

**GEÇ ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERDE
GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU İLE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE KENDİLİK
DEĞERİNİN BİÇİMLENDİRİCİ ROLÜ**

SİNEM SÖKER

**IŞIK ÜNİVERSİTESİ
ŞUBAT, 2022**

GEÇ ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERDE GELİŞMELERİ
KAÇIRMA KORKUSU İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI
ARASINDAKİ İLİŞKİDE KENDİLİK DEĞERİNİN
BİÇİMLENDİRİCİ ROLÜ

SİNEM SÖKER

Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans
Programı, 2022

Bu tez, Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'ne Yüksek Lisans (MA)
derecesi için sunulmuştur.

IŞIK ÜNİVERSİTESİ
ŞUBAT, 2022

İŞIK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GEÇ ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERDE GELİŞMELERİ KAÇIRMA
KORKUSU İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE
KENDİLİK DEĞERİNİN BİÇİMLENDİRİCİ ROLÜ

SİNEM SÖKER

ONAYLAYANLAR:

Dr. Öğr. Üyesi Z. Deniz Aktan Işık Üniversitesi
(Tez Danışmanı)

Dr. Öğr. Üyesi Duru Gün Özkan Işık Üniversitesi

Doç. Dr. Erhan Alabay Sağlık Bilimleri Üniversitesi

ONAY TARİHİ: 04/02/2022

THE MODERATOR ROLE OF SELF ESTEEM OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FEAR OF MISSING OUT AND SOCIAL MEDIA ADDICTION AMONG LATE ADOLESCENTS

ABSTRACT

The main purpose of this research is to examine the moderator role of self-esteem on the relationship between the fear of missing out and social media addiction among individuals in late adolescence.

The research was carried out with 434 late adolescence individuals between the ages of 18-21. Data were collected through the Sociodemographic Information Form, Social Media Usage Form, Fear of Missing Out Scale (FoMOS), Rosenberg Self-Esteem Scale (RSS) and Social Media Addiction Scale (SMAS).

The moderator role of self-esteem of the relationship between fear of missing out and social media addiction was tested with multiple linear regression analysis. In addition, as an additional analysis, the mediating role of self-esteem of the relationship between fear of missing out and social media addiction was examined. In this direction, simple regression and multiple linear hierarchical regression analyzes were used. The sub-objectives of the research were examined with independent samples t-test and one-way analysis of variance tests.

As a result of the research, it was found that the moderator role of self-esteem in the relationship between the fear of missing out and social media addiction was not significant ($B=.692$, $B= .024$, $p =.596$). However, it has been concluded that self-esteem has a partial mediating role in the relationship between the fear of missing out and social media addiction ($\beta = .357$, $SH= .20$, $p=0.000$).

The findings gained will contribute to the understanding of the factors that moderate and mediate the relationship between the fear of missing out and social media addiction, and to the relevant treatment and prevention interventions when working with social media addiction.

Key words: Late Adolescence, Fear of Missing Out, Social Media Addiction, Self-Esteem

GEÇ ERGENLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERDE GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE KENDİLİK DEĞERİNİN BİÇİMLENDİRİCİ ROLÜ

ÖZET

Bu araştırmanın temel amacı, geç ergenlik dönemindeki bireylerde gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünü incelemektir.

Araştırma, 18-21 yaş aralığındaki 434 geç ergenlik dönemindeki birey ile gerçekleştirilmiştir. Veriler Sosyodemografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanım Formu, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ), Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ) ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) aracılığıyla, çevrimiçi olarak toplanmıştır.

Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolü çoklu doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Bununla birlikte araştırmada ek analiz olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin aracı rolü incelenmiştir. Bu doğrultuda basit regresyon ve çoklu doğrusal hiyerarşik regresyon analizleri kullanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünün anlamlı olmadığı bulunmuştur ($B=.692$, $B=.024$, $p=.596$). Bununla birlikte, gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin anlamlı bir kısmi aracılık rolüne sahip olduğu görülmüştür ($\beta = .357$, $SH=.20$, $p=0.000$).

Elde edilen verilerin, gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi biçimlendiren ve bu ilişkiye aracılık eden faktörler hakkında kavrayış sahibi olmaya ve sosyal medya bağımlılığı ile çalışırken ilgili tedavi ve önleme müdahalelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geç Ergenlik Dönemi, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyal Medya Bağımlılığı, Kendilik Değeri

TEŞEKKÜR

Çok keyifli, çok öğretici, bir o kadar da yoğun ve zorlu geçen yüksek lisans eğitimimin ve tez çalışmamın sonuna yaklaşırken teşekkür etmek istediğim pek çok isim var. Öncelikle hem danışmanlığımı üstlenen hem de kendisinden pek çok ders alma fırsatı bulduğum, lisanüstü eğitimim boyunca bilgilerini ve tecrübelerini şevkle bizlere aktaran, bizlere örnek olan; tez yazım sürecimde de emeğini ve desteğini esirgemeyen kıymetli hocam Dr. Z. Deniz Aktan'a teşekkürlerimi sunarım.

