in the Sociodemographic Form. As a result of the research, it has been seen that nomophobia and social media use are related. According to the research findings, a significant relationship was found between the use of social media and self-esteem. A similar finding was also found between nomophobia and self-esteem. It was observed that there was no significant relationship between the use of social media and the body image of nomophobia. According to the sociodemographic information form, significant differences were found between nomophobia and gender, physical disability, psychiatric illness, the most frequently used social media platform, the number of followers or friends. Also, it was found that use of social media is associated with a significant difference in terms of psychiatric illness, the most frequently used social media platform, and the number of followers. It has been revealed that there are significant differences in the self-esteem variable in terms of the number of siblings, physical disability, psychiatric illness, body mass index, the most frequently used social media platform, and the number of followers. Significant difference was observed between the body image that last variable, and body mass index.

Keywords: Social media usage, nomophobia, self esteem, body image.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
EKLER LİSTESİ.....	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ESASLARI

1.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi.....	3
1.2. Araştırmanın Problemi.....	3
1.3. Araştırmanın Hipotezleri.....	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar..	6
2.1.1. Sosyal medya kavramı ve tarihçesi.....	6

2.1.2. Sosyal medya araçları.....	7
2.1.3. Sosyal medyanın yapı taşları.....	8
2.1.4.Sosyal medya bağımlılığı.....	9
2.2. Nomofobiye İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar.....	11
2.2.1. Nomofobi.....	11
2.3. Benlik Saygısına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar.....	14
2.3.1. Benlik saygısı.....	14
2.3.2. Düşük benlik saygısı.....	16
2.3.3. Yüksek benlik saygısı.....	17
2.4. Beden İmajına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar	17
2.4.1. Beden imajı.....	17

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....	21
3.2. Çalışma Grubu.....	21
3.3. Veri Toplama Araçları.....	22
3.3.1. Sosyodemografik bilgi formu.....	22
3.3.2. Nomofobi ölçeği.....	22
3.3.3. Sosyal medya kullanım ölçeği.....	23
3.3.4. Benlik saygısı değerlendirme ölçeği kısa formu.....	23
3.3.5. Bedeni beğenme ölçeği.....	24

3.4. Verilerin Toplanması.....	24
3.5. Verilerin Analizi.....	24

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılımları.....	25
4.2. Araştırma Değişkenlerinin Normallik ve Tanımlayıcı Analizleri.....	27
4.3. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere Ait Güvenirlilik Sonuçları.....	28
4.4. Korelasyon ve Regresyon Çözümleme Sonuçları.....	29
4.5. Gruplar Arası Karşılaştırma Analizler.....	38

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkinin Açıklanması.....	61
5.2. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı Ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi.....	64
5.2.1. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkinin cinsiyet değişkenine göre değerlendirilmesi.....	64
5.2.2. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin bedensel engel durumu değişkenine göre değerlendirilmesi.....	64

5.2.3. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin tanı almış psikiyatrik rahatsızlık durumuna göre değerlendirilmesi.....	64
5.2.4. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin kardeş sayısı değişkenine göre değerlendirilmesi.....	65
5.2.5. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin vücut kitle indeksi değişkenine göre değerlendirilmesi.....	65
5.2.6. Öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin en çok kullanılan sosyal medya araçları değişkenine göre değerlendirilmesi.....	66
5.2.7. Öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin sahip olunan takipçi sayısına değişkenine göre değerlendirilmesi.....	67
SONUÇ VE ÖNERİLER	72
KAYNAKÇA.....	75
EKLER.....	86

KISALTMALAR

SPSS :Statistical Package for the Social Sciences

VKI :Vücut Kitle İndeksi

BSDÖ-KF :Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği Kısa Form

SERS :Self Esteem Rating Scale

BBÖ :Bedeni Beğenme Ölçeği



TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Örneklem Grubunun Demografik Bilgilerine Dair Dağılımları	25
Tablo 2. Örneklem Grubunun Yaşlarına Dair Bilgiler	27
Tablo 3. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Arasındaki İlişkiye Yönelik Tanımlayıcı İstatistik ve Normallik Kontrolü	27
Tablo 4. Ölçme Araçlarının Güvenirlik Değerleri ve Madde Sayıları	29
Tablo 5. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutlarının Korelasyon Analizi	29
Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Beden İmajı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	35
Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Benlik Saygısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	36
Tablo 8. Katılımcıların Nomofobi ve Alt Boyutları İle Beden İmajı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	37
Tablo 9. Katılımcıların Nomofobi ve Alt Boyutları İle Benlik Saygısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	37
Tablo 10. Kadın ve Erkek Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi	39

Tablo 11. Bedensel Engel Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi	40
Tablo 12. Kronik Hastalık Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi	42
Tablo 13. Tanı Almış Psikiyatrik Rahatsızlık Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi	43
Tablo 14. Kardeş Sayısına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi	45
Tablo 15. Vücut Kitle İndeksine (VKİ) Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi	48
Tablo 16. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Araçlarına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi	51
Tablo 17. Sahip Olunan Takipçi Sayısına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi	55

EKLER LİSTESİ

Ek – A: Sosyodemografik Bilgi Formu

Ek – B: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Ek –C: Nomofobi Ölçeği

Ek—D: Benlik Saygısı Ölçeği

Ek—E: Bedeni Beğenme Ölçeği



ÖNSÖZ

Çalışmanın yürütülmesinde desteğini, yardımını esirgemeyen danışman hocam Dr.Öğr. Üyesi Hanife YILMAZ ÇENGEL' e ve tüm emekleri için başta babam Halil İbrahim ÇELİK olmak üzere aileme teşekkür ederim.



GİRİŞ

Sosyal medya Boyd ve Ellison'a (2007) göre bireylerin diğer kişilere ya da sınırlandırılmış kadar kişiye profil oluşturma ve diğer kullanıcılar ile etkileşim içinde olduğu web tabanlı platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanım ise kişileri internet üzerinden farklı kişiler ile sanal olarak buluşturan web tabanlı hizmetlerdir (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, ve Çomu, 2009). Sosyal medya içerik bakımından sosyal paylaşım siteleri, online sohbet siteleri, forumlar, bloglar, podcast ve bir çok bölümün yer aldığı sanal bir ortamdır (Ünlü Dalyalı, 2018). Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2016 yılında yapılan "Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı" araştırmasında internet ve bilgisayar kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubunun 16-24 yaş aralığında bulunan gençler olduğu görülmektedir. Araştırmada yer alan internet kullanım amaçları verisinde ilk sırada %82,4 ile sosyal medya ile alakalı kullanım amaçları yer almaktadır (TÜİK, 2016). Sosyal medya platformlarının bu denli yoğun kullanımındaki amaç araştırmacılar tarafından incelenmiş ve araştırmada eğlence, iletişim, gündemi takip etmek, boş zamanı değerlendirmek gibi faaliyetlerin başı çektiği görülmüştür. Aynı araştırmada sosyal medya platformlarında geçirilen süre ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş, bulgulara sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça bağımlılığın da arttığı ortaya çıkmıştır (Çömlekçi & Başol, 2019).

Yine TÜİK (2016) araştırmasında dikkat çeken bir başka bulgu ise hanelerde %96,9'unda bulunan cep telefonu oranıdır. Cep telefonu bulunma oranının araştırılan değişkenlerinden biri olan nomofobi açısından değerli bir veridir. Nomofobi olarak adlandırılan bu terim "no mobile phone" ve "phobia" kelimesinden oluşmaktadır. Nomofobi telefona erişememe, kullanamamaya ve sağladığı olanaklardan faydalanamama ile beraber kişide rahatsız ve kaygılı hissetmeye sebep olan bir fobidir (King ve ark. 2013, Yıldırım & Correia, 2015). Nomofobi araştırmanın bir başka değişkeni olan sosyal medya kullanımı ile beraber incelenmesi araştırmayı daha kapsamlı hale getirmektedir.

Benlik saygısı kişinin kendisine dair olumlu veyahut olumsuz değerlendirmelerini, kendine dair tatminini belirten öznel bir cevaptır. Benlik saygısı değişime kapalı olmayıp şartlara durumlara veya başka değişkenlere göre farklılık

gösterebilir (Sivribaşkara, 2003). Bu değişkenlerden biri de araştırmada bulunan sosyal medya kullanımı olabilir mi? Park ve Baek (2017) sosyal karşılaştırmanın sosyal medya aracılığıyla kişinin psikolojik iyi olma hali üzerinde etkili olduğunu söylemektedirler. Eğer kişiler yetenek temelli bir sosyal karşılaştırma yapıyorlarsa, bu durumda daha çok depresyon ve imrenme duyguları yaşamakta ve sonucunda psikolojik iyilik halleri düzeyleri düşmektedir. Söz konusu problemin sosyal medya uygulamalarının kullanımı esnasında kullanıcıların diğer kullanıcılar tarafından onaylanma, kabul görme, beğenilme gibi benlik saygısını pekiştiren durumlar olduğu gibi, siber zorbalık, tacizler, utandırmalar fiziksel özellikleri veya görünüşü sebebiyle olumsuz yorumlar, gibi durumlara maruz kalmalarıdır (Babacan, 2014). Kişilerin fiziksel özellikleri veya görünüşleri hasebiyle yapılan olumsuz yorumlar bizi başka bir değişkeni çalışmaya dahil etmemize sebep oluyor.

Beden algısı kişilerin kendi bedenlerinin nasıl göründüklerini algılayışları biçiminde tanımlanır (Schilder, 2013; Grogan, 2021). Beden imajının benlik saygısıyla yakından ilişkili olduğu bilinmektedir (Sarwer, Wadden, Foster, 1998). Oktan ve Şahin (2010) kız ergenler ile yaptığı çalışmada ise beden imajı ve benlik saygısı arasındaki ilişki anlamlı bulunmuş beden imajı düşmesi ile beraber benlik saygısında düşüş, yükselmesi ile beraber benlik saygısında yükseliş görülmektedir. Oktan vd. (2010) aynı çalışmasında sosyal medyada sunulan zayıflık, güzellik gibi özelliklerin önemli kavramlar olduğuna dikkat çekmektedir. Toma ve Hancock (2010) kullanıcıların sosyal medyada fotoğraf paylaşırken seçici oldukları, fotoğraflarını fiziksel anlamda daha iyi göstermek için çeşitli düzenlemeler ile uğraştıkları belirlenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN GENEL ESASLARI

1. 1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, nomofobi, beden imajı ve benlik saygısı değişkenlerinin birbiri ile varsa ilişkisini araştırmak, bunun yanında yaş, cinsiyet, boy, kilo, en sık kullandığı sosyal medya platformu ve buradaki takipçi veyahut arkadaş sayısı ve diğer demografik verilerin birbiri ile ilişkisinin incelenmesidir. Dayanılan istatistik verilerine göre Türkiye’de günlük sosyal medya kullanım süresi 2 saat 48 dakikadır. Yaşa göre dağılımı gerçekleştirilen gruplar içerisinde sosyal medyayı en sık kullanan grubun üniversite öğrencileri olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu yaş grubunun sosyal medyayı sık kullandığını söyleyebiliriz (Kemp, 2018). Araştırma sonuçları dikkate alındığında sosyal medya kullanımı ile psikolojik bozukluklar arasında bir ilişki olduğu görülmüştür (O'keeffe, Clarke-Pearson, 2011). Benlik saygısı ile ilgili yapılan pek çok araştırmalar mevcut olsa dahi özellikle üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının beden imajı ve benlik saygısı ile birlikte araştırıldığı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Toplanan veriler Spss veri analizi kullanılarak analiz edilecek yapılan çalışma ile alandaki boşluk kapatılacak ve bilime katkı sağlanacaktır.

1. 2. Araştırmanın Problemi

Sosyal medya kullanımı pek çok değişkenle beraber araştırılmış ve pek çok veri elde edilmiştir. Bu araştırmalarda benlik saygısı ile alakalı olanlar, beden imajı ile alakalı olanlar da mevcuttur. Ancak Nomofobi kavramı ile beraber yapılmış bir çalışma bulunmadığı için araştırmanın temel problemi “ Sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı üzerine etkisi var mıdır? ” şeklinde belirlenmiştir.

Araştırmanın alt problemleri ise;

1. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkili midir?

2. Üniversite öğrencilerinde nomofobi benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkili midir?
3. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile nomofobi ilişkili midir?
4. Bu ilişki cinsiyetlere göre farklılık içeriyor mu?
5. Bu ilişki yaşa göre farklılık içeriyor mu?
6. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformuna göre farklılık içeriyor mu?
7. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformundaki takipçi veya arkadaş sayısına göre farklılık içeriyor mu?
8. Bu ilişkilerin yönü ve derecesi nedir?

1.3. Araştırmanın Hipotezleri

1. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı benlik saygısı ile ilişkilidir.
2. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı benlik saygısı ile ilişkili değildir.
3. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı beden imajı ile ilişkilidir.
4. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı beden imajı ile ilişkili değildir.
5. Üniversite öğrencilerinde nomofobi benlik saygısı ile ilişkilidir.
6. Üniversite öğrencilerinde nomofobi benlik saygısı ile ilişkili değildir.
7. Üniversite öğrencilerinde nomofobi beden imajı ile ilişkilidir.
8. Üniversite öğrencilerinde nomofobi beden imajı ile ilişkili değildir.
9. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile nomofobi ilişkilidir.
10. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile nomofobi ilişkili değildir.
11. Bu ilişki cinsiyete göre anlamlı bir farklılık içerir.
12. Bu ilişki cinsiyete göre anlamlı bir farklılık içermez.
13. Bu ilişki yaşa göre anlamlı bir farklılık içerir.
14. Bu ilişki yaşa göre anlamlı bir farklılık içermez.
15. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformuna göre farklılık içerir.

16. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformuna göre farklılık içermez.
17. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformundaki takipçi veya arkadaş sayısına göre farklılık içerir.
18. Bu ilişki kişinin en çok kullandığı sosyal medya platformundaki takipçi veya arkadaş sayısına göre farklılık içermez.

1. 4. Araştırmanın Varsayımları

1. Katılımcıların verilen Sosyodemografik Bilgi Formunu, Vücut Algısı Ölçeğini, Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği (Kısa Form) Sosyal Medya Kullanım Ölçeğini objektif bir şekilde cevaplandıracağı varsayılmıştır.
2. Nomofobi Ölçeği nomofobi düzeyini ölçmede yeterlidir.
3. Bedeni Beğenme Ölçeği beden imajını ölçmede yeterlidir.
4. Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği (Kısa Form) benlik saygısını ölçmede yeterlidir.
5. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği sosyal medya kullanımını ölçmede yeterlidir.

1. 5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma İstanbul da ikamet eden İstanbul'un çeşitli üniversitelerinde öğrenim gören 250 öğrenci ile sınırlı olup bu çalışmada edinilen veriler elde edilmek için verilen ölçek, form ve envanterlerin ölçtüğü maddeler ile sınırlıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar

Bu bölümde çalışmanın değişkenleri olan sosyal medya kullanımı ile ilgili tanımlar, literatürde yer alan açıklamalar, kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalar yer almaktadır.

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihçesi

İlk dönem web olarak da tanımlanan Web 1.0 kişilerin aynı televizyon radyo gazete gibi pasif izleyici olduğu, etkileşimin ise bugüne nazaran çok daha sınırlı olduğu bir dijital ortam olarak addedilebilir. Bu dönemdeki sayfaların internet bağlantısı hızı epey yavaş olması, ilkel arama motorları ile istenen sonuçlara ulaşmada zorluk gibi sorunları mevcuttur. Web 1.0'da bir web sayfasının oluşturulması veyahut yönetilmesi hem pahalı hem uzmanlık gerektiren bir durumdur (Drury 2008). Web 1.0 sitelerinden birisi olan ve bugünkü sosyal medya platformlarının atası olarak sayabileceğimiz Sixdegrees.com 1997 yılında kurulmuştur. Bu tarihten önce de çeşitli uygulamalar yapılmış ancak bugün kullanıcısı olduğumuz ve revaçta olan sitelerin olmazsa olmaz özelliği olan profil oluşturma arkadaşlarını listeleme gibi özellikleri Sixdegrees.com hayatımıza sokmuştur (Boyd ve Ellison 2007).

İçerik erişimine izin veren lakin içerik üretmek konusunda yetersiz kalan siteler gelişime ihtiyaç duyulan bir alan yaratmıştır (Eraslan ve Çakıcı Eser 2015). Bu tarihten yaklaşık 7 yıl sonra 2004 yılında O' Reilly Media tarafından Web 2.0 adlı sistem yaratılmış, böylece Web 2.0 kullanıcıları artık içerik tüketen kullanıcı olmaktan çıkıp üretebilen de olma konumuna gelmiştir. Bu üretim içerik oluşturabilme, yorumlayabilme anlık iletişimde kalabilme, gibi beceriler ile beraber bugün kullandığımız sosyal medya platformlarına evrilmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Günümüz sosyal medya siteleri bireyleri, profillerden oluşan bir topluluğa dönüşmesine ve bu topluluğun sosyalleşmesine imkan tanıyan, profiller tarafından

oluşturulan içeriklere etkileşim ve dönüt imkanı verebilmesi ile insanların ve kitlelerin birbirini etkileyebildiği etkileşim ve iletişim platformlarıdır (Zafarmand 2010). Yine, sosyal medya bireylerin oluşturduğu profiller üzerinden kişisel bilgilerini paylaşması, hissedilen duygu ve anlık düşüncelerini aktarabildiği, gruplarda bulunma veyahut kurma gibi imkanların barındığı uygulamalardır. Kişiler arası iletişimin sürdürülebilir kalması ve yeni sosyal ilişkilerin yaratılmasına imkan veren yapısı ile çeşitli olanaklara sahiptir (Deniz ve Tutgun-Ünal 2019). Araştırmalarda bahsi geçen sosyal medya platformlarına ve sosyal medya araçlarına aşağıdaki başlıkta incelenmektedir.

2.1.2. Sosyal Medya Araçları

Günlük yaşantımızda yer edinen sosyal medya platformlarına her gün yeni doğan uygulamalar eklenmekte, bu uygulamaların bazıları başarılı olup pek çok kullanıcıya ulaşıyorken bazıları başarısız olup hayatlarına devam edememektedir. Sosyal medya işlevlerine göre 7 gruba ayrılmış olup bunlar Sosyal ağ siteleri, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, bloglar, mikrobloglar, sanal yaşam simülasyonları, sanal oyun simülasyonları ve wikiler olarak ayrılmaktadır (Kara 2013). Akar (2013) ise bu platformlarını çeşitli özelliklerine göre

- Bloglar
- Mikrobloglar (Twitter gibi)
- İnternet forumları (Google Grupları gibi)
- İnceleme ve değerlendirme siteleri (Yelp gibi)
- Sosyal haber ve sosyal işaretleme siteleri (Digg, StumpleUpon, Pinterest gibi)
- Sosyal ağ kurma siteleri (Facebook, LinkedIn, Google+ gibi)
- Medya paylaşım siteleri (YouTube, Flickr, Slideshare gibi)
- Sanal dünyalar (Second Life gibi)

Ayrılmış olup, bunlar dışında da wikiler ve podcasting gibi platformlar mevcut olup sayıları gün ve gün artmaktadır.

2.1.3. Sosyal Medyanın Yapı Taşları

Sosyal medya platformlarında bulunan 7 adet yapı taşı mevcuttur. Bu yapı taşları platformların her birinde tamamı ile bulunma zarureti yoktur. Kullanılan platformlarda bu yapıtaşlarından bazıları diğerine nazaran daha etkili olabilmektedir. Bu yapı taşları sırası ile; “kimlik, sohbet, paylaşım, konum, ilişkiler, itibar ve gruplar” şeklindedir (Kietzmann, Hermnkens, McCarthy & Silvestre, 2011).

Kişilerin kendilerini tanıtmaya ve tanımlayacağı bilgilerin bulunduğu alan olan “Kimlik” ilk yapı taşıdır. Bu yapı taşında platformlar kişiden cinsiyet, yaş, mesleki bilgiler, doğduğu ve yaşadığı yer gibi bilgileri isterken kişinin ilgi alanları beğenileri gibi düşünce ve fikirleri gibi özellikleri ile kullanıcının kimliğine dair bir resim çizer (Kaplan ve Haenlein, 2010).