Yine bu süreçte kendilerinden pek çok kıymetli bilgi edindiğim, desteklerini hissettiğim, örnek aldığım değerli süpervizörlerim Uzm. Psk. Aslı Candan Kodalak ve Dr. Damla Til Öğüt hocalarıma teşekkür ederim.

Bu keyifli ve zorlu yolculuğu birlikte paylaştığımız, birbirimize destek olduğumuz arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Son olarak, aldığım her kararda yanımda duran, en büyük güç kaynağım ve destekçim olan aileme, sevgili annem Sebahat Söker'e ve sevgili babam Süleyman Söker'e teşekkürlerin en büyüğünü sunarım.

Tez yazım sürecime katkı sağlayan ve emeği geçen herkese teşekkür ederim.

Sinem SÖKER

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI.....	i
ABSTRACT	ii
ÖZET.....	iv
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
BÖLÜM 1.....	1
1. GİRİŞ	1
BÖLÜM 2.....	4
2. LİTERATÜR	4
2.1 Ergenlik Dönemi	4
2.1.1 Ergenlik Döneminde Gelişim.....	6
2.1.1.1 Fiziksel Gelişim	6
2.1.1.2 Bilişsel Gelişim.....	7
2.1.1.3 Cinsel Gelişim.....	7
2.1.1.4 Sosyal ve Duygusal Gelişim	8
2.2.1 Sosyal Medya Bağımlılığı	10
2.2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkili Faktörler	11
2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu.....	12
2.3.1.Gelişmeleri Kaçırma Korkusu İle İlişkili Faktörler	14
2.4 Kendilik Değeri	16
2.5 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler	17
2.5.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki.....	17
2.5.2 Kendilik Değeri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki.....	19
2.5.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Kendilik Değeri Arasındaki İlişki ...	20

BÖLÜM 3	22
3. AMAÇ VE HİPOTEZLER	22
3.1 Araştırmanın Amacı	22
3.2 Araştırmanın Hipotezleri.....	22
BÖLÜM 4	25
4. YÖNTEM.....	25
4.1 Örneklem.....	25
4.2 Veri Toplama Araçları	29
4.2.1 Sosyodemografik Bilgi Formu	29
4.2.2 Sosyal Medya Kullanım Formu	29
4.2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği	29
4.2.4 Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği.....	30
4.2.5 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	30
4.4 Verilerin Analizi.....	31
BÖLÜM 5	34
5. BULGULAR.....	34
5.1 Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel Analizler	34
5.2 Değişkenler Arası Korelasyon Analizleri	34
5.3 Moderatör (Biçimlendirici) Etki Analizleri	35
5.3.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolünün İncelenmesi.....	35
5.3.2 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutları Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü	36
5.3.2.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Meşguliyet Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü.....	37
5.3.2.2 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Duygu-durum Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü.....	38
5.3.2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Çatışma Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü.....	39
5.3.2.4 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Tekrarlama Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü.....	39
5.6 Ek Analizler: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Aracı Rolü.....	40
5.7 Araştırmanın Yan Amaçlarına Dair Bulgular	43
5.7.1 Araştırma Değişkenlerinin Sosyodemografik Özelliklere İncelenmesi	43
5.7.1.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Değerlerinin Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	43

5.7.1.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Değerlerinin Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi	45
5.7.1.3 Kendilik Değeri Ölçeği Değerlerinin Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi	48
5.7.2 Araştırma Değişkenlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi	50
5.7.2.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi.....	50
5.7.2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi.....	53
5.7.2.3 Kendilik Değerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi	57
BÖLÜM 6.....	58
6. TARTIŞMA VE SONUÇ	58
KAYNAKÇA	71
EKLER.....	83
EK A BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU	83
EK B ETİK KURUL ONAYI	84
EK C SOSYODEMOGRAFİK BİLGİ FORMU	84
EK Ç SOSYAL MEDYA KULLANIM FORMU	87
EK D GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU ÖLÇEĞİ (GKKÖ) ÖRNEK MADDELER	88
EK E ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ-KISA FORMU ÖRNEK MADDELER	87
EK F SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ (SMBÖ) ÖRNEK MADDELER	88
EK G GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ	87
EK Ğ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ	87
EK H ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ.....	87
ÖZGEÇMİŞ.....	94

TABLolar LİSTESİ

Tablo 4.1 Katılımcıların Sosyodemografik Bilgileri	26
Tablo 4.2 Sosyal Medya Kullanım Formuna Dair Betimsel İstatistikler.....	28
Tablo 4.3 Normallik Analizleri Bulguları	28
Tablo 5.1 Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel Analizler	34
Tablo 5.2 Ana Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisine Dair Bulgular.....	34
Tablo 5.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyal Medya Bağımlılığı, Kendilik Değeri Basit Regresyon Analizleri ve Çoklu Doğrusal Regresyon ile Moderatör Etki Analizi Bulguları (n=434).....	36
Tablo 5.4 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Meşguliyet Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)	37
Tablo 5.5 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Duygu-durum Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)	38
Tablo 5.6 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Çatışma Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)	39
Tablo 5.7 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Tekrarlama Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)	40
Tablo 5.8 GKK, KD ve SMB'nin Basit Regresyon Analizleri ve Çoklu Hiyerarşik Doğrusal Regresyon ile Aracılık Analizi Bulguları	41
Tablo 5.9 Katılımcıların Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği'nden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi	44
Tablo 5.10 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Hangi Öğrenim Durumu Grupları Arasında Farklaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları.....	45
Tablo 5.11 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	46
Tablo 5.12 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Hangi Algılanan Ekonomik Düzey Grupları Arasında Farklaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları.....	47
Tablo 5.13 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Hangi Kardeş Sayısı Grupları Arasında Farklaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Dunnett T Testi Sonuçları.....	48

Tablo 5.14 Katılımcıların Kendilik Değeri Ölçeğinden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi.....	49
Tablo 5.15 Katılımcıların Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi	51
Tablo 5. 16 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Düzeylerinin Hangi Sahip Olunan Sosyal Medya Hesabı Sayısı Grupları Arasında Farklılaştığını İncelemek Üzere Yapılan Post Hoc – Dunnett T Testi Sonuçları	52
Tablo 5.17 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Düzeylerinin Hangi Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Grupları Arasında Farklılaştığını İncelemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları	53
Tablo 5.18 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Sosyal Medya Hesabına Sahip Olunan Süreye Göre İncelenmesi	54
Tablo 5.19 Sosyal medya bağımlılığı değerlerinin sahip olunan sosyal medya hesabı sayısına göre incelenmesi	55
Tablo 5.20 Sosyal medya bağımlılığı değerlerinin günlük sosyal medya kullanım süresine göre incelenmesi.....	56
Tablo 5.21 Kendilik Değerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi	57

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 5.1 Araştırma modeli.....	35
Şekil 5.2 Aracılık Analizine İlişkin Katsayılar	43

KISALTMALAR LİSTESİ

- GGK: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu
GKKÖ: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği
KD: Kendilik Değeri
RBSÖ: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği
SMB: Sosyal Medya Bağımlılığı
SMBÖ: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
vd.: Ve diğerleri

BÖLÜM 1

1. GİRİŞ

Günümüzde sosyal medya en sık kullanılan internet platformudur ve hızla en önemli etkileşim ve iletişim aracı haline gelmektedir (Kırcaburun, 2016). 2019 yılı TÜİK verilerine göre ülke genelinde nüfusun %94,9 'u internete erişebilmektedir. Yine TÜİK tarafından yapılan aynı araştırmanın 2016 yılı verilerine göre internet kullanım amaçları arasında sosyal medya kullanımı %82,4 oranı ile ilk sırada yer almaktadır. Ülkemizde, 2020 Ocak ayı itibariyle 54 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir (Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, 2020). Kabaca sekiz milyar nüfusun olduğu Dünya genelinde ise sosyal medya kullanıcılarının sayısı yaklaşık olarak dört buçuk milyardır (Global Dijital Raporu, 2020).

Bireyler çeşitli sebeplerle sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu sebepler genel olarak eğlenme/oyalanma, toplumsallaşma, bilgilenme (Erdoğan ve Yumrukuz, 2021), iletişim kurma, iletişimi sürdürme ve içerik paylaşma (Tutkun-Ünal ve Deniz, 2020) olarak sıralanabilir. Sosyal medya ortamları kişilerin çevrimiçi profiller oluşturarak, içerik üreterek, küresel boyutta iletişim kurarak ve etkileşim alarak kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamasıyla (Kuss ve Griffiths, 2011; Tutkun-ünal, deniz, 2020) her yaşta ve kültürden insanı cezbetmektedir.