İkinci yapı taşı olarak addedilen “Sohbet” uygulamalar içerisinde kişilerin veya grupların birbirleri ile iletişim kurmalarını içermektedir. Neredeyse bütün uygulamalarda yer alan bu yapı taşı profillerin birbirleri ile benzer fikirleri olan insanlar ile tanışmaktan romantik ilişki kurmaya kadar pek çok sebepten meydana gelebilmektedir (Kietzmann vd., 2011)

Bir diğer yapı taşı olan “ Paylaşım” kullanıcıların içeriği ne kadar kullanıcıya ulaştırdığı veya paylaştığını belirtmektedir. Kullanıcı paylaşmak istediği içeriğin özelliklerine göre hangi mecrada paylaşacağına karar verip bu yol ile diğer kullanıcılar ile etkileşim haline girebilmesine imkan tanır (Tuncer, 2013).

Kullanıcıların sosyal medya platformları içerisinde diğer kullanıcıların buldukları yer veya mekan hakkında bilgi edinmelerini sağlayan yapı taşı “Konum” olarak addedilmektedir. Kullanıcıların mobil hale gelmesi beraberinde konumu bildiren araçlar, sanal ve gerçek dünyayı birbirine bağlayan bir işlev kazanmasına sebep olmuştur. Ve bu işlev kullanıcıların sosyal medya uygulamaları

ile beraber “check in” yapmalarını ve birbirlerini takip edip izleyebilmelerini mümkün kılmıştır (Kietzmann ve diğ., 2011).

Beşinci yapı taşı olan “İlişkiler” kullanıcıların birbirleri ile ne tür ve ne kadar iletişim içinde olduğunu belirtmektedir. Kullanıcıların iletişimi sadece listelerinde bulunan bir kullanıcı olmaktan gerçek yaşamda iletişimde olmalarına kadar geniş bir aralıkta yer alabilmektedir. Örnek olarak Linkedn sitesindeki bir ilişki resmi olarak sayılabilmekte iken, blog üzerinden kurulan ilişkinin sınırları, biçimi kullanıcıların istekleri doğrultusunda olabilmektedir (Kietzmann, ve diğ., 2011).

Bir diğer yapı taşı olan “İtibar” kullanıcının kendi ve diğer kullanıcılarına dair duyduğu itibarın derecesini ifade eder. İtibar kelimesi temelde sözüne güven duymak olarak tanımlanabilirken günümüzde bu güvenilirliğe dair bir ölçek oluşturmak ve bunu ölçmek mümkün değildir. Kullanıcıların itibar olarak gördükleri şeyler daha çok takipçi sayısı izlenme sayısı, beğeni sayısı, destek veren sayısı gibi nicel ifadelerden oluşmaktadır (Kietzmann ve diğ., 2011)

Son yapı taşı olan “Gruplar” bir sosyal medya mecrası içerisinde ne kadar grup veya alt grup kurabildiğini tanımlamaktadır. Bir ağ sosyalliğini ne kadar çok arttırırsa arkadaş veya takipçi grupları bununla paralel biçimde yükselecektir. Sosyal medya platformları kendi içerisinde gruplandırma konusunda ayrılmıştır. Örneğin belirli bir uygulamada kullanıcı dilediği kullanıcıları “Yakın arkadaşlarım” şeklinde gruplandırabilir. Başka bir uygulamada ise kullanıcıların fiziksel dünyadaki küllüplere benzer gruplar oluşturup, bu grupları açık veya izne tabii tutabilir (Tuncer, 2013)

2.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık kişinin herhangi davranışta bulunmaya veyahut nesneyi kullanmaya karşı yoğun istek, veya bunlara karşı aşırı düşkün olma durumudur. Bağımlılık denildiğinde akla sıklıkla gelen alkol, kumar, sigara gibi bağımlılıkların zaman ile değiştiğini görmekteyiz. Bugün artık uyku bağımlılığı, yemek yeme bağımlılığı, egzersiz yapma bağımlılığı gibi bağımlılık türleri araştırmalara konu olmaktadır (Turel ve Serenko, 2012). Bu durum ile paralellik gösteren internet, sosyal medya , teknoloji, çevrimiçi oyunlar gibi konular bağımlılık ile beraber adı anılmakta olup çeşitli araştırmalarda yer almaktadır (Şahin ve Yağcı, 2017).

Dünya üzerinde internet kullanan kişi sayısı 4,9 milyar kadarken bu insan sayısının %90'ından fazlası yani 4.6 milyarı ise sosyal medya kullanıcısıdır. Ülkemizde nüfusun %82'si internet kullanırken, günün 8 saati internette geçirilmektedir. Ülkemizdeki nüfusun %80.8'i sosyal medya kullanırken kullanım süremiz 2 saat 59 dakikadır. Ülkemizde sosyal medyayı en yüksek kullanım yaş grubunu 16-24 yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır ve ülkemiz, kişinin kullandığı sosyal medya platform sayısı bakımından ortalama 8 adet platformu kullanıyor olup en çok sayıya ulaşan ilk 6 ülke arasındadır (We Are Social 2022). We Are Social (2022) araştırmasında ülkemizde dünyada olduğu gibi internet ve sosyal medya kullanımının yüksek olduğu görülmüştür. Verilerin ışığında bu kullanımın çeşitli risk faktörleri ve olumsuz sonuçlar doğurabileceği düşünülmüştür.

Sosyal medya uygulamalarının yarattığı diğer kullanıcılar ile etkileşimde kalma anlık olarak haberlere vakıf olmak, diğer kişiler ile içerik paylaşabilme, eğlenmek, oyun oynamak gibi çekici gelen nedenlerinden dolayı bu uygulamaların kullanımında bir beis görülmesi dahi aşırı ve problemlili kullanımı bağımlılık sebebi olarak görülmektedir (Griffiths, 2005) . Andreassen, Torsheim ve Pallesen (2014) 'e göre sosyal medya bağımlılığı sosyal medya uygulamalarıyla aşırı meşgul olma, uygulamalarda çevrimiçi bulunmak için yoğun istek durumu, bu platformlarda bireylerin hayatındaki diğer faaliyetlerini, sorumluluklarını, kişiler ile ilişkisini sekteye uğratabilecek ve psikolojik iyilik haline olumsuz anlamda etki edecek seviyede zaman geçirmek olarak tanımlanmaktadır.

Dalvi-Esfahani, Niknafs, Kuss, Nilashi ve Afrough (2019) sosyal medya bağımlılığını diğer bağımlılıklar gibi semptomlar ile ifade etmiştir bunları 7 başlıkta sıralamıştır.

Belirginlik: Kullanıcılar sosyal medya site ve uygulamalarında nasıl daha fazla aktif bir biçimde bulunabileceklerini ve uygulamalarda daha fazla vakit geçirebileceklerine dair düşüncelerin zihnini meşgul ettiğini belirtmektedir

Tolerans Gelişimi: Kullanıcılar uygulama ve siteleri kullanırken daha önce planladıkları kullanım sürelerinde aşım görülmektedir. Kullanıcılar benzer kullanım zevki için öncekinden daha yüksek bir süreye ihtiyaç duymaktadırlar.

Durum Değişimi: Kişiler kendilerinde hissettiği olumsuz duygu durumlardan uzaklaşmak için ve mevcut duyguları daha az hissetmek için kullanım gösterirler.

Geri Çekilme: Sosyal medyayı kullanımlarının önünde bir engel veya sorun teşkil olmuşsa bu durumdan dolayı dikkatlerinde bozulmalar öfkeli davranışlar, huzursuzluk hali bu durumlardan mütevellit rahatsızlık durumu görülür.

Nüksetme: Kişi sosyal medyayı kullanmaya dair bir başkasından gelen söylem öğüt, destek ve tavsiyeleri dinleme konusunda, kendinin uygulamaları kullanmaya dair aldığı kararlar ve isteklerini gerçekleştirme konusunda zorluk yaşar veya gerçekleştiremez.

Çatışma: Kişi hobilerine, işine, etkinliklerine sosyal medyayı kullanmaya nispeten daha az değer verir. Hayatında yer alan rolleri eş, evlat, arkadaş, sevgili gibi sosyal medya uygulamalarında bulunmak için aksatabilir veya bu sorumlulukları yerine getirmez.

Sorun: Kişi sosyal medya uygulama ve sitelerini fiziksel, sosyal veya psikolojik sağlık hallerini olumsuz anlamda etkileyecek şekilde kullanır.

2. 2. Nomofobiye İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar

Bu bölümde çalışmanın değişkenlerinden biri olan nomofobi ile ilgili tanımlar, literatürde yer alan açıklamalar, kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalar yer almaktadır.

2. 2. 1. Nomofobi

Fobi (phobia) terimi kelime manasına bakıldığında Yunancada kaçış, panik olma korkusu, dehşet anlamlarına gelen *phobos* kelimesinden türetilmiştir. Fobi kelimesi zamanla bugünkü anlamına gelmeye başlamış yani objektif olarak bakıldığında kayda değer bir tehlike, tehdit kaynağı olmamasına rağmen bir nesne, olay veya durumla beraber baş gösteren sürekli ve aşırı korku halidir. Kişi genellikle ilk olarak durumdan hoşnut olmama seviyesinde bir kaygı yaşar. Ve bu kaygısı ağız kuruluğu terleme gibi fiziksel semptomlara dönüşebilir. Araştırmacıların fobi tiplerini sınıflandırma konusunda denemeleri olmuş en az 107 adet uyarıcıya dayalı fobi isminden bahis geçmiştir (Beck ve Emery, 2021).

Dünya üzerinde 5.31 milyon telefon kullanıcısı varken bunun %76.9'u akıllı telefon kullanıcısıdır. Dünyada telefonda geçirilen süre ortalaması 4 saat 48 dakika iken, ülkemizde bu süre 4 saat 24 dakika ile ortalamaya çok yakındır (We are Social, 2022). Akıllı telefonlar teknolojinin gelişmesiyle beraber hem somut hem soyut manada cebimize koyduğumuz kolaylıkları ve mevcut bulduklarını yetenekleri ile hayatımızda olmazsa olmaz hale gelmişlerdir (Dongre, Inamdar ve Gattani, 2017). Cep telefonlarının akıllı telefonlara evrilmesi ile beraber telefon üzerinden kurulan iletişim çok yönlü kılınmıştır. İçerisindeki mevcut uygulamalar kullanıcılarının yüzünü güldürse de bu özelliklerinin yanında pek çok çeşitli sorunu da beraberinde doğurmuştur (Adnan ve Gezgin, 2016; Erdem, Kalkın, Türen ve Deniz, 2016; Şakiroğlu, Gülada, Uğurcan, Kara ve Gandur, 2017).

“No mobile” ve “phobia” kelimelerinin birleşiminden doğmuş olan nomofobi ilk olarak 2008 yılında İngiltere Posta İdaresi tarafından yürütülen bir araştırma ile gün yüzüne çıkmıştır. Araştırmanın örnekleminde 2163 kişi mevcut olup çalışılan kişilerin yarısından fazlasında nomofobik semptomların ve özelliklerin mevcut olduğu gözlemlenmiştir (Daily Mail, 2008).

Nomofobi kişinin kullandığı cep telefonunun yeteneklerine ve özelliklerine ulaşılabilirliğinin önünde bir engel veya ulaşamama durumunda mantıksal olmayan korku hissetme olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Correia, 2015). Bir diğer söylem ise nomofobinin kişide mobil telefonu ile etkinliğinin azalması veya etkinliğinin olmaması durumunda kişide hissedilen kaygı gibi olumsuz duygularını arttırdığıdır. Bu etkinin sonucunda da bireyde günlük işlerini sekteye uğratmasına sebebiyet vermektedir (Dixit, Shukla, Bhagwat, Bindal, Goyal, Zaidi ve Shrivastava, 2010)

Dixit vd. (2010) Hindistan da yaşları 17 – 28 yaş arası değişkenlik gösteren 200 tıp öğrencisi ile yaptığı çalışmada %18,5 inin nomofobik belirtiler gösterdiği belirlenmiştir. Kronolojik olarak daha yakın bir tarihte Fransa’da yapılmış başka bir çalışmada 760 kişilik öğrenci grubuyla yaş ortalaması 20 olan örneklem incelenmiş bu örneklemin 3’te 1’inin nomofobik özelliklere sahip olduğu görülmüştür (Tavolacci, Meyrignac, Richard, Dechelotte, ve Ladner, 2015).

Bragazzi ve Del Puento (2014) alanda daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu belirtse dahi nomofobinin DSM – 5 te yer almasının bu konuda çalışan uzmanlara

faydalı olacağını ve yapılacak olan araştırmalara ön ayak olacağını ifade etmiştir. Bragazzi ve Del Puento tanı kriterleri olarak da:

- 1- İstikrarlı biçimde akıllı telefon kullanmak ve vaktinin çoğunu bununla meşgul halde geçirmek, birden fazla cihaza sahip olup bu cihazların çeşitli ihtimallere karşı şarjlarını bulundurmak.
- 2- Akıllı telefonunu kaybetmeye, yeterince çekim gücüne sahip olmamaya, kullanım haklarının veya kontörünün bitmesine, pilinin azalmasına veya bitmesi ile alakalı endişe duymak. Kullanımı yasal olmayan yerlerde bulunmaktan sakınma, hoşnut olmama.
- 3- Telefon ekranını gelebilecek arama ve mesajlara karşı sık sık denetlemek.
- 4- Telefonunu gece gündüz fark etmeksizin açık tutmak, akıllı telefonu ile beraber uyumak.
- 5- Kaygı ve strese yol açabilecek olan yüz yüze iletişim yerine telefonun iletişimini yeğlemek.
- 6- Cep telefonu kullanmaktan kaynaklı borç ve masraflar ile karşılaşmak

Bir başka araştırmacı tanı kriteri yerine kişide gerçekleşen semptomlara değinmiş bunları ise; telefonu tamamen kapatamama, telefon ile iletişimi gerçekleştirecek araçlara (mail, çağrı, kısa mesaj) karşı sık sık denetlemek, telefon pilinin tam dolu olmasına gayret etmek, telefonu bir an olsun yanından ayırmama ve yanında mı diye kontrole ihtiyaç duyma, çevrimiçi olmasını sağlayacak bağlantılardan kopma korkusu, karşılaşılabilecek istenmeyen bir durum ve olay için telefondan yardım isteyemeyeceği korkusu, sosyal medya üzerinden yarattığı kimlikten kopma korkusu ve kaygısı, telefonda vakit geçirme uğruna diğer etkinliklere katılımı azaltma veya göstermeme şeklinde tanımlamıştır (Cherry 2020).

Yıldırım ve Correira (2015) yaptıkları çalışmada nomofobiyi 4 alt boyuta ayırarak sıralamıştır. Bunlar:

- 1- İletişim kuramama
- 2- Akıllı telefonun sunduğu rahatlıktan feragat etme

3- Bilgiye erişememe

4- Çevrimiçi bağlantıyı kaybetme

Teknolojinin gelişmesi beraberinde, kişilerin birbirleri ile iletişimi bir arada bulunma zaruretinden çıkarıp istenildiği yer ve zamanda gerçekleşebilmesine imkan tanımıştır. Bu imkandan faydalanamama ile beraber kişide kaygı ve korku gibi duyguların ortaya çıkmasını ilk boyut olan “İletişim kuramama” açıklamaktadır. Bir başka alt boyut olan “Akıllı telefonun sunduğu rahatlıktan feragat etmede” ise akıllı telefonların bize sağladığı her türlü olanaktan yararlanamama veya sunduğu konfor alanından uzaklaşma sonucunda hissedilen olumsuz duyguları ifade eden boyuttur. Akıllı telefonlar hava durumundan anlık haberlere o an merak edilen veya istenilen konu hakkında malumata kadar geniş bir yelpazede veri sunabilmektedir, bu olanaktan faydalanamama durumunda kişide olumsuz hali belirten boyut ise “Bilgiye erişememe” boyutudur. Son boyut olan “Çevrimiçi bağlantıyı kaybetme” boyutu ise kişilerin sosyal medya mecralarında yarattığı çevrimiçi kimliklerinden kopma ve çevrimdışı olması ile beraber gelecek olan bildirimlerden ve bu bildirimlerin yaratacağı etkileşimden kopmaya dair korku yaşarlar.

2.3. Benlik Saygısına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar

Bu bölümde çalışmanın değişkenlerinden biri olan benlik saygısı ile ilgili tanımlar, literatürde yer alan açıklamalar, kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalar yer almaktadır.

2. 3. 1. Benlik Saygısı

James (1950) benlik ifadesinin içerisinde birden çok ben türü olduğundan bahsetmiş ve bu türleri dörde ayırmıştır. İlk bahsi geçen maddesel benliğin “benim” ile atfedebileceğimiz şeylerden oluştuğunu (vücudumuz, fiziksel manada varlığımız, ailemiz, eşyalarımız) ifade etmiştir. Bir diğesinde ise sosyal benliğimiz olarak adlandırılan toplumsal manada algılanışımızı içeren türü olduğundan söz etmiştir. Üçüncü benliğimiz olan ruhsal benliğimiz ise insanın tavır, istek ve kişisel özellikleri gibi ruhsal durumu ve bilişsel halini içeren türüdür. Son benliği ise olası benlik adını

verdiği kişinin gelecekteki olmak istediği benleri kapsayan türüdür, James' e göre bu benleri gerçekleştirmeyi ne kadar başarısak benlik saygımız da o denli artacaktır. Benzer bir görüşte bulunan Higgins (1987) ise gerçek ve ideal benlik olarak bahsettiği benlik türlerinin gerçek olanına kişide hali hazırda var olduğu benliği, ideal olanında ise kendisinde olmasını istediği benlik olarak tanımlamış bu iki benliğin birbirinden uzaklaşması ile kişide mutsuzluk, doyumsuzluk ve hayal kırıklığı yaratacağını ifade etmiştir.

Benlik saygısı denildiğinde akla ilk gelen isimlerden olan Rosenberg (1965) kişinin benliğine yönelik olumlu veya olumsuz tutumunu benlik saygısı olarak ifade etmiş, kişinin kendisine verdiği değer ile benlik saygısı arasında paralellik gösterdiğini belirtmiştir. Benzer bir söylemde kişinin kendi değerine dair subjektif takdiri, kendine olan saygısı, özgüveni, benliği hakkında değerlendirdiği tüm olumlu ve olumsuz yorumların bir potada eritilip sonuca varılmasıdır. Bu pota içerisinde kişinin yetenekleri, sosyal ilişkilerindeki başarısı, kişisel becerilerine dair inançlar da yer almaktadır (Sedikides ve Gress 2003).

Rogers'a göre benlik kavramı kişinin kendisi hakkında varsayımlarının tamamıdır, kişinin benliği sadece var olduğu hali ile ilgili değil nasıl olması gerektiğine dair inancı ve olmak istediği halinin de içinde bulunduğu bir yapıdır (Yanbastı,1990). Benlik saygısını kendini kabul etme ve kendine dair saygılı bir tavır halinde olma olarak tanımlayan Rogers (1950) tutum ve davranışların sert ve olumsuz olduğu ortamda bulunan kişilerin benlik saygısının düşük olacağını tersi olan halde ise benlik saygısının yüksek olacağından ifade etmiştir.

Maslow (1970) da benlik hakkında çalışmalarda bulunmuş ihtiyaçlar piramidindeki saygı ve statü basamağından bahsetmiştir. Dördüncü basamağı tekabül eden saygınlık gereksinimini gerçekleştirebilmek için her basmağı geçmesi gerektiğinden kişi temel ihtiyaçlarını karşılamalı, güvenlik ihtiyacını karşılamalı ve bir önceki basamak olan aitlik halini sevmeye ve sevilme şartlarını karşılamalıdır ancak bu şekilde özsaygısı gerçekleşecektir.