Sosyal medya kullanımı çocuklar dahil olmak üzere her yaş grubunda yaygın olsa da yine Global Dijital raporunun 2020 yılı verilerine göre sosyal medyayı en sık kullanan yaş grubu olarak Z kuşağı gösterilmektedir. TÜİK 2016 verilerine göre %84,3 kullanım oranı ile en yüksek sosyal medya kullanımı 16-24 yaş aralığındaki gençlere aittir.

Ergenlik dönemi pek çok fiziksel, bilişsel ve sosyoduygusal gelişimin yaşandığı bir dönemdir. Bununla birlikte, akran ilişkilerinin de oldukça önem kazandığı bir dönemdir (Kroger, 2004) Günümüzde online iletişim ve sosyal medya ergenlerin akranları ile sosyalleşmesinde ve kişilik gelişimlerinde önemli rol oynamaktadır (Smahel, Brown ve Blinka, 2012). Arkadaşlıkların ve ilişkilerin son derece önemli olduğu bu gelişim döneminde gençler bu ihtiyaçlarını sosyal medya üzerinden karşılayabilmektedir (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008). Sosyal medya üzerinden alınan ya da alınamayan etkileşimler bireylerin gerçek hayattaki bulunuşunu etkilemekte (Erdoğan, Yumrukuz); bununla birlikte ergenlerin popüler olma isteğiyle de sosyal medya kullanıma yönelebilmektedirler (Kaygusuz, 2013). Sosyal medyanın özellikle ergenler arasındaki bu yoğun kullanımı, bağımlılık riskini de beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı (SMB), DSM-5'te bir bozukluk tanımı olarak karşımıza çıkmasa da literatürde sıkça davranışsal bağımlılık şeklinde değerlendirilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Yeşilay 2017 yılında çıkardığı Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı'nda ergenlerde sosyal medya bağımlılığıyla ilgili bazı kriterler ortaya koymuştur. Bu kriterler arasında can sıkıntısı anlarında sosyal medyanın ilk seçenek olarak akla gelmesi, sosyal medyanın gerçek hayatın önüne geçmesi, sosyal medya sebebiyle gündelik yaşamın ve sorumlulukların aksaması, sosyal medyaya çok fazla vakit harcanması ve ulaşılamadığında huzursuzluk hislerinin yaşanması, sosyal medya üzerinden takip edilen profillerin paylaşımlarının gerçek varoluşlarından daha önemli hale gelmesi, sürekli paylaşım yapmaya ihtiyaç duyulması gibi belirtiler ifade edilmiştir. Geleceğe yönelik önemli kararların alındığı, kişiliğin ve kimlik oluşumunun şekillenmeye başladığı ergenlik döneminde, gençlerin sosyal medya kullanım özellikleri ve sosyal medya bağımlılıkları üzerine çalışmak önem teşkil etmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olan ve bu bağımlılık için risk teşkil eden pek çok değişken farklı çalışmalarca ortaya çıkarılmıştır. Bunlar arasında yaş, hissedilen yalnızlık düzeyi, duygusal özerklik, dışadönüklük ve nevroitiklik gibi kişilik özellikleri bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olarak en çok öne çıkan risk faktörlerinden birisi de bu araştırmanın bir diğer değişkeni olan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK)'dur (Blackwell vd., 2017). FoMo (Fear of Missing Out) kısaltmasıyla da bilinen GKK alanyazında Przybylski ve arkadaşları tarafından 2013 yılında kavramsallaştırılmıştır ve kişinin kendisinin bulunmadığı ortamlarda, diğer

insanların ondan daha doyurucu deneyimler yaşayacağına dair hissettiği endişe ve kaygı halini ifade eder. Esasen GKK online bir fenomen olmamasına karşın, yapılan araştırmalarla birlikte sıklıkla sosyal medya kullanımı ile ele alınmaktadır. Bu bağlamda GKK Cambridge Sözlüğünde, “sosyal medyada görülen şeylerden kaynaklanan diğer insanların gideceği heyecan verici olayları kaçırma endişesi” olarak da tanımlanmaktadır.

Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ile gelişmeleri kaçırma korkusunun birlikte alındığı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalara göre kişilerin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyleri de artmaktadır; bununla birlikte gelişmeleri kaçırma korkusu sosyal medya bağımlılığı için itici bir güçtür. Fakat bu ilişkiye aracılık eden ve bu ilişkiyi biçimlendiren faktörlere dair bilinenler kısıtlıdır (Yin vd., 2019).

Sosyal Karşılaştırma Kuramı'na (Festinger, 1954) göre öz değerlendirme temel bir insani ihtiyaçtır. İnsanlar sosyal karşılaştırmalar yoluyla kendi becerilerini, başarılarını, düşünce ve kabiliyet düzeylerini değerlendirirler. Fakat bu kıyaslama durumu bazı kişisel özelliklere göre değişiklik gösterebilmektedir. Bireyin kendi benliğine yönelik yaptığı olumlu ve/veya olumsuz değerlendirmeler sonucunda ortaya çıkan memnuniyet ya da memnuniyetsizlik duygularını ifade eden kendilik değeri (KD) (Thomas ve Sanandaraaj, 1985) bunlardan biridir. Kendilik değeri düşük olan kişiler kendileriyle ilgili değerlendirmeleri değişken ve tereddütlü olduğu için daha fazla sosyal kıyaslamaya gidebilmektedirler (Buunk ve Gibbons, 2007). Sosyal karşılaştırmaya yönelik bu eğilim sürekli bilgi akışına maruz bırakması sebebiyle modern teknolojiler tarafından kolaylaştırılabilir (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008) . Günümüzde de sosyal medyanın sosyal kıyaslama için büyük bir alan oluşturduğu düşünülmektedir. Sıklıkla yapılan sosyal kıyaslamaların ise GKK duyguları üretme potansiyeli bulunmaktadır (Erdoğan vd., 2021). Bu doğrultuda bu araştırmada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide biçimlendirici rolü olabileceği düşünülen kendilik değeri üçüncü değişken olarak ele alınmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin hangi faktörler tarafından, nasıl biçimlendiğini anlamak; Bu değişkenler üzerinde kavrayış sahibi olmak, sosyal medya bağımlılığı sonuçlarını daha iyi anlamak ve yüksek düzeyde gelişmeleri kaçırma korkusunun olumsuz etkilerini azaltmak konusunda yardımcı olabilir (Yin vd., 2019).

BÖLÜM 2

2. LİTERATÜR

2.1 Ergenlik Dönemi

Çocukluk ile yetişkinlik arasında uzanan bir köprü gibi düşünebileceğimiz ergenlik dönemi, başlangıcı biyolojik faktörlerle belli olan, bitişi ise kültürel faktörlere göre değişiklik gösteren bir gelişim dönemidir (Şirin, 2020). Kişilere, döneme, coğrafyaya ve topluma göre farklılık göstermekle birlikte 10-19 yaş aralığındaki kişiler Dünya Sağlık Örgütü(DSÖ)'nce 'adölesan' , 15-24 yaş aralığındaki kişiler ise 'genç' olarak tanımlanmıştır.

Ergenlik döneminin başlangıcı iklim, sanayileşme, beslenme alışkanlıkları gibi çevresel faktörler ve bireysel faktörlere göre değişmekle birlikte genellikle kızlarda 10-12, erkeklerde ise biraz daha geç olarak 11-13 yaş aralığı olarak ifade edilmektedir (Şirin,2020).

Ergenliğin süresi ve yetişkinliğin başlangıcı ile ilgili açıklamalar zaman içinde değişim göstermiştir. Örneğin bundan otuz yıl önceye kadar ergenlikten yetişkinliğe geçiş, liseyi takiben üniversiteye başlama, işe girme, askere gitme veya evlenme gibi günümüze kıyasla daha basit seçimler çevresinde şekillenmekteydi (Zarrett ve Eccles, 2006). Zamanla, bu iyi tanımlanmış yollar pek çok grup için geçerliliğini yitirmiş ve ergenliğin bitişi daha karmaşık bir hal almıştır (Furstenberg vd., 2005). Bu nedenle ergenliğin bitişi ile ilgili farklı görüşler vardır. Örneğin Sawyer ve arkadaşları (2018) 10- 19 yaş grubundansa, 10-24 yaş grubunun ergenlik olarak tanımlanması yeni bakış açısına daha yakın olacağını öne sürerken; Steinberg (2009) 18-21 yaş arasını son ergenlik, 18-25 yaş arasını ise beliren yetişkinlik olarak ifade etmiştir. Bazı yaş gruplarının hem son ergenlik hem de beliren yetişkinlik tanımları içinde yer almaları, bu sınırların kesin olmadığına ve her birey için değişiklik gösterdiğine işaret eder.

Günümüzde, çocukluktan yetişkinliğe geçiş süreci yaşam çizgisinde her zamankinden daha büyük bir yer kaplamaktadır (Sawyer, 2018). Bu durum, bu gelişim döneminin kendi içinde bölümlere ayrılarak daha kapsamlı bir şekilde incelenmesini ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda ergenlik üç alt başlık altında incelenir (Törüner ve Büyükgönenç 2012; Amerikan Pediatri Akademisi, 2017):

1. Erken ergenlik: 10-13 yaş aralığını kapsayan dönem
2. Orta ergenlik: 14-17 yaş aralığını kapsayan dönem
3. Geç/son ergenlik: 18-21 yaş aralığını kapsayan dönem olarak sınıflandırılmıştır (Parlaz, 2012; Steinberg, 2016).