Horney ise benlik saygısını farklı bir şekilde ele almış kişilerin çocukluklarındaki potansiyellerinin aileleri tarafından fark edilip uygun şekilde kullanılmaması sonucunda çocuğun benliğinden uzaklaşmalar başlayacağı için düşük benlik saygısı geliştireceğini ifade etmiştir (Josephs, 1991).

Farklı araştırmacılar benlik saygısının boyutları olduğunu ifade etmiş, Brown, Dutton ve Cook (2001) bu boyutların üç adet olduğunu ilkinin kişinin karakteristik olarak diğer insanların kendisi hakkında ne dūřündüđü ne hissettiğinden oluşan boyutken, ikincisi kişinin kendisinin niteliklerine, kabiliyetlerine dair öz değerlendirmesini içermektedir. Son boyutu ise anlık yaşanan duygular ve olaylar ile ilişkilenen boyutudur. Benlik saygısını iki boyuttan oluştuğunu ifade eden Branden (1969) ise ilk boyutun kişinin kendisine dair izlenimleri, doğru kararlar vermeye dair ve sorunların üstesinden gelmeye dair inançlarını kapsarken ikinci boyutunda ise diğer insanların kendisine duyduğu saygı, sevgi gibi unsurlara ne kadar layık olduğuna dair ölçümüdür. Deci ve Ryan (1995) ise konuyu daha farklı ele alarak benlik saygısını koşullu ve gerçek şeklinde ayırmıştır. Kořulluyu diğer insanlar ile yapılan karşılaştırmalara, mükemmeliyetçilik anlayışına, intrapsişik beklentilere dayandığı, gerçek benlik saygısının ise kişinin kendisine dair duyduğu güvenin verdiği değerin istikrarlı ve kolay yıkılmayacağı şeklinde tasvir edilmiştir.

Koşullu benliğe benzer bir yaklaşımda bulunan sembolik etkileşimli yaklaşım kişiyi girdiği sosyal etkileşimler sonucunda etkilenen vasfında olduğunu ve bu etki ile kişinin benliğini tanımlayacağını ifade eder. Önemli olan bir başka unsur ise kişinin toplumdan gelen bu yansımaları reddetmesi veya onaylaması ile ilgilidir (Sevim ve Artan 2021). Yörükoğlu (1985) ise bu durumu toplumun bize dair tanımı ile bizim kendimize dair değerlendirmelerimizin birbiri ile çok benzer olabileceğini veya toplumun değerlendirmesiyle kendimizi algılayışımızın birbirinden tamamen farklı olabileceğini ifade etmiştir. Bu durumu bir öğretmen öğrenci ilişki ile örneklendirmiştir. Öğretmen öğrenciyi gayet başarılı bulabilir, ve bunu öğrenciye yansıtabilir ancak öğrencinin kendisini başarılı algılayışı çok daha karmaşık bir yapıdadır.

2. 3. 2. Dūřük Benlik Saygısı

Dūřük benlik saygısına sahip insanlar kendilerini değersiz görme, aşağılık hissetme ve bu gibi öznel değerlendirmelerden mütevellit duygusal karmaşıklar ile hayatına devam eder. Bu durum kişide yaşama karşı tatminsizlik oluşurmaktadır (Ha, 2006). Mackinnon (2015) ise kişinin dūřük benlik saygısı ile beraber kişiler arası ilişkilerinde de çevresinde yaşanan tüm olaylara da olumsuz tutumunun yayıldığını ifade etmiştir.

Çeşitli araştırmacılar tutumların patolojik bir hale dönüşmesine dair araştırmalarda bulunmuş, düşük benlik saygısı ile beraber depresyon kriterlerini karşılamada artış, kişinin agresyon düzeyinde yükseklik, ergenlerde zorluklar karşılığında üstesinden gelmek için kendine daha az güven duymak, genel iyi oluş halinde düşüklük gözlemlenmiştir (Strovropoulos, Lazaratou, Marini ve Dikeos, 2015). Aydın ve Sarı (2011) popüler bir sosyal medya uygulaması üzerinden yaptıkları çalışmada düşük benlik saygısı olan kişilerin bu eksikliklerini sosyal medyada kapatmaya çalıştıkları görülmüş, bu davranış ile beraber internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

2.3.3. Yüksek Benlik Saygısı

Yüksek benlik saygısına vakıf bireyler mutlu anların kabulü, hoş olmayan durum ve zorluklar ile mücadele edebilme gücü, yakın ilişki kurabilme yetisi, güçlü yanlarının farkına varmak ve bu yanlarını geliştirme becerisine sahiptirler. Yüksek benlik sahibi bireyler yaşadığı olumsuz deneyimlerden geliştirdiği işlevsel olmayan olumsuz şemalardan, ve depresif ruh halinden düşük benlik saygısına sahip bireylere göre daha az etkilenmektedir (Stavropoulos, Lazaratou, Marini ve Dikeos 2015).

Di Paula ve Campbell (2002) göre benlik saygısı yüksek olan bireyler düşük olan bireylere nazaran başarı konusunda daha ısrarcı, davranışlarını, içsel süreçleri, dürtüleri ve durumu hakkında daha fazla öz düzenlemeye sahiptirler.

Benlik saygısı ölçeklerinde yüksek benlik saygısına sahip bireylerin kendilerine yönelik yeteneklerine olan doyumunu, olumlu tutumları grandiyöz bir boyuttaysa bu Narsisizm'den kaynaklı olabilmektedir (Mackinnon, 2015). Yüksek benlik saygısına sahip bireylerin kendine verdiği değerinde sürekli ve tam bir güven ortamı içinde olması beklenmemektedir (Sanford ve Donovan 1999).

2. 4. Beden İmajına İlişkin Kuramsal Çerçeve Ve Araştırmalar

Bu bölümde çalışmanın değişkenlerinden biri olan beden imajı ile ilgili tanımlar, literatürde yer alan açıklamalar, kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalar yer almaktadır.

2. 4. 1. Beden İmajı

Beden imajı terimi ilk olarak 20. Yüzyılın ortalarında Schilder (1950) tarafından kişinin zihninde kendi bedeninin yansıması şeklinde tanımlanmıştır. Slade

daha yakın bir tarih olan 1988’de beden imajının tanımını daha kapsamlı biçimde yapmış, beden imajını kişinin bedeninin boyutu, biçimi, şeklini algılayışı ve bu şekil hakkında duyguları ve düşünceleri ile beraber zihninde oluşturduğu bir resim olarak tanımlamıştır (Rudd ve Lennon, 2000)

Beden imajını hakkındaki ilk söylemler statik ve değişime kapalı olduğu yönünde olsa dahi zamanla beden imajının pek çok etkene bağlı olarak değiştiği ifade edilmiştir (Thompson ve Gardner, 2002). Slade (1994) benlik imajının kişinin bilişsel ve duyuşsal etkenlerinin zihne bir ayna tutması ile oluştuğunu ifade ederken, bu görüşe yakın bir görüş olan bilişsel davranışçı terapiye göre kişinin beden imajına dair herhangi bir dış uyaran ile bilişi şekillenebilir ve bu şekillenme ile beden imajını algılama ve değerlendirmesi tetiklenebilir olarak açıklanmıştır (Cash, 2002).

Araştırmalar günün hangi saatinde olduğumuz, kaç yaşında olduğumuz, ruh halimiz gibi farklı etkenlerin beden imajımızda dalgalanmalar oluşturduğunu ifade etmektedir. Araştırmacılar bu statik olmayan halin başka etkenlerden de etkileniyor olduğunu özellikle sosyal ve kültürel değişkenlerin beden imajında önemli etkiler bıraktığını ortaya koymuşlardır. Kitle iletişim araçlarında ve sosyal medya mecralarında görünen ideal beden görüntüsü kadınların sahip olduğu vücut ölçüleri ile uyumsuzlukları veya uyumsuz olarak algılamaları hasebiyle ulaşılamaz olarak görülmekte ve bu ulaşılamazlık hali beden imajını olumsuz olarak etkilemektedir (Shaw, 1995; Greenberg, Delinsky, Reese, Buhlmann ve Wilhelm. 2010).

Beden imajına dair başka bir kuram da üçlü etki modeli adlı yaklaşımdır bu yaklaşımda bahsedilen 3 etki kişinin ailesi, yaşlıları ve takip ettiği medyayı kastetmektedir (Lawyer ve Nixon, 2010). Üçlü etki modeline göre beden imajında sosyokültürel etmenlerin bedene dair tatminsizliği, içselleştirme durumunu ve sosyal karşılaştırma eylemini etkilediğini ifade etmektedir (Coomber ve King 2008). Üçlü etkinin kişiyi beslenmesinden beden memnuniyetsizliğine pek çok olumsuz durumla karşı karşıya bıraktığını toplumsal görünüş kalıplarının dayattığı sosyal karşılaştırmaların içerisine soktuğundan söz etmiştir (Rodgers, 2011).

Sosyal medya gerçekçi ve doğal olmayan ideal görünümü inşa eden ve bu inşasındaki yapı taşlarını görsellerden, içeriklerden ve mesajlardan oluşturan toplumun kabul ettiği bir görünümü yansıtmaktadır (Lazuka, Wick, Keel, Harriger, 2020; Tiggemann ve Zaccardo 2018). Bu görünüm idealleri sadece kadınsa ince

erkekse kaslı bir görünümü dayatmak dışında güzellik, ten rengi, genç olmak, ve cinsiyete dair sunum ile karakterize şekildedir (Lazuka vd. 2020).

Beden imajına dair çalışmalarda cinsiyetçiliğin erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar bulunduğuna kadınların erkeklere nazaran daha tipik bir nesneleştirmeye maruz kaldığı görülmektedir (Fredrickson ve Roberts, 1997). Kadınların erkeklere nazaran kendilerini daha çok gözlemlemeye, ve bu gözlemlerden erkeklere nazaran daha fazla meşgul olma ve daha fazla endişe duygusunu yaşamaya meyillidir (Rubin ve Steinberg, 2011).

Genel olarak yaşın beden imajı ile alakalı olmadığı öngörülse dahi araştırmalar özellikle yaş konusunu yüzdeki kırışıklıklar açısından değerlendirdiğinde kırışık olmayan kişilerin kırışıklıklara sahip kişilere nazaran daha çekici ve enerjik geldiğini ifade edilmiştir (Ebner, 2008). Bir başka değişken olan beden kitle indeksi ve beden imajı değerlendirmesinde beden kitle indeksi arttıkça beden imajının düşüklük gözlemlenmektedir (Fallon, Harris ve Johnson, 2014)

Festinger (1954) sosyal karşılaştırma kuramına göre kişi kendi değerine dair değerlendirmelerini başka insanlar yoluyla da ölçmektedir, bu ölçümü ise kendisi nazarında başka insanların değerleri ve kendisinininkini mukayese ederek gerçekleştirdiğinden söz etmiştir. Bu mukayeseleri iki boyutta incelemiş ve bunları yukarı yönlü, aşağı yönlü olarak ikiye ayırmıştır. Yön olarak addedilen boyutlardan yüksek olanı kişinin kendisine verdiği değerden daha yukarıda bulunamı ifade ederken, aşağı yönlü olanı ise değerce kendinden daha düşüğü ifade etmektedir. Kişi kendisini yukarı yönlü bir karşılaştırmanın içerisine soktuğunda kendisine dair duygulanımı olumsuz olacaktır (Gibbons, 1986). Aşağı yönlü karşılaştırmalarda kişinin kendisine verdiği değer daha yüksek oluşu nedeniyle duygulanımı olumlu sonuçlanacaktır (Fardouly, Pinkus ve Vartanian, 2017).

Araştırmacılar beden imajını değerlendirmeyi üç yaklaşım altında toplamışlardır (Thompson, 1996; Farrell, Lee, Shafran, 2005).

1. Bilişsel ve Duyuşsal Yaklaşım: Bir diğer ifade ile “öznel ölçüm” olarak addedilen bilişsel ve duyuşsal yaklaşım kişinin vücudunun şekli ve boyutu ile alakalı düşünce algılamalarını içermektedir

2. Davranışsal Yaklaşım: İlk yaklaşımla benzer olarak kişinin vücut şekli, büyüklüğü ve ağırlığı yine önemlidir ancak bu bilgilerin ışığında kişide bu duruma dair nasıl davranışların geliştiği önemlidir (diyet yapma, egzersiz yapma gibi).

3. Algısal Yaklaşım: Son yaklaşım olan algısal yaklaşımda kişinin objektif bilgi ve ölçüleri ile kendinin öznel ölçü tahmini, kendisinin vücuduna dair algısal çarpıtmaları gibi değerlendirmeleri içermektedir.

Bu değerlendirmelerin sonucunda kişide beden imajına dair tutumu olumlu veya olumsuz olacaktır. Olumlu tutumu kişinin bedenini kabulünü, bedenine duyduğu saygıyı, bedenine dair olumlu fikir düşünceleri ve bedenini korumak üzerine kuruludur. Bu temel maddelerin oluşması halinde kişide bedenine dair tatmin ve memnuniyeti oluşur (Jung ve Lennon 2003). Olumsuz beden imajı olarak addedilen tutumun içerisinde olumsuz duyguları bedenine dair olumsuz inançları bedeninden utanma ve kendini daha az çekici bulma gibi durumlar ile baş gösterir (Öztürk, Kara ve Körük 2015).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisi araştırmasının modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine dair bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile arasındaki ilişkinin ortaya konulabilmesi için betimsel ve ilişkisel tarama modelinde nicel bir araştırmadır. Betimsel araştırma türü yapılan çalışmada katılımcıların özelliklerinde herhangi bir oynama ya da değişiklik yapılmaksızın araştırmada kullanılan ölçme araçları hakkında görüşlerine yer verilmesidir. İlişkisel tarama modeli ise araştırmalarda yer alan 2 veya daha fazla değişken arasında etkileşim ya da ilişki olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan çalışma türüdür (Karasar, 2014).

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2021-2022 eğitim öğretim yılı içinde İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde öğrenimlerine devam etmekte olan 18-24 yaş aralığındaki öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem ise evrenden gönüllülük esasına göre seçkisiz (tesadüfi) örnekleme yoluyla seçilen 269 üniversite öğrencisinden oluşmuştur.

3.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada kullanılacak verilerin toplanmasında 'Nomofobi Ölçeği', 'Sosyal Medya Kullanım Ölçeği', 'Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği-Kısa Formu', 'Bedeni Beğenme Ölçeği' ve 'Sosyo-Demografik Bilgi Formu' kullanılmıştır.

3.3.1. Sosyo-Demografik Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan bu formda üniversite öğrencisi katılımcıların kişisel bilgilerine dair ifadeler yer almaktadır. Bu formda; cinsiyet, kardeş sayısı, vücut kitle indeksi (VKİ) (boy ve kilo değerleri), bedensel engel durumu, kronik rahatsızlık durumu, tanı alınmış psikolojik rahatsızlık durumu, en sık kullanılan

sosyal medya araçları ve en sık kullanılan sosyal medya platformunda takipçi/arkadaş sayısına dair bilgiler yer almaktadır.

3.3.2. Nomofobi Ölçeği

Nomofobi Ölçeği Yıldırım ve Correia tarafından 2015 yılında bireylerin akıllı telefonda yoksun kalma düzeylerinin tespiti için geliştirilmiştir. Ölçek toplamda 20 maddeden oluşmakta olup 7'li likert tipinde yanıtlanmaktadır. Yanıtlar kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum arasında değişmektedir. Ölçek nomofobi genel ve 4 alt boyutu ölçmektedir. Bu alt boyutlar Bilgiye Ulaşamama Madde (1, 2, 3, 4), Cihazdan Yoksunluk (Madde 5, 6, 7, 8, 9), İletişimi Kaybetme (Madde 10, 11, 12, 13, 14, 15) ve Çevrimiçi Olamama (Madde 16, 17, 18, 19, 20) şeklindedir. Ölçeğin orijinal formunda geçerlik ve güvenilirliklerinin yeterli düzeyde olduğu ifade edilmiştir. Ölçeğin orijinal formunun iç tutarlılık değerleri genel boyut için .87 olarak bulunurken alt boyutları için ise sırasıyla .79, .83, .81 ve .86 olarak bulunmuştur.

Nomofobi Ölçeği Yıldırım ve arkadaşları tarafından (2015) yılında Türkçe'ye çevrilmiştir. Ölçek alt boyutlarının iç tutarlık katsayıları .74 ile .94 arasında değişmekte olup, toplam iç tutarlık katsayısının .92 olduğu raporlanmaktadır (Yıldırım vd., 2016). Ölçek üniversite öğrencileri üzerinde geliştirilmiş olmasına karşın sadece bu örnekte kullanılması gerektiğine dair herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır. Ölçekte 90-120 arasında puan alanlarda yüksek düzeyde nomofobi olduğu ifade edilirken, 60-89 arasında puan alanlarda orta derecede nomofobi, 21-59 arası düşük nomofobi ve 20 puan altında alan kişilerin ise nomofobik olmadıkları ifade edilmiştir.

3.3.3. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Sosyal medya kullanım ölçeği Solmaz ve arkadaşları (2013) tarafından bireylerin sosyal medya kullanım düzeylerini ölçmek için geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçekte 14 madde bulunmaktadır. Ancak yapılan geçerlik-güvenirlik çalışması sonucunda 3 maddenin değerlendirme dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Böylece ölçüm aracı 11 maddelik hale gelmiştir. LISREL 8.71 programı ile doğrulayıcı faktör analizi işlemi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları, ölçeğin standartlaştırılmış yüklerinin 0.57 ile 0.60 arasında olduğunu ve tüm değerlerin anlamlı olduğunu ($t > 1.96$) göstermiştir. Aynı zamanda ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu da tespit edilmiştir (χ^2/sd : 179.50/44: 4.07, RMSEA: 0.074, NFI: 0.91, NNFI: 0.95,

CFI: 0.95, GFI: 0.91, AGFI: 0.88).ÖlçeğinCronbach Alpha=0.819 olduğu tespit edilmiştir.

3.3.4. Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği-Kısa Formu (BSDÖ-KF)

Self EsteemRatingScale (SERS) benlik saygısının olumlu ve olumsuz yönlerini ölçmek için 40 madde olarak tasarlanmış ve 20 olumlu, 20 olumsuz maddeden oluşmuştur. SERS ölçeği bireylerin sosyal ilişki ve katılımını, kendilik değerini, modern yetenek kalıplarını, kendilik kabulünü ve değerini, sorun çözme yeteneğini ve bu yeteneklerini diğer kişilerle karşılaştırma durumlarını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir.

Benlik saygısı değerlendirme ölçeği-kısa formu Tokuş (2010) tarafından Türkçe stardizasyonu yapılmıştır. Ölçek 20 madde ve 2 alt boyuttan oluşmakta derecelendirme olarak 7’li likert tipi kullanılmaktadır. Ölçek Olumlu ve Olumsuz olmak üzere 2 boyuta ayrılmakta olumlu boyut puanları yükseldikçe benlik saygısı artmakta olumsuz boyut puanları yükseldikçe benlik saygısı düşmektedir. Cronbach’s Alpha değeri olumlu boyutu ölçen on madde için 0,875 bulunurken benliğin olumsuz boyutlarını ölçen on maddelik olumsuz boyutların Cronbach’s Alpha değeri 0,8 olarak tespit edilirken, BSDÖ-KF iki yarı oluşturulmadan Cronbach’s Alpha değeri bakıldığında 0,897 bulunmuştur.

3.3.5. Bedeni Beğenme Ölçeği

Tylka ve Wood-Barcalow (2015) tarafından geliştirilen bu ölçek beden imgesinin pozitif yanını değerlendirmektedir. Katılımcılardan bedenleriyle ilgili 10 olumlu cümleyi 5’li Likert derecelendirme ölçeğiyle (1=hiç, 5=her zaman) değerlendirmeleri istenmektedir.ÖlçeğinTürkçe uyarlamasını, geçerlilik ve güvenilirliğini Anlı ve arkadaşları (2015) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik değeri (Cronbach alfa) .88’dir. Ölçekte ters kodlanan madde bulunmayıp puanın yükselmesi kişinin bedenininibeğenme düzeyinin yüksekliğini ifade eder.

3.4. Verilerin Toplanması

İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurul kararı ile gerçekleşen bu araştırmada ilgili veriler üniversite öğrencilerinden internet ortamında online biçimde elde edilmiştir. Elde edilen verilen incelendiğinde 278 datanın elde edildiği bulunmuştur. Fakat yönergeye uygun doldurulmayan (birden çok yanıtlar, yanıt verilmeyen sorular vb.) 9 data tespit edilmiş ve ilgili analizlere dahil edilmemiştir. Bu bağlamda

toplamda 269 veri üzerinde matematik temelli istatistik programı olan SPSS ile analizler yapılmış, çözümlenmiş ve yorumlanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Bu çalışmada toplanan verilerin analizinde ve yorumlanmasında bilgisayar temelli istatistik programı olan SPSS-22 paket programı kullanılmıştır. Elde edilen veriler ilk etapta ölçek yönergelerine uygun biçimde SPSS programına sayısal olarak yüklenmiştir. Sonrasında elde edilen demografik değişkenlere dair betimsel istatistik (minimum, maksimum, standart sapma, ortalama frekans ve yüzde değerleri) verilmiştir. Ardından araştırmada kullanılan ölçme araçlarının normal dağılım özelliği gösterip göstermediğini belirlemede çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Verilerin normal dağılım özelliğine sahip olabilmesi için ölçeklerin genel ve alt boyutlarına ait değerlerin ± 2 aralığında olması gerekmektedir. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının çarpıklık ve basıklık değerlerinin istenilen ± 2 aralığında olduğu bulunmuştur (Tablo 3). Bundan dolayı araştırma da test edilmek analizler seçilirken normal dağılım özelliği gösteren analizler seçilmiştir. Verilerin güvenilirlik değerlerinin belirlenmesinde ise iç tutarlılık analizinden yararlanılmıştır. Uluslararası standartlara göre ölçeklerin güvenilir sonuçlar verebilmesi için iç tutarlılık (Crombach Alpha) değerinin .70'in üzerinde olması gerekmektedir. Araştırmamızda kullanılan ölçeklerin genel ve alt boyutlarının iç tutarlılık oranlarının .70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4). Araştırmanın ilgili değişkenleri olan nomofobi, sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve beden imajı arasındaki ilişki, bu ilişkinin yönü ve gücünü ortaya koymada Pearson Korelasyon Analizinden yararlanılmıştır. Aynı zamanda yapılan korelasyon analizinin etkililiğini ortaya koymada çoklu regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Gruplar arası karşılaştırma analizlerinde ise T Testi ve Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Değişken sayısı 2 olan gruplarda (cinsiyet, bedensel engel durumu vb.) t testi yapılırken, değişken sayısı 3 ve üzeri olan gruplarda ise (kardeş sayısı, kullanılan sosyal medya araçları vb.) Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Tüm analizler .05 anlamlılık %95 güven aralığında incelenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisine yönelik ilgili analizlere ve yorumlarına yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılımları

Tablo 1: Örneklem Grubunun Demografik Bilgilerine Dair Dağılımları

Değişkenler	N	%
Cinsiyet		
Erkek	58	21,6
Kadın	211	78,4
Kardeş Sayısı		
Kardeşim Yok	105	39,0
1 Kardeş	77	28,6
2 Kardeş	49	18,2
3 Kardeş	21	7,8
4 ve Üzeri Kardeş	17	6,3
Vücut Kitle İndeksi (VKİ)		
Zayıf	29	10,8
Normal	189	70,3
Fazla Kilolu	40	14,9
Şişman	11	4,1
Bedensel Engel Durumu		

Var	6	2,2
Yok	263	97,8
Kronik Rahatsızlık Durumu		
Var	25	9,3
Yok	244	90,7
Tanı Almış Psikolojik Rahatsızlık Durumu		
Var	36	13,4
Yok	233	86,6
En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformu		
İnstagram	204	75,8
Twitter	26	9,7
Faacebook	4	1,5
Youtube	35	13,0
En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformunda Takipçi Sayısı		
0-100 Arasında	55	20,4
101-250 Arasında	63	23,4
251-500 Arasında	101	37,5
501-1000 Arasında	34	12,6
1000'den Fazla	16	5,9
Toplam	269	100,0

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin demografik bilgilerine dair dağılımları görülmektedir. Katılımcıların %78.4'ü (211 Kişi) kadın öğrencilerden oluşurken %21.6'sı (58 Kişi) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin %39'unun tek çocuk olduğu tespit edilirken, %28.6'sının 1 kardeşi, %18.2'sinin 2 kardeşi, %7.8'inin 3 kardeşi ve %6.3'ünün de 4 ve üzeri kardeşi

olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin boy ve kilo oran durumları ile ortaya çıkan vücut kitle indeksi (VKİ) değerlerine göre %70.3'ü (189 Kişi) normal VKİ'ne, %10.8'i zayıf VKİ'ne ve %19'u da fazla kilolu ve şişman VKİ'ne sahip oldukları bulunmuştur. Öğrencilerin sadece %2.2'sinin bedensel bir engeli olduğu görülürken %97.8'inin ise herhangi bir bedensel engellerinin bulunmadığı görülmüştür. Benzer biçimde öğrencilerin %9.3'ünün kronik bir rahatsızlığı olduğu bulunurken %90.7'sinin ise herhangi bir kronik rahatsızlığının bulunmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında üniversite öğrencisi katılımcı grubunda 36 kişi (13.4) sahip oldukları psikolojik rahatsızlıklarından ötürü tanı almışlardır. Örneklem grubunun kullanmış oldukları sosyal medya araçlarına ilişkin görüşlerinde ise %75.8'inin Instagram kullandığı görülürken %13'ünün Youtube, %9.7'sinin Twitter ve %1.5'inin ise Facebook kullanımlarının daha aktif olduğu bulunmuştur. Benzer biçimde kullanılan sosyal medya araçlarında sahip olunan takipçi/arkadaş sayılarında ise %37.5'inin 251-500 arasında arkadaş/takipçi sayısı olduğu görülürken, %23.4'ünün 101-250 arasında, %20.4'ünün 0-100 arasında, %12.6'sının 501-1000 arasında ve %5.9'unun da 1000'den fazla arkadaş/takipçi sayısına sahip oldukları bulunmuştur.

Tablo 2: Örneklem Grubunun Yaşlarına Dair Bilgiler

Değişken	Min.	Max.	X	ss
Yaş	18.0	24.0	21.19	1.98

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin en küçüğü 18 en büyüğü ise 24 yaşındadır. Öğrencilerin yaşları ortalaması 21.19 standart sapması ise 1.98 olarak bulunmuştur.

4.2. Araştırma Değişkenlerinin Normallik ve Tanımlayıcı Analizleri

Tablo 3: Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Arasındaki İlişkiye Yönelik Tanımlayıcı İstatistik ve Normallik Kontrolü

Değişkenler	Ort.	Ss	Min.-Mak.	Çarpıklık	Basıklık
Nomofobi Toplam	82,11	25,19	20,00-137,00	-,110	-,587

Bilgiye Erişememe	17,92	6,19	4,00-28,00	-,485	-,639
Rahatlıktan Feragat Etme	20,53	7,26	5,00-35,00	-,063	-,869
İletişim Kuramama	28,95	9,46	6,00-42,00	-,596	-,643
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetmeme	14,69	7,32	5,00-35,00	,742	-,195
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	49,44	9,70	25,00-81,00	,277	,111
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	36,78	6,71	17,00-55,00	,042	,272
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	12,65	5,24	7,00-34,00	1,213	1,468
Benlik Saygısı Toplam	75,28	10,16	42,00-118,00	-,046	1,657
Olumlu Benlik Saygısı	52,90	10,67	22,00-70,00	-,710	,098
Olumsuz Benlik Saygısı	22,37	11,27	10,00-61,00	1,210	,847
Beden İmajı	39,70	7,86	14,00-50,00	-,482	-,352

Tablo 3 incelendiğinde araştırmada yer alan ölçme araçlarının betimsel istatistik sonuçları ile normallik analizine dair çarpıklık ve basıklık sonuçları verilmiştir. Tabloya göre nomofobi toplam boyut ortalaması 82.11 ± 25.19 (20-137), bilgiye erişememe ortalaması 17.92 ± 6.19 (4-28), rahatlıktan feragat etme ortalaması 20.53 ± 7.26 (5-35), iletişim kuramama ortalaması 28.95 ± 9.46 (6-42), çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ortalaması 14.69 ± 7.32 (5-35), sosyal medya kullanımı toplam 49.44 ± 9.70 (25-81), sosyal medya kullanım amaçları ortalaması 36.78 ± 6.71 (17-55), sosyal medya kullanım bağımlılığı ortalaması 12.65 ± 5.24 (7-34), benlik saygısı toplam ortalaması 75.28 ± 10.16 (42-118), olumlu benlik saygısı ortalaması 52.90 ± 10.67 (22-70), olumsuz benlik saygısı ortalaması 22.37 ± 11.27 (10-61) ve beden imajı ortalaması 39.70 ± 7.86 (14-50) olarak bulunmuştur. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının normallik değerlerinin de kabul edilebilir uluslararası değerlerin içinde olduğu tespit edilmiştir ($+2 > a < -2$). Bu bağlamda ilgili analizlerin seçiminde normal dağılım özelliği gösteren analizler seçilmiştir. Tüm analizler .05 anlamlılık ve %95 güven aralığında değerlendirilmiştir.

4.3. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere Ait Güvenirlilik Sonuçları

Çalışma kapsamında kullanılan ölçme araçlarının güvenirlik oranlarının belirlenmesinde iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır.

Tablo 4: Ölçme Araçlarının Güvenirlik Değerleri ve Madde Sayıları

Değişkenler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Nomofobi Toplam	,938	20
Bilgiye Erişememe	,873	4
Rahatlıktan Feragat Etme	,795	5
İletişim Kuramama	,933	6
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetmeme	,859	5
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	,846	18
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	,811	11
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	,868	7
Benlik Saygısı Toplam	,718	20
Olumlu Benlik Saygısı	,894	10
Olumsuz Benlik Saygısı	,926	10
Bedeni İmajı	,937	10

Tablo 4 incelendiğinde araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçlarının iç tutarlılık oranlarının kabul edilen uluslararası oranların içinde yer aldığı saptanmıştır ($\alpha > .70$). Bu bağlamda kullanılan ölçme araçların güvenilir sonuçlar verdiği varsayılmaktadır.

4.4. Korelasyon ve Regresyon Çözümleme Sonuçları

Tablo 5: Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutlarının Korelasyon Analizi

Değişkenler ve												
Alt Boyutları	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(N=269)												
1. Nomofobi												
Toplam	1											
2. Bilgiye Erişememe	,765**	1										
3. Rahatlıktan Feragat Etmeme	,878**	,603**	1									
4. İletişim Kuramama	,874**	,547**	,702**	1								
5. Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetmeme	,796**	,482**	,616**	,560**	1							
6. Sosyal Medya Kullanımı												
Toplam	,584**	,465**	,515**	,443**	,537**	1						
7. Sosyal Medya Kullanım Amaçları	,540**	,459**	,474**	,456**	,412**	,858**	1					
8. Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	,390**	,273**	,345**	,236**	,466**	,753**	,307**	1				
9. Benlik Saygısı												
Toplam	,335**	,207**	,281**	,288**	,329**	,364**	,365**	,206**	1			
10. Olumlu Benlik Saygısı	,194**	,147*	,135*	,189**	,167**	,143*	,208**	-,002	,416**	1		
11. Olumsuz Benlik Saygısı	,118	,048	,126*	,081	,138*	,193**	,132*	,188**	,508**	-,572**	1	
12. Bedeni İmajı												
	,006	,038	-,032	,027	-,015	-,018	,016	-,054	-,103	,520**	-,586**	1

****:** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı; *****: Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

Pearson Korelasyon Analizine göre yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir. Buna göre;

Nomofobi genel ile sosyal medya kullanımı genel arasında ($r=,584$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde nomofobi genel düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanımı genel düzeyi de yükselmektedir.

Nomofobi genel ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ($r=,540$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde nomofobi genel düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım amaçları düzeyi de yükselmektedir.

Nomofobi genel ile sosyal medya kullanım bağımlılığı arasında ($r=,390$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde nomofobi genel düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım bağımlılık düzeyi de yükselmektedir.

Nomofobi genel ile benlik saygısı arasında ($r=,335$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde nomofobi genel düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Nomofobi genel ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,194$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde nomofobi genel düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Bilgiye erişememe ile sosyal medya kullanımı genel arasında ($r=,465$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanımı genel düzeyi de yükselmektedir.

Bilgiye erişememe ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ($r=,459$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım amaçları düzeyi de yükselmektedir.

Bilgiye erişememe ile sosyal medya kullanım bağımlılığı arasında ($r=,273$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım bağımlılık düzeyi de yükselmektedir.

Bilgiye erişememe ile benlik saygısı arasında ($r=,207$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Bilgiye erişememe ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,147$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile sosyal medya kullanımını genel arasında ($r=,515$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanımını genel düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ($r=,474$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım amaçları düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile sosyal medya kullanım bağımlılığı arasında ($r=,345$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım bağımlılık düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile benlik saygısı arasında ($r=,281$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,135$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Rahatlıktan feragat etmeme ile olumsuz benlik saygısı arasında ($r=,126$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde rahatlıktan feragat etmeme düzeyi yükseldikçe olumsuz benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

İletişim kuramama ile sosyal medya kullanımı genel arasında ($r=,443$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde iletişim kuramama düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanımı genel düzeyi de yükselmektedir.

İletişim kuramama ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ($r=,456$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde iletişim kuramama düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım amaçları düzeyi de yükselmektedir.

İletişim kuramama ile sosyal medya kullanım bağımlılığı arasında ($r=,236$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde iletişim kuramama düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım bağımlılık düzeyi de yükselmektedir.

İletişim kuramama ile benlik saygısı arasında ($r=,288$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde iletişim kuramama düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

İletişim kuramama ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,189$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde iletişim kuramama düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile sosyal medya kullanımı genel arasında ($r=,537$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanımı genel düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ($r=,412$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım amaçları düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile sosyal medya kullanım bağımlılığı arasında ($r=,466$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım bağımlılık düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile benlik saygısı arasında ($r=,329$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,167$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ile olumsuz benlik saygısı arasında ($r=,138$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyi yükseldikçe olumsuz benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı genel ile benlik saygısı arasında ($r=,364$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı genel ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,143$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı genel ile olumsuz benlik saygısı arasında ($r=,193$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe olumsuz benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı amaçları ile benlik saygısı arasında ($r=,365$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı amaçları ile olumlu benlik saygısı arasında ($r=,208$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanımı amaçları ile olumsuz benlik saygısı arasında ($r=,132$; $p<0,05$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi yükseldikçe olumsuz benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanım bağımlılığı ile benlik saygısı arasında ($r=,206$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım bağımlılığı düzeyi yükseldikçe benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Sosyal medya kullanım bağımlılığı ile olumsuz benlik saygısı arasında ($r=,188$; $p<0,01$) düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım bağımlılığı düzeyi yükseldikçe olumsuz benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir.

Olumlu benlik saygısı ile beden imajı arasında ($r=,520$; $p<0,01$) orta güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde olumlu benlik saygısı düzeyi yükseldikçe beden imajı düzeyi de yükselmektedir.

Olumsuz benlik saygısı ile beden imajı arasında ($r=-,586$; $p<0,01$) orta güçte negatif yönde anlamlılık bulunmuştur. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde olumsuz benlik saygısı düzeyi yükseldikçe beden imajı düzeyi düşmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Beden İmajı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t değeri	p
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta		
Sabit	39,391	2,705		14,561	,000

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	,042	,075	,036	,557	,578
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	-,097	,096	-,065	-1,010	,313

$$R=0,064 \quad R^2=0,004 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2=-0,003;$$

$$F=,544 \quad p>0,05; \quad \text{Bağımlı Değişken} = \text{Beden İmajı}$$

Tablo 6 incelendiğinde Stepwise modeline göre yapılan regresyon analizinde bağımsız değişkenler olarak sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarının beden imajı üzerinde herhangi bir etki oluşturmadığı bulunmuştur ($p>.05$)

Tablo 7: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Benlik Saygısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t değeri	p
	B	Std Hata	Beta		
Bağımsız Değişken					
Sabit	54,178	3,244		16,699	,000
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	,505	,090	,333	5,586	,000
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	,201	,116	,104	1,738	,083

$$R=0,378 \quad R^2=0,143 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2=0,137;$$

$$F=22,192 \quad p<0,05; \quad \text{Bağımlı Değişken} = \text{Benlik Saygısı}$$

Tablo 7 incelendiğinde Stepwise modeline göre yapılan regresyon analizinde bağımsız değişkenler olarak sosyal medya kullanımı ve alt boyutlarının benlik saygısını %13.7 oranında açıkladığı tespit edilmiştir. Tabloya göre sosyal medya kullanımı genel ($p=0,000<0,05$) ve sosyal medya kullanım amaçları ($p=0,000<0,05$) benlik saygısını matematiksel olarak etkilediği bulunmuştur.

Tablo 8: Katılımcıların Nomofobi ve Alt Boyutları İle Beden İmajı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t değeri	p
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta		
Sabit	39,015	1,719		22,692	,000
Bilgiye Erişememe	,098	,101	,078	,978	,329
Rahatlıktan Feragat Etme	-,133	,105	-,123	-1,262	,208
İletişim Kuramama	,070	,075	,085	,940	,348
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetmeme	-,026	,086	-,024	-,303	,762

R=0,098 R²=0,010 Düzeltilmiş R²=-0,05;
F=,634 p>0,05; Bağımlı Değişken = Beden İmajı

Tablo 8 incelendiğinde Stepwise modeline göre yapılan regresyon analizinde bağımsız değişkenler olarak nomofobi ve alt boyutlarının beden imajı üzerinde herhangi bir etki oluşturmadığı bulunmuştur (p>.05).

Tablo 9: Katılımcıların Nomofobi ve Alt Boyutları İle Benlik Saygısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t değeri	p
	B	Std Hata	Beta		
Bağımsız Değişken					
Sabit	65,279	2,089		31,250	,000
Bilgiye Erişememe	-,007	,122	-,004	-,058	,954
Rahatlıktan Feragat Etme	,082	,128	,059	,640	,522
İletişim Kuramama	,133	,091	,123	1,457	,146
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetmeme	,313	,105	,226	2,980	,003
R=0,354 R ² =0,125 Düzeltilmiş R ² =0,112;					
F=9,447 p<0,05; Bağımlı Değişken = Benlik Saygısı					

Tablo 9 incelendiğinde Stepwise modeline göre yapılan regresyon analizinde bağımsız değişkenler olarak nomofobi ve alt boyutlarının benlik saygısını %11.2 oranında açıkladığı tespit edilmiştir. Tabloya göre nomofobi genel ($p=0,000<0,05$) ve çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme ($p=0,003<0,05$) benlik saygısını matematiksel olarak etkilediği bulunmuştur.

4.5. Gruplar Arası Karşılaştırma Analizleri

Bu bölümde örneklem grubunun demografik bilgileri ile araştırma değişkenleri arasındaki analizlere yer verilmiştir.