Erken ergenlik döneminde pek çok hızlı fizyolojik değişim ve fiziksel büyüme yaşanır. Bu gelişmelere paralel olarak cinsel olgunlaşma süreci de başlar. Tüm bu gelişim ve değişimleri benimsemek ergen için zorlayıcı olabilir. Bu nedenle ergen zaman zaman çevresindekilere ani çıkış ve tepkiler gösterebilir (Ocakçı, 2015). Akran gruplarının öneminin arttığı erken ergenlik döneminde gençler ebeveyn otoritesine baş kaldıracaklar, bağımsızlık arayışı ile itaat etme arasında gitgeller yaşayabilirler (Behrman vd., 2000).

14-17 yaş aralığını kapsayan orta ergenlik döneminin en önemli meseleleri kişilik oluşumu ve bağımsızlık arayışıdır (Parlaz, 2012). Bu dönemde ergen, fiziksel gelişmelere uyum sağlamaya ve bedeni içinde kendini daha rahat hissetmeye başlamıştır (Şahin ve Özçelik, 2016). Bilişsel gelişiminin büyük bir kısmını tamamlayan gençler bu dönemde soyut düşünebilir ve tecrübelerine dayanarak içgörü geliştirebilir (Parlaz, 2012). Romantik hisler karşı tarafa ifade edilir; fakat romantik arkadaşlıklar kısa sürme eğilimindedir (Şahin ve Özçelik, 2016).

Geç ergenlik dönemi, ergenliğin başlangıcından itibaren yaşanan çatışmalar, edinilen beceriler ve kurulan özdeşimlerin bir bakıma sentezlenerek kimlik duygusunun kazanıldığı bir dönemdir. Bu dönemde genç artık, ‘Ben kimim?’ sorusuna fazla şüpheye düşmeden, aynılık ve süreğenlik içinde yanıt verebilmektedir (Derman, 2008). İlgi alanları ve yetenekleri konusunda kendinden daha emindir (Çövenner Özçelik, 2016). Karşılaştığı sorunları daha etkin bir şekilde ele alabilir ve daha iyi baş edebilirken; meslek, ilişkiler ve gelecek planları gibi yaşam kararlarında daha gerçekçidir (Ocakçı, 2015).

Geç dönemde gençler giderek daha bağımsız hale gelir, daha fazla sorumluluk

alır ve kendi gelişimlerinde daha fazla aktif rol üstlenirler (Zarrett ve Eccles, 2006). Ergenliğin önceki dönemlerine kıyasla güçlü olan bu özelliklere karşın, geç ergenlik dönemini yetişkin döneminden ayıran ve gençlerin başa çıkması gereken bazı zorluklar da bulunmaktadır. Arnett (2000) bunları kimlik arayışı, kendine odaklanma, arada kalmışlık, istikrarsızlık ve sonsuz olanaklara sahip olma düşüncesi olarak ifade etmiştir. Eccles ve Gottman'a (2002) göre ergenliğin bu son aşamasına gençlerin başa çıkması gereken zorluklar: 1) zorlu rollerin yönetimi, 2) kişisel güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve bunları koordine etmek, 3) içinde bulunulan rollerde anlam ve amaç bulmak ve 4) yaşamda gereken değişiklikleri değerlendirmek, bu değişiklikleri yapmak ve yapılan değişimlerle başa çıkmak, olarak ele alınmıştır. Bu zorluklarla etkin bir şekilde başa çıkmak, gençlerin sahip olduğu sosyal destek, gelişim ortamları ile fiziksel, psikososyal ve bilişsel kaynaklarına bağlıdır.

2.1.1 Ergenlik Döneminde Gelişim

2.1.1.1 Fiziksel Gelişim

Ergenlik döneminde meydana gelen önemli değişimlerden birisi, hızla meydana gelen fiziksel büyüme ve gelişmedir (Parlaz, 2012). Cinsiyet hormonlarının aktifleştirdiği değişim kızlarda memelerin büyümesi ve ilk regl ile; erkeklerde ise testislerin büyümesi, sesin kalınlaşması ve sakal ile bıyıkların belirginleşmesi ile başlar (Şirin,2020). Özellikle 11-16 yaşları arasında büyüme ve gelişme öyle hızlıdır ki, bu dönemde meydana gelen bu hızlı büyüme için 'büyüme atağı' tabiri kullanılır (Kınık, 2000). Kızların en hızlı büyüdüğü yaş aralığı 11-12 iken; erkeklerin en hızlı büyüdüğü yaş aralığı 13-14'tür. Bu büyüme atağı döneminde kızlar yılda 8.75 cm, erkekler 10 cm uzar (Santrock, 2015). Yine bu evrede kızların vücudundaki yağ oranı artış göstermeye, memeler ile birlikte kalça bölgesi genişler. Erkeklerde ise kızlara kıyasla kas oranının arttığı, göğüste ve omuzlarda genişlemenin yaşandığı görülür. Hormonal değişimler ve gelişimlerle birlikte gençlerin vücut kokuları belirginleşir (Kulaksızoğlu, 2011). Geç ergenlik dönemine gelindiğinde, fiziksel gelişmenin tamamlanmış olması beklenir.