Tablo 10: Kadın ve Erkek Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	ss.	t	p																																																																																																											
Nomofobi Toplam	Erkek	58	76,18	25,88	-2,034	,043																																																																																																											
	Kadın	211	83,74	24,81			Bilgiye Erişememe	Erkek	58	17,06	6,51	-1,189	,235	Kadın	211	18,16	6,10	Rahatlıktan Feragat Etme	Erkek	58	18,50	7,17	-2,435	,016	Kadın	211	21,09	7,20	İletişim Kuramama	Erkek	58	25,87	9,74	-2,843	,005	Kadın	211	29,80	9,17	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Erkek	58	14,74	7,56	,054	,957	Kadın	211	14,68	7,27	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868	Kadın	211	49,49	9,58	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın
Bilgiye Erişememe	Erkek	58	17,06	6,51	-1,189	,235																																																																																																											
	Kadın	211	18,16	6,10			Rahatlıktan Feragat Etme	Erkek	58	18,50	7,17	-2,435	,016	Kadın	211	21,09	7,20	İletişim Kuramama	Erkek	58	25,87	9,74	-2,843	,005	Kadın	211	29,80	9,17	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Erkek	58	14,74	7,56	,054	,957	Kadın	211	14,68	7,27	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868	Kadın	211	49,49	9,58	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12								
Rahatlıktan Feragat Etme	Erkek	58	18,50	7,17	-2,435	,016																																																																																																											
	Kadın	211	21,09	7,20			İletişim Kuramama	Erkek	58	25,87	9,74	-2,843	,005	Kadın	211	29,80	9,17	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Erkek	58	14,74	7,56	,054	,957	Kadın	211	14,68	7,27	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868	Kadın	211	49,49	9,58	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																			
İletişim Kuramama	Erkek	58	25,87	9,74	-2,843	,005																																																																																																											
	Kadın	211	29,80	9,17			Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Erkek	58	14,74	7,56	,054	,957	Kadın	211	14,68	7,27	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868	Kadın	211	49,49	9,58	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																														
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Erkek	58	14,74	7,56	,054	,957																																																																																																											
	Kadın	211	14,68	7,27			Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868	Kadın	211	49,49	9,58	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																									
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Erkek	58	49,25	10,21	-,166	,868																																																																																																											
	Kadın	211	49,49	9,58			Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113	Kadın	211	37,12	6,84	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																																				
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Erkek	58	35,55	6,09	-1,589	,113																																																																																																											
	Kadın	211	37,12	6,84			Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086	Kadın	211	12,36	5,03	Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																																															
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Erkek	58	13,70	5,89	1,726	,086																																																																																																											
	Kadın	211	12,36	5,03			Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949	Kadın	211	75,30	10,44	Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																																																										
Benlik Saygısı Toplam	Erkek	58	75,20	9,13	-,064	,949																																																																																																											
	Kadın	211	75,30	10,44			Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539	Kadın	211	53,11	10,64	Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																																																																					
Olumlu Benlik Saygısı	Erkek	58	52,13	10,83	-,616	,539																																																																																																											
	Kadın	211	53,11	10,64			Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600	Kadın	211	22,18	11,12																																																																																																
Olumsuz Benlik Saygısı	Erkek	58	23,06	11,87	,526	,600																																																																																																											
	Kadın	211	22,18	11,12																																																																																																													

Beden İmajı	Erkek	58	38,12	6,90	-1,737	,084
	Kadın	211	40,13	8,06		

Tablo 10 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide cinsiyete göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Nomofobi genel ($t=-2.034$; $p=0.043$), rahatlıktan feragat etmeme ($t=-2.435$; $p=0.016$) ve iletişim kuramama ($t=-2.843$; $p=0.005$) cinsiyet üzerinde matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır. Bunun yanında kadın üniversite öğrencilerinin nomofobi, rahatlıktan feragat etmeme ve iletişim kuramama düzeylerine ait ortalamaları (83.74; 21.09; 29.80) erkek üniversite öğrencilerinin nomofobi, rahatlıktan feragat etmeme ve iletişim kuramama düzeylerine ait ortalamalarından (76.18; 18.50; 25.87) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 11: Bedensel Engel Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi

	Bedensel Engel	N	Ort.	ss.	t	p
Nomofobi Toplam	Var	6	63,16	29,82	-1,872	,062
	Yok	263	82,54	24,97		
Bilgiye Erişememe	Var	6	15,00	9,61	-1,170	,243
	Yok	263	17,99	6,11		
Rahatlıktan Feragat Etme	Var	6	15,83	7,52	-1,609	,109
	Yok	263	20,64	7,23		
İletişim Kuramama	Var	6	20,00	12,39	-2,374	,018
	Yok	263	29,15	9,27		
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	6	12,33	4,96	-,799	,425
	Yok	263	14,74	7,36		
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	6	47,00	4,09	-,624	,533
	Yok	263	49,50	9,7		

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	6	36,00	4,69	-,290	,772
	Yok	263	36,80	6,75		
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	6	11,00	3,16	-,782	,435
	Yok	263	12,69	5,28		
Benlik Saygısı Toplam	Var	6	66,00	5,01	-4,430	,004
	Yok	263	75,49	10,15		
Olumlu Benlik Saygısı	Var	6	49,33	8,52	-1,031	,347
	Yok	263	52,98	10,72		
Olumsuz Benlik Saygısı	Var	6	16,66	5,08	-2,667	,036
	Yok	263	22,50	11,34		
Beden İmajı	Var	6	41,83	7,78	,678	,527
	Yok	263	39,65	7,87		

Tablo 11 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide bedensel engel durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İletişim kuramama ($t=-2.374$; $p=0.018$), benlik saygısı ($t=-4.430$; $p=0.004$) ve olumsuz benlik saygısı ($t=-2.667$; $p=0.036$) bedensel engel durumu üzerinde matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır. Bunun yanında Bedensel engeli bulunmayan üniversite öğrencilerinin iletişim kuramama, benlik saygısı ve olumsuz benlik saygısı düzeylerine ait ortalamaları (29.15; 75.49; 22.50) bedensel engeli bulunan üniversite öğrencilerinin iletişim kuramama, benlik saygısı ve olumsuz benlik saygısı düzeylerine ait ortalamalarından (20.00; 66.00; 16.66) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12:Kronik Hastalık Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi

	Kronik Hastalık	N	Ort.	ss.	t	P																																																																																																											
Nomofobi Toplam	Var	25	81,84	29,82	-,057	,954																																																																																																											
	Yok	244	82,14	24,73			Bilgiye Erişememe	Var	25	15,68	7,57	-1,911	,057	Yok	244	18,15	6,01	Rahatlıktan Feragat Etme	Var	25	21,20	8,18	,477	,634	Yok	244	20,47	7,18	İletişim Kuramama	Var	25	28,96	10,53	,003	,998	Yok	244	28,95	9,32	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	25	16,00	8,17	,936	,350	Yok	244	14,56	7,23	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793	Yok	244	49,49	9,67	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok
Bilgiye Erişememe	Var	25	15,68	7,57	-1,911	,057																																																																																																											
	Yok	244	18,15	6,01			Rahatlıktan Feragat Etme	Var	25	21,20	8,18	,477	,634	Yok	244	20,47	7,18	İletişim Kuramama	Var	25	28,96	10,53	,003	,998	Yok	244	28,95	9,32	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	25	16,00	8,17	,936	,350	Yok	244	14,56	7,23	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793	Yok	244	49,49	9,67	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07								
Rahatlıktan Feragat Etme	Var	25	21,20	8,18	,477	,634																																																																																																											
	Yok	244	20,47	7,18			İletişim Kuramama	Var	25	28,96	10,53	,003	,998	Yok	244	28,95	9,32	Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	25	16,00	8,17	,936	,350	Yok	244	14,56	7,23	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793	Yok	244	49,49	9,67	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																			
İletişim Kuramama	Var	25	28,96	10,53	,003	,998																																																																																																											
	Yok	244	28,95	9,32			Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	25	16,00	8,17	,936	,350	Yok	244	14,56	7,23	Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793	Yok	244	49,49	9,67	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																														
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	25	16,00	8,17	,936	,350																																																																																																											
	Yok	244	14,56	7,23			Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793	Yok	244	49,49	9,67	Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																									
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	25	48,96	10,16	-,262	,793																																																																																																											
	Yok	244	49,49	9,67			Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354	Yok	244	36,90	6,71	Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																																				
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	25	35,60	6,70	-,929	,354																																																																																																											
	Yok	244	36,90	6,71			Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483	Yok	244	12,58	5,25	Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																																															
Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	25	13,36	5,24	,702	,483																																																																																																											
	Yok	244	12,58	5,25			Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593	Yok	244	75,17	10,32	Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																																																										
Benlik Saygısı Toplam	Var	25	76,32	8,47	,535	,593																																																																																																											
	Yok	244	75,17	10,32			Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760	Yok	244	52,96	10,71	Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																																																																					
Olumlu Benlik Saygısı	Var	25	52,28	10,50	-,306	,760																																																																																																											
	Yok	244	52,96	10,71			Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440	Yok	244	22,20	11,07																																																																																																
Olumsuz Benlik Saygısı	Var	25	24,04	13,14	,773	,440																																																																																																											
	Yok	244	22,20	11,07																																																																																																													

Beden İmajı	Var	25	38,88	7,97	-,549	,584
	Yok	244	39,78	7,86		

Tablo 12 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide kronik hastalık durumuna göre anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 13: Tanı Almış Psikiyatrik Rahatsızlık Durumuna Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Bağımsız Örneklem T Testi Analizi

	Psikiyatrik Tanı	N	Ort.	ss.	t	P
Nomofobi Toplam	Var	36	90,11	25,33	2,059	,041
	Yok	233	80,87	24,99		
Bilgiye Erişememe	Var	36	17,83	6,38	-,096	,924
	Yok	233	17,93	6,18		
Rahatlıktan Feragat Etme	Var	36	23,30	7,05	2,478	,014
	Yok	233	20,11	7,21		
İletişim Kuramama	Var	36	32,36	9,19	2,349	,020
	Yok	233	28,42	9,37		
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Var	36	16,61	8,65	1,693	,092
	Yok	233	14,39	7,06		
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	Var	36	51,80	10,39	1,571	,117
	Yok	233	49,08	9,56		
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Var	36	39,00	7,12	2,139	,033
	Yok	233	36,44	6,59		

Sosyal Medya Kullanım Bağımlılığı	Var	36	12,80	5,11	,181	,857
	Yok	233	12,63	5,27		
Benlik Saygısı Toplam	Var	36	80,97	11,60	3,227	,002
	Yok	233	74,40	9,65		
Olumlu Benlik Saygısı	Var	36	53,58	9,35	,410	,682
	Yok	233	52,79	10,88		
Olumsuz Benlik Saygısı	Var	36	27,38	12,21	2,905	,004
	Yok	233	21,60	10,94		
Beden İmajı	Var	36	37,94	7,00	-1,445	,150
	Yok	233	39,97	7,96		

Tablo 13 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide tanı alınmış psikiyatrik rahatsızlık durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Nomofobi genel ($t=2.059$; $p=0.041$), rahatlıktan feragat etmeme ($t=2.458$; $p=0.014$), iletişim kuramama ($t=2.349$; $p=0.020$), sosyal medya kullanım amaçları ($t=2.139$; $p=0.033$), benlik saygısı ($t=3.227$; $p=0.002$) ve olumsuz benlik saygısı ($t=2.905$; $p=0.004$) tanı alınmış psikiyatrik rahatsızlık durumu üzerinde matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır. Bunun yanında tanı alınmış psikiyatrik bir rahatsızlığı olan üniversite öğrencilerinin nomofobi genel, rahatlıktan feragat etmeme, iletişim kuramama, sosyal medya kullanım amaçları, benlik saygısı ve olumsuz benlik saygısı düzeylerine ait ortalamaları (90.11; 23.30; 32.36; 39.00; 80.97; 27.38) tanı alınmış psikiyatrik bir rahatsızlığı olmayan üniversite öğrencilerinin nomofobi genel, rahatlıktan feragat etmeme, iletişim kuramama, sosyal medya kullanım amaçları, benlik saygısı ve olumsuz benlik saygısı düzeylerine ait ortalamalarından (80.87; 20.11; 28.42; 36.44; 74.40; 21.60) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14:Kardeş Sayısına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans(Anova) Analizi

	Kardeş Sayısı	N	Ort.	ss.	F	p	Anlamlı Fark
Nomofobi Toplam	Kardeşim Yok (1)	105	80,95	26,41	,116	,977	
	1 Kardeş (2)	77	83,33	24,79			
	2 Kardeş (3)	49	82,53	23,14			
	3 Kardeş (4)	21	83,14	29,63			
	4+ Kardeş (5)	17	81,29	21,21			
Bilgiye Erişememe	Kardeşim Yok (1)	105	17,93	6,45	,678	,607	
	1 Kardeş (2)	77	18,46	6,32			
	2 Kardeş (3)	49	18,16	5,60			
	3 Kardeş (4)	21	16,28	6,32			
	4+ Kardeş (5)	17	16,76	5,64			
Rahatlıktan Feragat Etme	Kardeşim Yok (1)	105	20,35	7,43	,316	,867	
	1 Kardeş (2)	77	20,74	7,31			
	2 Kardeş (3)	49	21,24	6,85			
	3 Kardeş (4)	21	20,23	7,86			
	4+ Kardeş (5)	17	19,11	6,98			
İletişim Kuramama	Kardeşim Yok (1)	105	28,86	9,99	,251	,909	
	1 Kardeş (2)	77	29,29	9,48			
	2 Kardeş (3)	49	27,93	8,16			
	3 Kardeş (4)	21	30,00	11,07			
	4+ Kardeş (5)	17	29,58	7,29			
Çevrimiçi Bağlantıyı	Kardeşim Yok (1)	105	13,80	7,40	,916	,455	
	1 Kardeş (2)	77	14,83	6,42			

Kaybetme	2 Kardeş (3)	49	15,18	7,79		
	3 Kardeş (4)	21	16,61	8,85		
	4+ Kardeş (5)	17	15,82	7,30		
	Kardeşim Yok (1)	105	48,02	9,82		
Sosyal Medya Kullanımı Toplam	1 Kardeş (2)	77	50,31	8,72		
	2 Kardeş (3)	49	49,83	9,57	1,468	,212
	3 Kardeş (4)	21	53,00	11,19		
	4+ Kardeş (5)	17	48,76	11,07		
	Kardeşim Yok (1)	105	36,08	6,61		
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	1 Kardeş (2)	77	37,57	6,96		
	2 Kardeş (3)	49	36,57	5,89	1,990	,096
	3 Kardeş (4)	21	39,66	7,33		
	4+ Kardeş (5)	17	34,64	6,78		
	Kardeşim Yok (1)	105	11,94	5,17		
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 Kardeş (2)	77	12,74	4,45		
	2 Kardeş (3)	49	13,26	5,76	1,074	,370
	3 Kardeş (4)	21	13,33	5,36		
	4+ Kardeş (5)	17	14,11	7,05		
	Kardeşim Yok (1)	105	75,02	10,13		
Benlik Saygısı Toplam	1 Kardeş (2)	77	75,10	7,94		
	2 Kardeş (3)	49	76,34	12,34	,191	,943
	3 Kardeş (4)	21	74,47	11,76		
	4+ Kardeş (5)	17	75,58	11,26		
	Kardeşim Yok (1)	105	52,07	11,30		
Olumlu Benlik Saygısı	1 Kardeş (2)	77	54,80	8,97	2,519	,042
	2 Kardeş (3)	49	54,14	10,71		
	Kardeşim Yok (1)	105	52,07	11,30		

2>5
P=0.030

	3 Kardeş (4)	21	52,33	7,22		
	4+ Kardeş (5)	17	46,52	14,71		
Olumsuz Benlik Saygısı	Kardeşim Yok (1)	105	22,95	12,06		
	1 Kardeş (2)	77	20,29	9,25		
	2 Kardeş (3)	49	22,20	10,70	2,264	,063
	3 Kardeş (4)	21	22,14	9,92		
	4+ Kardeş (5)	17	29,05	15,38		
		Kardeşim Yok (1)	105	39,52	8,16	
Beden İmajı	1 Kardeş (2)	77	40,98	7,43		
	2 Kardeş (3)	49	39,67	7,88	1,581	,180
	3 Kardeş (4)	21	39,04	6,82		
	4+ Kardeş (5)	17	35,88	8,35		

Tablo 14 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide kardeş sayısına göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Olumlu benlik saygısı ($f=2,519$; $p=0,042$) kardeş sayısına göre matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır.

Tabloya göre hangi değişkenler arasında ilişki olduğunu ortaya koymak için Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi sonrası yapılan Post-Hoc. Tukey testine göre;

Olumlu benlik saygısı için '1 Kardeş' ile '4 ve Üzeri Kardeş' sayıları arasında ($p=0.030^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda bir kardeşi olan üniversite öğrencilerin olumlu benlik saygısı düzeyleri 4 ve üzeri kardeşe sahip olan üniversite öğrencilerin olumlu benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Tablo 15:Vücut Kitle İndeksine (VKİ) Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans(Anova) Analizi

	VKİ	N	Ort.	ss.	f	P	Anlamlı Fark
Nomofobi Toplam	Zayıf (1)	29	82,75	25,50	,755	,520	
	Normal (2)	189	82,55	25,92			
	Fazla Kilolu (3)	40	82,67	18,68			
	Şişman (4)	11	70,90	32,31			
Bilgiye Erişememe	Zayıf (1)	29	18,86	5,99	1,325	,267	
	Normal (2)	189	18,07	6,27			
	Fazla Kilolu (3)	40	17,42	5,48			
	Şişman (4)	11	14,72	7,49			
Rahatlıktan Feragat Etme	Zayıf (1)	29	19,79	7,64	1,045	,373	
	Normal (2)	189	20,85	7,50			
	Fazla Kilolu (3)	40	20,55	5,34			
	Şişman (4)	11	17,09	7,95			
İletişim Kuramama	Zayıf (1)	29	29,20	9,40	1,054	,369	
	Normal (2)	189	28,90	9,62			
	Fazla Kilolu (3)	40	30,22	7,51			
	Şişman (4)	11	24,54	11,96			
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	Zayıf (1)	29	14,89	7,28	,021	,996	
	Normal (2)	189	14,71	7,50			
	Fazla Kilolu (3)	40	14,47	6,70			
	Şişman (4)	11	14,54	7,25			
Sosyal Medya Kullanımı	Zayıf (1)	29	49,68	11,62	,138	,938	
	Normal (2)	189	49,52	9,53			

Toplam	Fazla Kilolu (3)	40	49,37	7,37			
	Şişman (4)	11	47,63	14,86			
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Zayıf (1)	29	36,75	7,67			
	Normal (2)	189	36,97	6,70	,604	,613	
	Fazla Kilolu (3)	40	36,65	5,26			
	Şişman (4)	11	34,18	9,02			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Zayıf (1)	29	12,93	6,32			
	Normal (2)	189	12,55	4,98	,136	,939	
	Fazla Kilolu (3)	40	12,72	4,94			
	Şişman (4)	11	13,45	7,82			
Benlik Saygısı Toplam	Zayıf (1)	29	76,62	8,88			
	Normal (2)	189	77,16	9,98	2,875	,037	2>3 P=0.049
	Fazla Kilolu (3)	40	76,70	8,34			
	Şişman (4)	11	78,54	17,75			
Olumlu Benlik Saygısı	Zayıf (1)	29	52,75	10,68			
	Normal (2)	189	53,09	10,91	,081	,971	
	Fazla Kilolu (3)	40	52,30	10,87			
	Şişman (4)	11	52,18	5,65			
Olumsuz Benlik Saygısı	Zayıf (1)	29	23,86	12,46			
	Normal (2)	189	21,06	10,57			3>2 P=0.032
	Fazla Kilolu (3)	40	26,40	11,88	3,254	,022	
	Şişman (4)	11	26,36	13,93			
Beden İmajı	Zayıf (1)	29	42,68	6,76			1>3
	Normal (2)	189	40,53	7,38	9,285	,000	P=0.001
	Fazla Kilolu (3)	40	35,25	8,83			1>4
	Şişman (4)	11	33,72	6,45			P=0.005

Tablo 15 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide vücut kitle indeksi (VKİ) düzeylerine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Benlik saygısı ($f=2,875$; $p=0,037$), olumsuz benlik saygısı ($f=3,254$; $p=0,022$) ve beden imajı ($f=9,285$; $p=0,000$) vücut kitle indeksi (VKİ) düzeylerine göre matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır.

Tabloya göre hangi değişkenler arasında ilişki olduğunu ortaya koymak için Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi sonrası yapılan Post-Hoc. Tukey testine göre;

Benlik saygısı için ‘Normal’ ile ‘Fazla Kilolu’ VKİ arasında ($p=0.049^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda normal VKİ değerleri olan üniversite öğrencilerin benlik saygısı düzeyleri fazla kilolu VKİ değerlerine sahip olan üniversite öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Olumsuz benlik saygısı için ‘Fazla Kilolu’ ile ‘Normal’ VKİ arasında ($p=0.032^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda fazla kilolu VKİ değerleri olan üniversite öğrencilerin olumsuz benlik saygısı düzeyleri normal VKİ değerlerine sahip olan üniversite öğrencilerin olumsuz benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Beden imajı için ‘Zayıf’ ile ‘Fazla Kilolu’ VKİ arasında ($p=0.001^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda zayıf VKİ değerleri olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeyleri fazla kilolu VKİ değerlerine sahip olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeylerinden yüksektir.

Beden imajı için ‘Zayıf’ ile ‘Şişman’ VKİ arasında ($p=0.005^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda zayıf VKİ değerleri olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeyleri şişman VKİ değerlerine sahip olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeylerinden yüksektir.

Beden imajı için ‘Normal’ ile ‘Şişman’ VKİ arasında ($p=0.020^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda normal VKİ değerleri olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeyleri şişman VKİ değerlerine sahip olan üniversite öğrencilerin beden imajı düzeylerinden yüksektir.

Tablo 16:En Çok Kullanılan Sosyal Medya Araçlarına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans(Anova) Analizi

	Kullanılan Sosyal Medya Aracı	N	Ort.	ss.	f	p	Anlamlı Fark
Nomofobi Toplam	İnstagram (1)	204	84,94	24,63	6,857	,000	1>4
	Twitter (2)	26	83,65	22,50			P=0.000
	Faacebook (3)	4	79,50	27,23			2>4
	Youtube (4)	35	64,77	24,08			P=0.016
Bilgiye Erişememe	İnstagram (1)	204	18,52	6,09	5,309	,001	1>4
	Twitter (2)	26	18,53	4,98			P=0.001
	Faacebook (3)	4	15,25	6,50			2>4
	Youtube (4)	35	14,25	6,46			P=0.034
Rahatlıktan Feragat Etme	İnstagram (1)	204	21,08	7,12	2,587	,053	
	Twitter (2)	26	20,53	7,33			
	Faacebook (3)	4	19,75	7,41			
	Youtube (4)	35	17,42	7,52			
İletişim Kuramama	İnstagram (1)	204	29,85	9,05	5,953	,001	1>4
	Twitter (2)	26	30,15	9,34			P=0.000
	Faacebook (3)	4	28,75	12,14			2>4
	Youtube (4)	35	22,85	9,47			P=0.013
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	İnstagram (1)	204	15,47	7,52	5,410	,001	1>4
	Twitter (2)	26	14,42	5,81			P=0.000
	Faacebook (3)	4	15,75	8,34			
	Youtube (4)	35	10,22	5,38			
Sosyal Medya	İnstagram (1)	204	50,14	9,33	6,729	,000	1>4

Kullanımı Toplam	Twitter (2)	26	51,19	9,75			P=0.000
	Faacebook (3)	4	57,25	10,53			2>4 P=0.06
	Youtube (4)	35	43,20	9,46			3>4 P=0.026
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	İnstagram (1)	204	37,38	6,26			1>4 P=0.000
	Twitter (2)	26	38,57	7,02			2>4 P=0.00
	Faacebook (3)	4	43,75	8,01	12,102	,000	3>4 P=0.001
	Youtube (4)	35	31,17	6,00			
Sosyal Medya Bağımlılığı	İnstagram (1)	204	12,75	5,33			
	Twitter (2)	26	12,61	4,93			
	Faacebook (3)	4	13,50	3,69	,224	,880	
	Youtube (4)	35	12,02	5,23			
Benlik Saygısı Toplam	İnstagram (1)	204	75,26	10,28			
	Twitter (2)	26	78,57	8,68			2>4 P=0.050
	Faacebook (3)	4	82,25	10,62	2,723	,045	
	Youtube (4)	35	72,11	9,64			
Olumlu Benlik Saygısı	İnstagram (1)	204	53,60	11,13			
	Twitter (2)	26	51,65	8,85			1>4 P=0.042
	Faacebook (3)	4	61,25	8,77	3,015	,031	
	Youtube (4)	35	48,80	7,99			
Olumsuz Benlik Saygısı	İnstagram (1)	204	21,66	11,17			
	Twitter (2)	26	26,92	12,52			
	Faacebook (3)	4	21,00	15,14	1,797	,148	
	Youtube (4)	35	23,31	10,03			
Benlik İmajı	İnstagram (1)	204	40,05	7,93	1,102	,349	

Twitter (2)	26	37,88	6,50
Faacebook (3)	4	43,25	8,30
Youtube (4)	35	38,60	8,23

Tablo 16 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide en sık kullanılan sosyal medya araçlarına göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Nomofobi genel ($f=6,857$; $p=0,000$), bilgiye erişememe ($f=5,309$; $p=0,001$), iletişim kuramama ($f=5,953$; $p=0,001$), çevrimiçi bağlantıyı kaybetme ($f=5,410$; $p=0,001$), sosyal medya kullanımı genel ($f=6,729$; $p=0,000$), sosyal medya kullanım amaçları ($f=12,102$; $p=0,000$), benlik saygısı ($f=2,723$; $p=0,045$) ve olumlu benlik saygısı ($f=3,015$; $p=0,031$) en sık kullanılan sosyal medya araçlarına göre matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır.

Tabloya göre hangi değişkenler arasında ilişki olduğunu ortaya koymak için Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi sonrası yapılan Post-Hoc. Tukey testine göre;

Nomofobi için 'Instagram' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin nomofobi düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin nomofobi düzeylerinden yüksektir.

Nomofobi için 'Twitter' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.016^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin nomofobi düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin nomofobi düzeylerinden yüksektir.

Bilgiye erişeme için 'Instagram' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.001^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin bilgiye erişememe düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin bilgiye erişememe düzeylerinden yüksektir.

Bilgiye erişememe için 'Twitter' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.034^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin bilgiye erişememe düzeyleri youtube

sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin bilgiye erişememe düzeylerinden yüksektir.

İletişim kuramama için 'Instagram' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin iletişim kuramama düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin iletişim kuramama düzeylerinden yüksektir.

İletişim kuramama için 'Twitter' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.013^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin iletişim kuramama düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin iletişim kuramama düzeylerinden yüksektir.

Çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme için 'Instagram' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin çevrimiçi bağlantıyı kaybetmeme düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanımı genel için 'Instagram' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanımı genel için 'Twitter' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.006^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanımı genel için 'Facebook' ile 'Youtube' sosyal medya araçları arasında ($p=0.026^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda facebook sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım genel düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için ‘Instagram’ ile ‘Youtube’ sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için ‘Twitter’ ile ‘Youtube’ sosyal medya araçları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için ‘Facebook’ ile ‘Youtube’ sosyal medya araçları arasında ($p=0.001^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda facebook sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Benlik saygısı için ‘Twitter’ ile ‘Youtube’ sosyal medya araçları arasında ($p=0.050^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda twitter sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin benlik saygısı düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Olumlu benlik saygısı için ‘Instagram’ ile ‘Youtube’ sosyal medya araçları arasında ($p=0.042^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda instagram sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin olumlu benlik saygısı düzeyleri youtube sosyal medya aracını kullanan üniversite öğrencilerin olumlu benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Tablo 17:Sahip Olunan Takipçi Sayısına Göre Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı ile Alt Boyutları Arasındaki Tek Yönlü Varyans(Anova) Analizi

	Takipçi Sayısı	N	Ort.	ss.	f	p	Anlamlı Fark
Nomofobi	0-100 Arası (1)	55	76,27	27,88	2,634	,035	4>1

Toplam	101-250 Arası (2)	63	79,60	24,34	P=0.017	
	251-500 Arası (3)	101	82,95	22,11		
	501-1000 Arası (4)	34	93,17	29,75		
	1000'den Fazla (5)	16	83,31	21,08		
	0-100 Arası (1)	55	15,85	6,73		
Bilgiye Erişememe	101-250 Arası (2)	63	17,49	5,89	4>1 P=0.007	
	251-500 Arası (3)	101	18,21	5,66		3,448 ,009
	501-1000 Arası (4)	34	20,38	6,83		
	1000'den Fazla (5)	16	19,68	5,36		
	0-100 Arası (1)	55	20,09	7,85		
Rahatlıktan Feragat Etme	101-250 Arası (2)	63	20,44	6,75	2,317 ,058	
	251-500 Arası (3)	101	19,99	7,05		
	501-1000 Arası (4)	34	23,91	7,90		
	1000'den Fazla (5)	16	18,75	5,59		
	0-100 Arası (1)	55	26,81	10,18		
İletişim Kuramama	101-250 Arası (2)	63	27,73	9,66	2,069 ,085	
	251-500 Arası (3)	101	29,94	8,80		
	501-1000 Arası (4)	34	31,82	9,81		
	1000'den Fazla (5)	16	28,81	7,12		
	0-100 Arası (1)	55	13,50	6,75		
Çevrimiçi Bağlantıyı Kaybetme	101-250 Arası (2)	63	13,93	7,06	1,574 ,181	
	251-500 Arası (3)	101	14,80	6,72		
	501-1000 Arası (4)	34	17,05	9,55		
	1000'den Fazla (5)	16	16,06	7,90		
	0-100 Arası (1)	55	46,38	10,93		
Sosyal Medya Kullanımı	101-250 Arası (2)	63	49,22	9,18	3,367 ,010	4>1 P=0.004

Toplam	251-500 Arası (3)	101	49,45	8,75			
	501-1000 Arası (4)	34	53,73	9,70			
	1000'den Fazla (5)	16	51,68	10,18			
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	0-100 Arası (1)	55	33,50	7,37		3>1	
	101-250 Arası (2)	63	36,39	5,74		P=0.003	
	251-500 Arası (3)	101	37,49	6,49	6,467	,000	4>1
	501-1000 Arası (4)	34	40,26	6,30			P=0.000
	1000'den Fazla (5)	16	37,75	5,66			4>2
							P=0.041
Sosyal Medya Bağımlılığı	0-100 Arası (1)	55	12,87	6,17			
	101-250 Arası (2)	63	12,82	5,46			
	251-500 Arası (3)	101	11,96	4,36	,926	,449	
	501-1000 Arası (4)	34	13,47	5,29			
	1000'den Fazla (5)	16	13,93	5,98			
Benlik Saygısı Toplam	0-100 Arası (1)	55	73,65	9,54			
	101-250 Arası (2)	63	72,96	11,67		4>1	
	251-500 Arası (3)	101	75,49	9,45	3,610	,007	P=0.027
	501-1000 Arası (4)	34	80,11	8,40			4>2
	1000'den Fazla (5)	16	78,37	10,30			P=0.008
Olumlu Benlik Saygısı	0-100 Arası (1)	55	50,27	9,79			
	101-250 Arası (2)	63	49,90	11,56		4>1	
	251-500 Arası (3)	101	54,07	10,59	4,674	,001	P=0.031
	501-1000 Arası (4)	34	56,88	8,42			4>2
	1000'den Fazla (5)	16	57,87	9,99			P=0.015
Olumsuz Benlik Saygısı	0-100 Arası (1)	55	23,38	11,66			
	101-250 Arası (2)	63	23,06	12,04	,508	,730	
	251-500 Arası (3)	101	21,41	10,87			

	501-1000 Arası (4)	34	23,23	10,33		
	1000'den Fazla (5)	16	20,50	11,75		
	0-100 Arası (1)	55	39,80	8,51		
	101-250 Arası (2)	63	39,26	7,34		
Beden İmajı	251-500 Arası (3)	101	39,51	8,22	,232	,921
	501-1000 Arası (4)	34	40,23	7,34		
	1000'den Fazla (5)	16	41,12	6,82		

Tablo 17 incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile alt boyutları arasındaki ilişkide sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayılarına göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Nomofobi genel ($f=2,634$; $p=0,035$), bilgiye erişememe ($f=3,448$; $p=0,009$), sosyal medya kullanımı genel ($f=3,367$; $p=0,010$), sosyal medya kullanım amaçları ($f=6,467$; $p=0,000$), benlik saygısı ($f=3,610$; $p=0,007$) ve olumlu benlik saygısı ($f=4,674$; $p=0,001$) sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına göre matematiksel olarak anlamlılık oluşturmaktadır.

Tabloya göre hangi değişkenler arasında ilişki olduğunu ortaya koymak için Tek Yönlü Varyans (Anova) analizi sonrası yapılan Post-Hoc. Tukey testine göre;

Nomofobi için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.017^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde nomofobi düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin nomofobi düzeylerinden yüksektir.

Bilgiye erişememe için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.007^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde bilgiye erişememe düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin bilgiye erişememe düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanımı genel için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.010^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı genel düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı genel düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.000^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için '251-500 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.003^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 251-500 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Sosyal medya kullanım amaçları için '501-1000 Arası' ile '101-250 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.041^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları düzeyi 101-250 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinden yüksektir.

Benlik saygısı için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.027^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde

benlik saygısı düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Benlik saygısı için '501-1000 Arası' ile '101-250 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.008^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde benlik saygısı düzeyi 101-250 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Olumlu benlik saygısı için '501-1000 Arası' ile '0-100 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.031^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde olumlu benlik saygısı düzeyi 0-100 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin olumlu benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

Olumlu benlik saygısı için '501-1000 Arası' ile '101-250 Arası' sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayıları arasında ($p=0.015^*$; $p<.05$) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bulgu sonucunda 501-1000 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinde olumlu benlik saygısı düzeyi 101-250 arası sosyal medya platformlarında sahip olunan arkadaş/takipçi sayısına sahip üniversite öğrencilerinin olumlu benlik saygısı düzeylerinden yüksektir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde, çalışmayı destekler nitelikteki araştırmaların tespit edilmesi kaynaklı literatür taraması sonucunda sosyal medya kullanımı ve nomofobinin, benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin incelenmesi ile ilgili araştırmanın hipotezlerinin doğruluğunun saptanmasına yönelik değerlendirmeler yer almaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular literatüre göre yorumlanmış ve tartışılmıştır.

Tartışma ve yorumlar; sosyal medya kullanımı ve nomofobinin benlik saygısı ve beden imajı değişkenlerinin birbirleriyle ve demografik değişkenlere göre değerlendirilmesini içeren iki bölümden oluşmaktadır.

5.1. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkinin Açıklanması

Araştırma sonucunda Nomofobi genel ile sosyal medya kullanımı genel arasında orta güçte doğrusal yönde anlamlı ilişki bulunmuş, nomofobi yükseldikçe sosyal medya kullanımı da buna paralellik göstererek yükselmiştir. Nomofobinin alt boyutlarından biri olan “iletişim kuramama” ile “sosyal medya kullanımı” arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu saptanmış, iletişim kuramama düzeyindeki artış ile beraber sosyal medya kullanımındaki artış arasında literatürde yer alan sonuçlara benzer sonuçlar elde edilmiştir (Gezgin Şahin ve Yıldırım, 2017). Sosyal medya kullanımının alt boyutlarından biri olan “sosyal medya bağımlılığı” alt boyutu ile nomofobi arasındaki ilişki de anlamlı bulunmuş, sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça nomofobi oranında da bir artış olduğu saptanmıştır bu veri de önceki bir diğer çalışmayı destekler niteliktedir (Ünver, Benli ve Ünver, 2021). We are social (2022) verilerine göre Türkiye’de kişiler gün içerisinde mobil telefonda 4 saat 29 dakikası geçiriyorken bu sürenin yarısından fazlasını sosyal medya kullanımına ve iletişime ayırmaktalar. Buradan yola çıkarak sosyal medya kullanımı değişkeninin araştırma sonucuna paralel olarak nomofobinin özellikle “çevrimiçi bağlantıyı kaybetme” ve “iletişim kuramama” alt boyutlarında önemli bir etki oluşturduğu saptanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilmiş başka bir bulgu ise sosyal medya kullanımı ve olumsuz benlik saygısı arasında düşük güçte doğrusal ilişki bulunduğu, sosyal

medya kullanımı yükseldiğinde olumsuz benlik saygısı da yükselmektedir. Bu ilişkiyi destekler nitelikte olan bir çalışmada kişiler kendilerini sosyal medya ağları aracılığı ile diğer kullanıcılar ile yukarı yönlü bir kıyas içerisinde bulduklarında benlik saygısı olumsuz olarak etkilenmektedir (Steers, Wickham ve Acitelli, 2014). Benzer bir araştırma sonucunda kişinin sosyal medya üzerinden yaptığı karşılaştırmaları aşağı ve yukarı olmak üzere iki yönde yaptığından bahsetmiş ve yukarı yönlü karşılaştırmalar sebebiyle kişinin benlik saygısının araştırmayı destekler nitelikte zarar göreceği ifade edilmiştir (Bäzner, Brömer, Hammelstein, ve Meyer, 2006; de Vries ve Kühne, 2015; Vogel, Rose, Roberts ve Eckles, 2014). Araştırmada sosyal medya kullanımı ve benlik saygısının alt boyutu olan olumlu benlik saygısı arasında düşük güçte doğrusal yönde anlamlılık bulunmuş, sosyal medya kullanım düzeyi yükseldikçe olumlu benlik saygısı da yükselmektedir. Genel kanı sosyal medya kullanımının kişinin kendini başkaları kıyası ile beraber benlik saygısının düşeceği yönündeyken, farklı araştırmalar kişinin aşağı yönlü bir karşılaştırma içerisinde olduğunda kişinin benlik saygısına ve kendine dair tatminine olumlu etki edeceği görülmüş, ve bulguların araştırmayı destekler yönde olduğu bulunmuştur (Brown, Ferris Heller ve Keeping, 2007; Yang, 2016).

Sosyal medya kullanımının alt boyutu olan sosyal medya bağımlılığı ile olumlu benlik saygısı arasında bir ilişki bulunmadığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı ile olumsuz benlik saygısı arasında düşük güçte anlamlı, doğrusal bir ilişki bulunmuş. Sosyal medya bağımlılığı ile beraber olumsuz benlik saygısındaki yükseliş kişinin karşılaştırmaları hasebiyle gerçekleştiği araştırmanın bulgularına dayandırılmıştır. Benzer bulgular yapılmış farklı bir çalışmada bulunmuş Şahin ve Kumcağız (2017) da düşük güçte negatif bir ilişkinin varlığından bahsetmiştir. Yine çalışmayı destekler nitelikte başka çalışmalarda literatürde yer almakta ve bu çalışmalar da benzer veriler ortaya koymaktadır (Tibber, Zhao, Butler 2020; Uzun, Yıldırım ve Uzun 2016).

Araştırma sonucunda nomofobi ile benlik saygısı arasında orta güçte doğru yönde anlamlı bir ilişki olduğu, nomofobi düzeyinde yükseliş ile beraber benlik saygısının da yükseldiği bulunmuştur. Benzer bulgular ırklar arası yapılmış bir başka çalışmada da elde edilmiş, iki araştırmanın birbirini destekler nitelikte olduğu görülmüştür (Ozdemir, Cakır ve Hussain, 2018). Daha fazla araştırmaya muhtaç olan ve görece yeni sayılabilecek bir konu olan nomofobinin artışı ile beraber benlik

saygısı üzerindeki artış kişinin mobil cihazının yanında bulundurması ile beraber psikolojik iyi oluşunu, kendine dair güvenini ve fobinin yol açacağı sıkıntıların daha az veyahut hissetmemesinden kaynaklı olabileceği ortaya konulmuştur. Nomofobinin alt boyutlarından olan çevrimiçi bağlantıyı kaybetme boyutunun yükselişi ile olumsuz benlik saygısındaki yükselişin orta güçte anlamlı bir ilişki içerisinde bulunması önemli bir başka bulguya işaret etmektedir. Çevrimiçi bağlantıyı kaybetme alt boyutunun ana unsuru olan sosyal medya kullanımının nomofobinin diğer alt boyutlarına nazaran benlik saygısını daha fazla düşürdüğü bulunmuştur.