Vücudun her alanı gibi, beyin de ergenlik döneminde büyür ve gelişir (Steinberg, 2009). Sağ beyin ile sol beyin arasında köprü görevi üstlenen korpus kallosum bu dönemde kalınlaşır. Bu sayede ergen bilgiyi daha iyi işler (Giedd, 2008). Akıl yürütme, karar verme ve kendini kontrol etme gibi becerilerle ilişkili olan frontal lob ergenlik döneminde henüz gelişimini tamamlamamıştır, 18-25 yaşlarına kadar gelişmeye

devam eder (Çelik vd., 2008; Santrock, 2015).

2.1.1.2 Bilişsel Gelişim

Ergenlik döneminde meydana gelen hormonal ve beyin yapısındaki değişimler ile birlikte, ergenin bilişsel yeteneklerinde de gelişme ve değişme meydana gelir. Piaget'in göre çocuklar 11 yaş civarında somut işlemler döneminden soyut işlemler dönemine geçmektedirler (akt. Ahioğlu-Lindberg, 2011). Bu geçiş somut olarak var olana dayalı düşünme biçiminden, göz önünde var olmayana dayalı düşünme biçimine geçişi ifade eder. Bu dönemde ergenler, ileri muhakeme yetisi, eleştirel düşünce yetisi ve düşünme üzerine düşünme yetisi kazanırlar (Şirin, 2020). Özellikle düşüncenin üzerine düşünebilme yetisi kazanmaya başlayan ergenler böylelikle, kendilerinin farkında olmaya, kendi duygu ve düşünceleri üzerine düşünmeye, başkalarının da kendisi hakkında düşündüğünü fark etmeye başlarlar (Santrock, 2019).

Kazanılmaya başlanan bilişsel becerilerle birlikte ergenlik döneminde yaşam, gelecek, din, politika, ahlak, ilişkiler vb. sorgulanmaya başlar. Bu sorgulamalar esnasında ergen üst düzey bilişsel işlem ve yapıları kullanabilir, karşılaştığı sorunlara yeni çözümler üretebilir (Ahioğlu-Lindberg, 2011). Tüm bu bilişsel gelişmeler, ergenlerin benlik gelişimi ile de yakından ilişkilidir (Santrock, 2012).

Kazanılan bu bilişsel beceriler beraberinde ergen benmerkezliliği denilen bir durumu ortaya çıkarmaktadır (Lapsley, 1993). Kendi görüntüsü ve davranışları konusunda öz farkındalığı artan ergen (Santrock, 2012) kendini diğerlerinden ayırmakta zorluk çekebilir (Lapsey, 1993). Bu durum ergen benmerkezliliği olarak ifade edilir. David Elkind (1976) ergen merkezliliğinin iki ayrı zihinsel yapıdan oluştuğunu ifade etmiştir: hayali seyirci ve kişisel hikâye. Hayali seyirci, ergenin diğer insanların da kendisiyle ilgilendiğine, sürekli izlendiğine ve ilgi odağı olduğuna dair inancı olarak ifade edilir. Kişisel efsane ise, ergenin risk almaya yatkın oluşuyla da ilişkili olarak yenilmez olma duygusu, biriciklik hissiyatıdır.

2.1.1.3 Cinsel Gelişim

Ergenlik dönemi, cinsel hayatın olmadığı çocukluk dönemi ile cinsel hayatın olduğu yetişkinlik dönemi arasında bir geçiş noktasıdır (Santrock, 2012). Üreme sistemi olgunlaşmaya başlar ve ikincil cinsiyet karakterlerinde değişimler meydana gelir. Bu cinsel içerikli biyolojik gelişmelerle birlikte, kızlarda regl olma, memelerin büyümesi ve kalçanın genişlemesi; erkeklerde sesin kalınlaşması, bıyık ve sakalların

çıkması gibi cinsel içerikli fizyolojik gelişmeler yaşanır (Koç, 2004).