Sosyal medya kullanımı ve beden imajı arasında korelasyona dayalı anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Literatürde farklı bulgular edinilmiş çalışmalar mevcuttur, Cohen ve Blaszczynski (2015) yılında yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımı arttıkça beden imajının olumsuz anlamda etkilendiğini ortaya koymuştur. Cohen ve Blaszczynski' nin çalışmasındaki örneklemin yaşça daha küçük olması ve çalışmanın örneklem cinsiyetinin yalnız kadınlardan oluşması, yaptığımız araştırma ile farklılıkların unsurlarındandır. Yaptığımız araştırmanın bulgularının ergenlik yaşlarından daha çok yetişkin yaşlarına yakın olması beden imajının olumsuz anlamda etkilenmemesine neden olabilir. Gomez, Villalobos ve Fausto (2015) çalışmasına göre sosyal medyanın beden imajı üzerinde olumsuz etkisinin kadın cinsiyetinde daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur bu çalışma da Cohen ve Blaszczynski (2015) çalışması ile farklılığın nedeni olarak görülmektedir.

Nomofobi ile beden imajı arasında Pearson korelasyon analizine göre anlamlı bir ilişki bulunmamış, yine katılımcıların nomofobi bağımsız değişkeninin beden imajı üzerinde Regresyon analizinin Stepwise modeline göre mevcut bir etki içerisinde olmadığı görülmüştür, literatürde bu iki konu üzerine yapılmış başka bir çalışmaya rastlanmamış araştırmanın nomofobinin beden imajı üzerine etkisi hipotezleri reddedilmiştir.

5.2. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi

5.2.1. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Cinsiyet Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Gruplar arası karşılaştırma analizinde cinsiyet değişkenine göre nomofobi genel boyutunda matematiksel olarak anlamlılık olduğu görülmüş nomofobinin rahatlıktan feragat etme ve iletişim kuramama alt boyutlarının kadın üniversite öğrencilerinin erkek üniversite öğrencilerine nazaran daha yüksek olduğu görülmüştür. Daha geniş bir örneklem ile yine üniversite öğrencilerini kapsayan bir başka araştırmada benzer bulgular elde edilmiş ve bu bulgularda da kadın öğrencilerin nomofobi düzeyleri erkek öğrencilerininkine kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür (Gezgin, Şumuer, Aslan, Yıldırım, 2017).

5.2.2. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Bedensel Engel Durumu Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Gruplar arası karşılaştırma analizinde bedensel engel durumu değişkenine göre nomofobinin alt boyutu olan iletişim kuramamada anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bedensel engeli olmayan öğrencilere göre bedensel engeli olan öğrenciler mobil telefonu ile iletişimi gerçekleştiremeyecek olma durumunda daha fazla nomofobik semptomlardan etkilenmektedir. Yine araştırmada benzer bir bulgu da bedensel engelli olan bireylerin olmayan bireylere oranla olumsuz benlik saygısının daha yüksek olduğu ve anlamlı bir farklılık içerdiği görülmektedir. Adler (1998) organ eksikliğine sahip olmanın kişinin kendine duyduğu saygıyı azaltacağını ifade etmiştir. Ancak literatürde farklı sonuçlar elde edilmiş çalışmalar da mevcuttur (Akpınar ve Şahin, 2016). Çalışmanın bedensel engel durumu mevcut olan kişi sayısı bakımından düşük olması araştırmadaki bu değişkene sınırlılık getirmektedir.

5.2.3. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Tanı Almış Psikiyatrik Rahatsızlık Durumuna Göre Değerlendirilmesi

Gruplar arası karşılaştırma analizinde tanı almış psikiyatrik rahatsızlık durumunu değişkenine göre araştırmanın sosyal medya kullanım değişkeni, nomofobi değişkeni ve benlik saygısı değişkenleri arasında anlamlı farklılık ortaya konmuştur. Tanı almış kişilerin almamış olanlara göre benlik saygısının alt boyutu olan olumsuz benlik saygısının yüksek çıkması psikiyatrik rahatsızlıkların benlik saygısını düşüreceğini göstermektedir, benzer bulgular sahip olan başka araştırmalar da literatürde yer almaktadır (Arıcak, 1995). Bir diğer bulgu olan tanı almış kişilerin sosyal medya kullanımının daha yüksek olması araştırma verilerinden elde edilmiştir. Literatürde yer alan çalışmalarda bu veriyi destekler nitelikte bulgulara rastlanmıştır (Kaya ve Kalkan, 2019; Çayırılı, 2017). Son olarak Nomofobinin alt boyutlarından olan rahatlıktan feragat etme ve iletişim kuramama boyutları tanı almış kişilerde daha yüksek olup bu yüksekliğe sebep olarak var olan tanıya komorbid nomofobik semptomların görülmesi olabileceği düşünülmektedir.

5.2.4. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Kardeş Sayısı Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

Gruplar arası karşılaştırma analizinde sahip olunan kardeş sayısı ve benlik saygısı alt boyutu olan olumlu benlik saygısı arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kardeş sayısı 1 olan üniversite öğrencilerinin olumlu benlik saygısı kardeş sayısı 4 ve üzeri olan üniversite öğrencilerinin olumlu benlik saygısına oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu verinin kardeş sayısının az olması ile beraber bakım veren ebeveynlerin ilgilerinin daha az kişiye bölüştüreceğinden kaynaklı olduğu düşünülmüş, literatürde benzer bulgular elde edilmiş araştırmaların mevcut olduğu görülmüştür (Kahrıman, 2005; Karadağ, Güner, Çuhadar, Uçan, 2008).

5.2.5. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin Vücut Kitle İndeksi Değişkenine Göre Değerlendirilmesi.

Gruplar arası karşılaştırma analizinde vücut kitle indeksi ile benlik saygısı, olumsuz benlik saygısı ve beden imajı arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Vücut kitle indeksi normal olan üniversite öğrencilerinin vücut kitle indeksi fazla kilolu olan öğrencilere göre benlik saygılarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer bir veri benlik saygısının alt boyutunda mevcut olup vücut kitle

indeksinde fazla kilolu olan üniversite öğrencilerinin normal kilolu olanlara oranla daha yüksek olumsuz benlik saygısına sahip oldukları bulunmuştur. Araştırmanın başka bir bulgusu olan vücut kitle indeksi ile beden imajında zayıf olan üniversite öğrencileri fazla kilolu olan öğrencilere göre beden imajı puanı daha yüksek, yine zayıf olan üniversite öğrencileri şişman olan üniversite öğrencilerine oranla daha yüksek beden imajına sahiptir. Vücut kitle indeksi ve beden imajı değişkenleri açısından farklılık arz eden son bulgu ise vücut kitle indeksi normal olan üniversite öğrencilerinin şişman olan öğrencilere göre beden imajının daha yüksek oluşudur. Araştırmayı destekler nitelikte yapılmış başka bir araştırmada da benzer bulgular elde edilmiş, verilerin birbirini destekler nitelikte olduğu görülmüştür (Hamurcu, Öner, Telatar, Yeşildağ, 2015). Üniversite öğrencilerinde zayıf olmanın kendi bedenlerine duyduğu tatminini ve bedenlerini daha fazla beğendiğinin gösteren bulgular, ideal beden imajının öğrenciler üzerinde etkisini göstermektedir.

5.2.6. Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkisinin En Çok Kullanılan Sosyal Medya Araçları Değişkenine Göre Değerlendirilmesi.

Gruplar arası karşılaştırma analizinde en sık kullandığımız sosyal medya araçları değişkeni ile araştırmanın nomofobi değişkeni ve alt boyutları arasında, sosyal medya kullanımı ve amaçları alt boyutunda, benlik saygısı ve olumlu benlik saygısı arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür.

Nomofobi ve en sık kullanılan sosyal medya araçları değişkeni için bulgular incelendiğinde instagram uygulamasının en yüksek anlamlılık ifade ettiği görülmektedir. Bu anlamlılığı sırası ile twitter, facebook ve youtube izlemektedir. Nomofobinin alt boyutlarından olan İletişim kuramama alt boyutunda, çevrimiçi bağlantıyı kaybetme ve bilgiye erişememe alt boyutlarında da benzer bulgular elde edilmiş, üniversite öğrencilerinde nomofobi düzeyi en sık kullanılan sosyal medya platformlarından instagram uygulamasında daha yüksek olduğu bulunmuştur. We are social (2022) verilerine göre 16-24 yaş arası grubun en çok kullandığı whatsapp'tan sonraki uygulamanın instagram olduğu bilinmektedir. Popülerliği ile beraber instagramın kullanıcılarına sunduğu bilgi, etkileşim ve iletişim gibi unsurların var olmaması halinde nomofobik semptomların diğer uygulamalara oranla daha yüksek olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya kullanım değişkeni ile en sık kullanılan sosyal medya araçları değişkeni arasında en yüksek farklılığın İnstagram uygulamasına ait olduğu görölmüş, benzer bir bulgu da sosyal medya kullanım amaçları alt boyutunda görölmüştür. Araştırmayı destekler bir bulguda kuşaklar arasında incelemeye tabi tutulmuş bir araştırmada z kuşağı olarak atfedilen grubun en sık İnstagram uygulamasını kullandığını bulmuştur (Tutgun – Ünal, Deniz, 2020).

Benlik saygısı ve en sık kullanılan sosyal medya aracı ile benlik saygısının alt boyutu olan olumlu benlik saygısı ve en sık kullanılan sosyal medya aracı arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Benlik saygısı ile Twitter arasında Youtube'dan daha yüksek bir farklılık çıkarken, benlik saygısının alt boyutu olan olumlu benlik saygısı ile en sık kullanılan sosyal medya platformu değişkenleri arasında İnstagram kullanan öğrencilerin Youtube kullananlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmayı destekler nitelikte Facebook üzerinden geçmiş yıllarda yapılmış bir çalışmada sosyal medya uygulamalarının karşı tarafı beğenme, kalp atma olumlu yorumlar yapma gibi etkileşimlerin benlik saygısını arttırdığı bulunmuştur (Burrow, Rainone, 2017). Ancak günümüzde popölerliğini kaybeden Facebook yerini kendisi gibi etkileşimin yoğun olduğu İnstagrama bırakmıştır. Bu gibi etkileşimlerin İnstagram ile olumlu benlik saygısı arasındaki anlamlılığın nedeni olduğu düşünölmektedir.

5.2.7. Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Nomofobinin Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişisinin Sahip Olunan Takipçi Sayısına Değişkenine Göre Değerlendirilmesi.

Gruplar arası karşılaştırma analizinde sahip olunan takipçi sayısı ile nomofobi ve nomofobi alt boyutu bilgiye erişememe arasında, sosyal medya kullanımı ve alt boyutu sosyal medya kullanım amaçları arasında, benlik saygısı ve benlik saygısı alt boyutu olumlu benlik saygısı arasında anlamlılık oluştuğu bulgularda görölmüştür.

Takipçi veya sahip olunan arkadaş sayısı gruplarında yükselme ile beraber sosyal medya kullanımı ve alt boyutu olan sosyal medya kullanım amacında artış olduğu bulunmuştur. Benzer bir bulgu bağımlılık ile alakalı yapılmış bir çalışmada desteklenmektedir. Takipçi sayısını veya arkadaş sayısının yüksek olması kişiyi kompulsif bir sosyal medya kullanımına itebilir (Andreassen, Pallesen, Griffiths, 2017).

Yapılan araştırma sonucunda takipçi veya sahip olunan arkadaş sayısı gruplarında yükselme ile nomofobi ve alt boyutu olan bilgiye erişememe de yükselmektedir. Sosyal medyada sahip olunan her takipçi veya arkadaş o kişilerin hayatları hakkında bilgi sahibi olmak iken bu bilgi akışı kesildiğinde bu kişilerin çokluğu ile paralel üniversite öğrencilerinde yaratacağı nomofobik semptomlarda da artış görüleceği düşünülmektedir.

Bulgular incelendiğinde takipçi veya sahip olunan arkadaş sayısı gruplarında artış oldukça benlik saygısı ve benlik saygısının alt boyutu olan olumlu benlik saygısında da yükselme gözlemlenmiştir. Bu bulgulardan hareketle üniversite öğrencilerinde takipçi sayısı ve arkadaş sayısının yüksek olması kendini daha başarılı görmelerine, yarattığı profile dair sevilen ve önemli bir kişi olma özelliği taşıdığına dair inancı pekişeceği, bu pekiştireç sayesinde benlik saygısının yükseldiğini düşünülmektedir. Araştırmayı destekler nitelikte başka bir araştırmada benzer bulgular elde edilmiştir (Köse ve Doğan, 2019).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkisinin incelendiği araştırmada, öncelikle nomofobinin sosyal medya kullanımı ile ilişkili olduğu görüldü, bu ilişkinin özellikle nomofobinin alt boyutlarında yer alan çevrimiçi bağlantıyı kaybetme, bilgi alamama gibi boyutların sosyal medya kullanımı ile ilişki içerisinde olduğu ortaya konuldu.

Araştırmanın bir başka problemi olan üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve benlik saygısı ilişkili midir sorusuna cevap verildi. Sosyal medya kullanımının benlik saygısını tek yönlü ve tek biçimde ilişkilendirilemeyeceğini bu ilişkinin kullanıcı ile şekillendiği gösterildi.

Araştırmanın üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımını ve beden imajının ilişkisinin incelendiği araştırmada literatür ile çalışmanın örtüşmediği ancak literatürdeki diğer çalışmaların örneklem kısmının araştırma örnekleminde farklı olduğu görülmüştür. İki cinsiyet grubunun da dahil edildiği, üniversite öğrencileri yaş grubundaki örneklem grubunda sosyal medya kullanımı ile beden imajı arasında bir ilişki bulunmadığı ifade edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda üniversite öğrencilerinde nomofobi ile benlik saygısı arasında korelasyona dayalı ilişki içerisinde olduğu nomofobi düzeyi yükseldikçe benlik saygısında da yükselme olduğu bulundu. Nomofobinin alt boyutu olan çevrimiçi bağlantıyı kaybetme ile olumsuz benlik saygısı arasında da korelasyonel bir ilişki olduğu ortaya konuldu.

Araştırmanın problemlerinden biri olan üniversite öğrencilerinde nomofobi ve beden imajı imajı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının beden imajı ve benlik saygısı arasındaki ilişkisinin demografik değişkenlere göre değerlendirmesinde cinsiyet değişkeninde nomofobi anlamlılık ifade etmiş, literatürü destekler neticeler alınmıştır. Bir başka değişken olan bedensel engel durumu değişkenine göre incelendiğinde beden imajı ve benlik saygısında düşüş gözlemlenmiş, nomofobinin alt boyutu olan iletişim kuramama boyutunda engeli olmayan üniversite öğrencilerine göre nomofobi düzeyi yüksek çıkmıştır. Başka bir

değişken olan psikiyatrik tanı alma değişkenine göre nomofobi tanı almamış olan öğrencilere göre yüksek, olumsuz benlik saygısı tanı almamış öğrencilere göre yüksek, sosyal medya kullanım amaçlarında da tanı almamış üniversite öğrencilere oranla daha yüksek bulundu.

Üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisinin kardeş sayısı değişkenine göre yalnızca olumlu benlik saygısı ile ilişkili olduğu kardeş sayısı azlığı ile olumlu benlik saygısının arttığı ifade edildi. Başka bir değişken olan vücut kitle indeksinde zayıf olan kişilerin beden imajının daha yüksek olduğu bunun yanında olumsuz benlik saygısının kilo ile yükseldiği de görüldü.

Üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisinin en sık kullanılan sosyal medya sitesi değişkenine göre incelendiğinde bulguların nomofobi için Instagramın anlamlı bir farklılık oluşturduğunu, sosyal medya kullanımı için de Instagramın anlamlı bir farklılık oluşturduğunu ifade etmektedir. Benlik saygısı için ise bulgular Twitter'ın Youtube'dan yüksek olduğunu en büyük farklılığın ise yine Instagram'da var olduğunu ortaya koymuştur.

Üniversite öğrencilerinde nomofobi ve sosyal medya kullanımının beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisinin son değişken olan takipçi veya arkadaş sayısı değişkenine göre değerlendirildiğinde Nomofobi düzeyinin takipçi veya arkadaş sayısının yükselmesi ile yükseldiği benzer bir bulgunun araştırmanın diğer değişkeni sosyal medya kullanımında da mevcut olduğu görülmüştür. Beden imajı için bir anlamlılık görülmesi de benlik saygısının tıpkı diğer değişkenler gibi takipçi veya arkadaş sayısının artması ile yükseldiği bulundu.

Yapılan çalışmada konu olan sosyal medya kullanımı, nomofobi, benlik saygısı ve beden imajı daha önce bir arada çalışılmamış olup bu değişkenlerin ilk defa beraber anılması ve çalışılması literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın değişken sayısı anlamında geniş olması ile beraber olan veya olmayan ilişkilere değinilmiştir. Sınırlı sayıda araştırmanın olması içlerinde görece daha yeni bir kavram olan nomofobinin çalışılan değişkenler ile ilişkisini ortaya

koyan araştırmaların artması gerekliliğini göstermekte ve bu gereklilikten dolayı daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

Araştırmanın alışma grubu 269 kişi ve niversite ğrencisi olan katılımcılardan oluşmaktadır. Örnekleme evreninin genişletilmesi ve farklı profillerden insanlara ulaşması, sonuçların kesinliği açısından önemli olup yapılacak olan çalışmalarda bu önem göz ardı edilmemelidir.

Araştırmada elde edilmiş bazı demografik verilerin daha önce araştırılmamış olması bu alandaki eksikliğin görülmesini sağlamıştır. Yapılacak olan yeni araştırmalarda araştırılan alanlara ek daha fazla sosyo-demografik değişkenin yer alması bilime katkı sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Adler, A. *İnsanı tanıma sanatı* (Çev. K. Şipal). 14. Baskı, İstanbul, Say Yayınları, 1998; p.40-50
- Adnan, M., & Gezgin, D. M. (2016). Modern çağın yeni fobisi: üniversite öğrencileri arasında nomofobi prevalansı. *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 49(1), 141-158.
- Akar, E., Tuncer S., Özata Z., Öztürk M. C., 2013. *Sosyal Medya*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Akpınar, R. B., & Şahin, G. (2016). Ortopedik engelli bireylerin öfke ifade biçimleri, benlik saygıları ve yaşam doyumları. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 19(3).
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–61.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
- Anlı, G., Akın, A., Eker, H., ve Özçelik, B. (2015). Bedeni Beğenme Ölçeği: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Academic Social Sciences Studies*, 36, 505-511.
- Arıca, O. T. (1995). *Üniversite öğrencilerinde saldırganlık, benlik saygısı ve denetim odağı ilişkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Aydin, B. and Sari, S. V. (2011). Internet addiction among adolescents: The role of self-esteem. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 15, 3500- 3505.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Bäzner, E., Brömer, P., Hammelstein, P., & Meyer, T. D. (2006). Current and former depression and their relationship to the effects of social comparison processes. Results of an internet based study. *Journal of Affective Disorders*, 93(1-3), 97-103.

Beck, A. T., & Emery G. (2021). *Anksiyete Bozuklukları Ve Fobiler*. İstanbul: Litera Yayıncılık.

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

Bragazzi NL, Del Puente G (2014) A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychol Res Behav Manag*, 7:155-160.

Branden, N. (1969). *The psychology of self-esteem*. New York: Bantam

Brown, D. J., Ferris, D. L., Heller, D., & Keeping, L. M. (2007). Antecedents and consequences of the frequency of upward and downward social comparisons at work. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 59-75.

Brown, J. D., Dutton, K. A., & Cook, K. E. (2001). From the top down: Self-esteem and self-evaluation. *Cognition and emotion*, 15(5), 615-631.

Burrow, A. L., & Rainone, N. (2017). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236.

Cash, T. F. (2002). Cognitive-behavioral perspectives on body image. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 38–46. New York: Guilford Press.

Cherry (25 Şubat, 2020). Nomophobia: The Fear of Being Without Your Phone. Erişim adresi: <https://www.verywellmind.com/nomophobia-the-fear-of-being-without-your-phone-4781725>

Cohen, R., & Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of eating disorders*, 3(1), 1-11.

Coomber, K. ve King, R. M. (2008). The role of sisters in body image dissatisfaction and disordered eating. *Sex Roles*, 59, 81–93.

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

Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi . Manisa Celal Bayar Üniversitesi *Sosyal Bilimler Dergisi* , 17 (4) , 173-188 . DOI: 10.18026/cbayarsos.525652

Daily Mail (31 Mart, 2008). Nomophobia is the fear of being out of mobile phone contact-and it's the plague of our 24/7 age.Erişim adresi: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-550610/Nomophobia-fear-mobile-phone-contact--plague-24-7-age.html>

Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M. & Afrough, S. (2019) Social media addiction: Applying the DEMATEL approach, *Telematics and Informatics*, 43, 101250.

De Vries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217-221.

Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1995). Human autonomy: The basis for true self-esteem. In M. H. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem*, 30-49. New York: Springer.

Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025-1057.

Di Paula, A. and Campbell, J. D. (2002). Self-esteem and persistence in the face of failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 711-724.

Dixit, S., Shukla, H., Bhagwat, A., Bindal, A., Goyal, A., Zaidi, A. K., & Shrivastava, A. (2010). A study to evaluate mobile phone dependence among students of a medical college and associated hospital of central India. *Indian J Community Med.*, 35(2), 339–341.

Dongre, A. S., Inamdar, I. F. & Gattani, P. L. (2017). “Nomophobia: A Study to Evaluate Mobile Phone Dependence and Impact of Cell Phone on Health”, *National Journal of Community Medicine*, 8(11),688-693.

Drury, G. (2008). Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively?. *Journal of direct, data and digital marketing practice*, 9(3), 274-277.

Ebner, Natalie. (2008). Age of face matters: Age-group differences in ratings of young and old faces. *Behavior research methods*. 40. 130-6.

Erarslan, L. ve Çakıcı Eser, D. (2015). Sosyal Medya Toplum Araştırma Medya Sosyolojisine Giriş. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Erdem, H., Kalkın, G., Türen, U., & Deniz, M. (2016). Üniversite öğrencilerinde mobil telefon yoksunluğu korkusunun (nomofobi) akademik başarıya etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 923-936.

Fallon, E. A., Harris, B. S., & Johnson, P. (2014). Prevalence of body dissatisfaction among a United States adult sample. *Eating behaviors*, 15(1), 151-158.

Fardouly, J., Pinkus, R. T. and Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday lives. *Body Image*, 20, 31–39.

Farrell, C., Lee, M., & Shafran, R. (2005). Assessment of body size estimation: A review. *European Eating Disorders Review*, 13(2), 75-88. doi:10.1002/erv.622

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.

Gezgin, D. M., Şahin, Y. L., & Yıldırım, İ. S. (2017). Sosyal Ağ Kullanıcılarının Nomofobi Düzeylerinin Çeşitli Faktörler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 1-15.

- Gezgin, D. M., Şumuer, E., Arslan, O., & Yıldırım, S. (2017). Nomophobia prevalence among pre-service teachers: A case of Trakya University. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1).
- Gibbons, F. X. (1986). Social comparison and depression: Company's effect on misery. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1),140-148.
- Gomez, K., Villalobos, S., & Fausto, M. (2015, June). *Instagram's relationship to body dissatisfaction*. Research dissertation, California State University
- Greenberg, J. L., Delinsky, S. S., Reese, H. E., Buhlmann, U. & Wilhelm, S. (2010). Body image. In J. E. Grant & M. N. Potenza (Ed.), *Young mental health*. 126-142. New York: Oxford University Press
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Routledge.
- Ha, Y. J. (2006). The relationship among self-esteem, internal locus of control, and psychological well-being. *Unpublished Master Dissertation*, Yonsei University, South Korea.
- Hamurcu, P., Öner, C., Telatar, B., & Yeşildağ, Ş. (2015). The impact of obesity on self esteem and body image. *Turkish Journal of Family Practice*, 19(3), 122-128.
- Higgins, E.T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340.
- James, W. (1950). *The principles of psychology*. Vol 1. Dover Publications.
- Joseph, L. (1991). Character Structure, Self-Esteem Regulation. *The relational self: Theoretical convergences in psychoanalysis and social psychology*, 3.
- Jung, J., & Lennon, S. J. (2003). Body image, appearance self-schema, and media images. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(1), 27-51.

Kahriman, İ. (2005). Karadeniz Teknik Üniversitesi Trabzon Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Benlik Saygıları ve Atılganlık Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 9.

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

Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık, 11.

Karadağ, G., Güner, İ., Çuhadar, D., & Uçan, Ö. (2008). Gaziantep Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu hemşirelik öğrencilerinin benlik saygıları. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 3(7), 29-42.

Karasar, N. (2014). Bilimsel araştırma yöntemi. (26.baskı). Ankara Nobel Yayınevi.

Kaya L., & Kalkan, M. (2019). Üniversite öğrencilerinde narsistik eğilimler, bağlanma stilleri ve sosyal medya kullanımı. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (2), 243-249.

Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark*. WE ARE SOCIAL: : <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report2018> adresinden alınmıştır.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–250.

King, A.L., Valença, A.M., Silva, A., Baczynski, T., Carvalho, M.R., & Nardi, A.E. (2013). Nomophobia: Dependency on virtual environments or social phobia? *Comput. Hum. Behav.*, 29, 140-144.

Köse, Ö. B., & Doğan, A. (2019). The relationship between social media addiction and self-esteem among Turkish university students. *Addicta Turk. J. Addict*, 6, 175-190.

Lawler, M. ve Nixon, E. (2011). Body dissatisfaction among adolescent boys and girls: The effects of body mass, peer appearance culture and internalization of appearance ideals. *Journal of Youth and Adolescence*, 40(1), 59-71.

Lazuka, R.F., Wick, M.R., Keel, P.K., & Harriger, J.A. (2020). Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram's Body Positivity Movement. *Body image*, 34, 85-93 .

Mackinnon, N. J. (2015). *Self-esteem and beyond*. New York: Palgrave Macmillan.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.

O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., & Council on Communications and Media (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800–804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>

Oktan, V., & Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası insan bilimleri dergisi*, 7(2), 543-556.

Ozdemir, B., Cakir, O. & Hussain, I. (2018). Prevalence of Nomophobia among University Students: A Comparative Study of Pakistani and Turkish Undergraduate Students. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*. 14. 1519-1532.

Öztürk, A., Kara, A., & Körük, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri, cinsiyet rolleri ve yüz kızarma eğilimlerinin sosyal görünüm kaygılarını yordama gücü ve aralarındaki ilişki. *Electronic Turkish Studies*, 10(10).

Park, S. Y., & Baek, Y. M. (2018). Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 79, 83-93.

Rodgers, R., Chabrol, H. ve Paxton, S. J. (2011). An exploration of the tripartite influence model of body dissatisfaction and disordered eating among Australian and French college women. *Body Image*, 8, 208-215.

Rogers, C. R. (1950). The significance of the self-regarding attitudes and perceptions. M. L. Reymert (Ed.), *Feelings and emotions; The Mooseheart Symposium* 374–382. McGraw-Hill.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton NJ. Princeton University Press.

Rubin, L. & Steinberg, J. (2011). Self-Objectification and Pregnancy: Are Body Functionality Dimensions Protective?. *Sex Roles*. 65. 606-618.

Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance-management behaviors in college women. *Clothing & Textiles Research Journal*, 18(3), 152–162. <https://doi.org/10.1177/0887302X0001800304>

Sanford, L.T. & Donavan, M.E. (1999). *Kadınlar ve benlik saygısı*. (Çev. Semra Kunt). Ankara: HYB Yayıncılık.

Sarwer, D. B., Wadden, T. A., & Foster, G. D. (1998). Assessment of body image dissatisfaction in obese women: specificity, severity, and clinical significance. *Journal of consulting and clinical psychology*, 66(4), 651.

Schilder, P. (2013). *The image and appearance of the human body*. Routledge.

Sedikides C. & Gregg, A. P., (2003). Portraits of the self. (Hogg, M. A. & Cooper J. ed). , *Sage handbook of social psychology*., 110-138.

Sevim, K., & Artan, T. (2021). Yüksek ve Düşük Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2(2), 109-121.

Shaw, J. (1995). Effect of fashion magazines on body dissatisfaction and eating pathology in adolescent and adult females. *European Eating Disorders Review*, 3 (1), 15-23

Sivribaşkara, S. (2003). Özsaygının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi*.

Slade, P. D. (1994). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497–502. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)90136-8](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)90136-8)

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.

Stavropoulos, V., Lazaratou, H., Marini, E. and Dikeos, D. (2015). Low family satisfaction and depression in adolescence: The role of self-esteem. *Journal of Educational and Developmental Psychology*, 5, 109-118.

Steers, M. L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology, 33*(8), 701-731.

Şahin, C., & Kumcağız, H. (2017). Narsisizm Ve Benlik Saygısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(30), 2136-2155.

Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik VE Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18*(1), 523-538.

Şakiroğlu, M., Gülada, G., Uğurcan, S., Kara, N., & Gandur, T. (2017). The Mediator Effect of Mindfulness Awareness on The Relationship Between Nomophobia and Academic University Adjustment Levels in College Students. *International Journal Of PsychoEducational Sciences, 69-79*.

Tavolacci, M. P., Meyrignac, G., Richard, L., Dechelotte, P., & Ladner, J. (2015). Problematic use of mobile phone and nomophobia among French college students. *The European Journal of Public Health, 25* (3), 206. doi:10.1093 / eurpub / ckv172.088

Thompson, J. K. (1996). Assessing body image disturbance: Measures, methodology, and implementation. In J. K. Thompson (Ed.), *Body image, eating disorders, and obesity* 49-83. Washington: American Psychological Association.

Thompson, J. K., & Gardner, R. M. (2002). Measuring perceptual body image among adolescents and adults. *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice, 135-141*.

Tibber, M. S., Zhao, J., & Butler, S. (2020). The association between self-esteem and dimensions and classes of cross-platform social media use in a sample of emerging adults—Evidence from regression and latent class analyses. *Computers in Human Behavior, 109*, 106371.

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). ‘Strong is the new skinny’: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology, 23*(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>

Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication research*, 37(3), 335-351.

Toprak, A., Yıldırım A., Aygöl E., Binark M., Börekçi S., & Çomu T. (2009). “*Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”*”. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tukuş, L. (2010). The Self Esteem Rating Scale-Short Form (Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği-Kısa Formu) Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması.

Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528.

Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289-1319.

TÜİK. (2016, 08 18). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. 11 16, 2021 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2016-21779](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2016-21779) adresinden alındı

Uslu, D. (2019). *Bedeni beğenme-sosyal yetkinlik arasındaki ilişkilerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul

Uzun, Ö., Yıldırım, V., & Uzun, E. (2016). Habit of using social media and correlation of social media addiction, self esteem, perceived social support in adolescent with attention deficit hyperactivity disorder. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 142-147.

Ünlü Dalyalı, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerin Dijital Çağda İletişim Kurma Pratikleri: Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ünver, H., Benli, T. E., & Ünver, Z. (2021). Sağlık Profesyonele Adaylarında Sosyal Medya Bağımlılığının Nomofobiye Etkisi. *Türkiye Klinikleri Hemşirelik Bilimleri*, 13(3).

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3(4), 206.

We Are Social & Hootsuite (2022, 26 Ocak). DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Yanbaşı, G. (1990). *Kişilik Kuramları*. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, No:53 İzmir.

Yang, C. C. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(12), 703-708.

Yıldırım, C., & Correia, A. P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.

Yörükoğlu, A. (1985). *Gençlik çağı*. 7. Baskı, İstanbul: Özgür Yayınları.

Zafarmand, N. (2010). *Halkla ilişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR2.0*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi. Ankara.

Ek-A Sosyodemografik Form

Değerli katılımcı,

Bu araştırma, Dr. Öğr. Üyesi Hanife YILMAZ ÇENGEL danışmanlığında Psikolog Ahmet Gökay ÇELİK tarafından İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Tezi kapsamında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Araştırmanın amacı Üniversite Öğrencilerinde Nomofobinin, Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı Ve Beden İmajı ile ilişkisini incelemektir. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olup katılmama veya araştırmadan ayrılma hakkına sahiptir. Katılım göstermeniz halinde ölçeklerde sorulan sorulara doğru, samimi, eksiksiz cevaplar vermeniz araştırmanın geçerli olması için önem arz etmektedir. Ölçeklerde sorulan soruların yanlış cevabı olmayıp, sorulan sorularda kimliğinizi açık edecek herhangi bir bilgi istenmeyecektir. Edinilen bilgiler gizli tutulacak ve bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacaktır.

Çalışmaya katılımınız ve değerli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür ederim.

E-Posta:

.....

1. Yaşınız:

.....

2. Cinsiyetiniz:

1.Kadın

2.Erkek

3. Kardeş Sayısı

1

2

3

4

5

4. Boyunuz:

.....

5. Kilonuz:

.....

6. Bedensel bir engeliniz var mı?

1.Evet

2. Hayır

7. Kronik bir rahatsızlığınız var mı?

1. Var

2. Yok

8. Tanı almış psikolojik bir rahatsızlığınız var mı?

1. Var

2. Yok

9. En sık kullandığınız sosyal medya platformu hangisidir?

- 1.İnstagram
- 2.Twitter
- 3.Facebook
- 4.Snapchat
- 5.Youtube
- 6. Diğer (Belirtiniz) :

10. En sık kullandığınız sosyal medya platformundaki takipçi (sizi takip eden) veya arkadaş sayınız aşağıdakilerden hangisidir?

- 1. 0 - 100 arasında
- 2. 101 - 250 arasında
- 3. 251- 500 arasında
- 4. 501 – 1000 arasında
- 5. 1000'den fazla

Ek – B Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

1	2	3	4	5
Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman

	1	2	3	4	5
1.Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanırım.					
2. Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.					
3. Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanırım.					
4. Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanırım.					
5. Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanırım					
6. Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.					
7. Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.					
8. Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.					
9. Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanırım					
10. Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım					
11. Sosyal medyayı bilgiye erişim amacı ile kullanırım.					
12. Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ailem ile sorunlar yaşarım.					

13. Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı başka etkinliklere(spor, kitap okuma vb.) ilgim azalır.					
14. Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ev/iş /okul gibi sorumluluklarımı ihmal ederim					
15. Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı ailem ile daha az zaman geçiririm					
16. Sosyal medyayı kullanmamdan dolayı arkadaşlarım ile daha az zaman geçiririm.					
17. Çevremdekiler sosyal medyada harcadığım zamandan dolayı şikayet eder.					
18. Arakdaşlarım beni çağırrsa dahi sosyal medyanın başından kalkamam.					

Ek – C Nomofobi Ölçeği

1	2	3	4	5	6	7
Kesinlikle Katılmıyorum.	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Fikrim yok	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum

	1	2	3	4	5	6	7
1. Akıllı telefonumdan sürekli olarak bilgiye erişemediğimde kendimi rahatsız hissederim							
2. Akıllı telefonumdan istediğim her an bilgiye bakamadığımda canım sıkılır.							
3. Haberlere (örneğin neler olup bittiğine, hava durumuna ve diğer haberlere) akıllı telefonumdan ulaşamamak beni huzursuz yapar.							
4. Akıllı telefonumu ve telefonumun özelliklerini istediğim her an kullanamadığımda rahatsız olurum.							
5. Akıllı telefonumun şarjımın bitmesinden korkarım							
6. Kontörüm (TL kredim) bittiğinde veya aylık sınırimi aştığımda paniğe kapılırım.							
7. Telefonum çekmediğinde veya kablosuz internet bağlantısına erişemediğimde sürekli olarak sinyal olup olmadığını veya kablosuz erişim bağlantısı bulup bulamayacağını kontrol ederim.							
8. Akıllı telefonumu kullanmadığımda, bir yerlerde mahsur kalacağımdan korkarım.							

9. Akıllı telefonuma bir süre bakamadıysam, bakmak için güçlü bir istek hissedirdim.							
<i>Eğer akıllı telefonum yanımda değilse</i>							
10. Ailemde ve/veya arkadaşlarımla hemen iletişim kuramayacağım için kaygı duyarım.							
11. Ailem ve/veya arkadaşlarım bana ulaşamayacakları için endişelenirim.							
12. Gelen aramaları ve mesajları alamayacağım için kendimi huzursuz hissedirim							
13. Ailemle ve/veya arkadaşlarımla iletişim halinde olmadığım için endişelenirim							
14. Birinin bana ulaşip ulaşamadığında bilemediğim için endişelenirim.							
15. Ailem ve arkadaşlarımla olan bağlantım kesileceği için kendimi huzursuz hissedirim.							
16. Çevrimiçi kimliğimden kopacağım için gergin olurum.							
17. Sosyal medya ve diğer çevrimiçi ağlarda güncel kalamadığım için rahatsızlık duyarım.							
18. Bağlantılarımdan ve çevrimiçi ağlardan gelen güncelleme bildirimlerini takip edemediğim için kendimi tuhaf hissedirim.							
19. Elektronik postalarımı kontrol edemediğim için kendimi huzursuz hissedirim.							
20. Ne yapacağımı bilemiyor olacağımdan kendimi tuhaf hissedirim.							

Ek – D Benlik Saygısı Ölçeği

1	2	3	4	5	6	7
Hiçbir zaman	Nadiren	Zamanın az bir kısmında	Bazı zamanlar	Zamanın önemli bir kısmında	Çoğu zaman	Her zaman

	1	2	3	4	5	6	7
1. Diğer insanlarla birlikteyken onların benimle olmaktan hoşnut olduklarını hissederim.							
2. İnsanların benimle konuşmaktan gerçekten hoşlandıklarını hissederim.							
3. Arkadaşlarımın beni ilgi çekici bulduklarını hissederim.							
4. İnsanların benimle birlikteyken iyi zaman geçirdiklerini hissederim.							
5. Arkadaşlarım bana çok değer verir.							
6. İnsanlarla geçinme konusunda kendime güvenirim.							
7. Başka insanlar üzerinde iyi bir izlenim bıraktığımı hissederim.							
8. İyi bir espri anlayışım olduğunu hissederim.							
9. Çok becerikli bir kişi olduğumu hissederim.							
10. İstedğim zaman yeni ilişkiler başlatabileceğime dair güvenim tamdır.							
11. Başka biri olmayı isterdim.							

12.Başka insanlara göre kendimi daha aşağıda hissederim.							
13.Başkalarına aptal gibi göründüğümü hissederim.							
14.Bu şekilde biri olduğum için kendime kızarım.							
15.Başkalarının benden çok daha iyi şeyler yaptığını hissederim							
16.Kendimden utanırım.							
17.Başkaları gibi olabilseydim o zaman kendimi daha iyi hissederdim.							
18.Başka insanlarla birlikteken ortadan kaybolmayı isterdim.							
19.Yaptığım şeylerde başarısız olabileceğimi hissederim.							
20.Başkalarına kıyasla daha fazla itilip kakıldığımı hissederim.							

Ek—E Bedeni Beğenme Ölçeği

1	2	3	4	5
Asla	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman

	1	2	3	4	5
1. Bedenime saygı duyarım					
2. Bedenim ile ilgili olumlu hislere sahibim.					
3. Bedensel olarak en azından birkaç olumlu özelliğe sahibim					
4. Bedenime yönelik olumlu bir tutuma sahibim					
5. Bedensel ihtiyaçlarıma karşı duyarlıyım.					
6. Bedenimi seviyorum.					
7. Bedenimin farklı ve benzersiz özelliklerini beğenirim.					
8. Davranışlarım vücuduma yönelik olumlu tutumlarımı yansıtır örneğin başımı dik tutarım ve güler yüzlüyümdür.					
9. Bedenim bana huzur verir.					
10. Medyatik (modeller ve aktristler) insanların cazip dış görünüşlerine benzemesem de kendimi güzel hissediyorum.					



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ: 28.04.2021
TOPLANTI SAYISI: 2021-15

KARAR NO: 2021-15-14: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 190624284 numaralı Ahmet Gökay ÇELİK' in "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının ve Nomofobinin Beden İmajı ve Benlik Saygısı İle İlişkisi" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 26.03.2021 tarih ve 2021-10 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 çokluğu ile karar verildi.