Bu dönemde ergenlerin cinsellikle ilgili merak ettikleri çok şey vardır. Bu konuyla ilgili araştırmalar yapar, fanteziler kurar ve kendi cinsel kimliklerini kavramaya başlarlar (Santrock, 2012). Yeni beliren cinsel duyguları anlamak ve bunları yönetmek, cinsel kimlik oluşturmak, yeni yakınlıklar geliştirmek ergenlik dönemindeki önemli meselelerdendir (Diamond ve Savin William, 2009).

2.1.1.4 Sosyal ve Duygusal Gelişim

Ergenlik döneminde önemli sosyoduygusal değişiklikler meydana gelir. Sosyal gelişim, yaşlılarla kurulan ilişkiler başta olarak evde, okulda, hayatın her alanında diğerleriyle kurulan ilişkileri ifade eder. Duygusal gelişim ise ergenin kendi ve diğerlerinin duygularını anlama serüvenini kapsar. Bu iki kavram genellikle birlikte incelenmektedir; çünkü sosyal gelişme, duyguların anlaşılması ile birlikte meydana gelir ve bu iki ayrı süreç birbirini destekler (Şirin, 2020).

Ergenlik dönemi duyguların çok yoğun yaşandığı bir dönemdir. Hormonal dalgalanmalar sebebiyle aynı anda pek çok duygu hissedilebilir. Bu karmaşık duyguların anlaşılabilmesi strese, karışıklığa ve çatışmalara sebep olabilir. Duyguları tanıma ve regüle etme becerisi ergenlik içinde zamanla kazanılan becerilerdir (Şirin, 2020).

Ergenlik dönemindeki gençlerin kendilerini anlamaya yönelik gayretleri artar ve bu dönemde bir kimlik arayışı süreci başlar (Santrock, 2012). Kimliğin kazanılması, ergenlik dönemindeki en önemli psikososyal görevlerden biridir (Göka ve Türkçapar, 2011). Bu dönem Erikson'un psikososyal gelişim evrelerinden 'kimlik kazanmaya karşı rol karmaşası' olarak da ifade edilir (akt. Atak, 2011). Ergenlik dönemindeki gençler kariyer, din/inanç, siyasal kimlik, kültürel/etnik kimlik, ilgiler, kişilik, cinsiyet kimliği, cinsel yönelim, ait olunan grup kimlikleri gibi parçalar üzerinden kendilerini betimleme çabası içindedirler (Santrock, 2012; Şirin, 2020).

Özerklik kazanmak isteyen ergen, ebeveynleriyle sık sık çatışmaya girebilir. Bu çatışmalar özellikle ilk ergenlik döneminde fazlayken, son ergenlik döneminde azalır (Santrock, 2012). Özellikle ilk ve orta ergenlik döneminde, akran ilişkilerine ve arkadaşlıklara verilen önem büyüktür. Bu dönemlerde hem yakın arkadaşlarla yaşanan çatışmalar artar hem de problem çözme ve uyum becerilerinde artış görülür. Böylece ergenler desteklemeyi, çatışmalarda problem çözmeyi öğrenir (Yu vd., 2014). Son ergenlik dönemine girildiğinde ise, akran gruplarına verilen önem görece azalır,

ergenler daha bireysel ilişkilere yönelirler (Çövener Özçelik, 2016).

Sosyal ve duygusal gelişim alanında meydana gelen değişiklikler üzerinde kültür ve bulunulan ortamın etkisi oldukça büyüktür. Bu bağlamda aile yapısı, ebeveyn-çocuk ilişkileri, arkadaş, okul çevresinin yanında internet kullanımı da ergenlerin sosyalleşmesini farklı şekillerde etkileyebilmektedir (Şahin ve Özçelik, 2016). Özellikle son yıllarda internet, cep telefonu ve sosyal medya kullanımının hızla artmasıyla, ergenlik dönemindeki sosyal ilişkiler de önemli bir dönüşümden geçmektedir (Şirin, 2020). Bu bağlamda sosyal medya ve sosyal medya bağımlılığı kavramları ilerleyen bölümlerde ayrıntılarıyla ele alınmaktadır.

2.2 Sosyal Medya

Sosyal medya, “insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini çeşitli mesaj ya da görüntüler ile paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlar” olarak tanımlanmaktadır (Eraslan ve Durur, 2018). Bireyler bu çevrimiçi platformlar aracılığıyla kişisel profiller oluşturabilir, diğer kullanıcılarla etkileşim haline geçebilir, yazı, fotoğraf, video vb. çeşitli içerikler paylaşabilir ve tanımadığı kullanıcılarla iletişime geçip sosyalleşebilirler (Kuss ve Griffiths, 2011).

Sosyal medya ağları bireysel ya da topluluklar halinde kullanıma ve küresel iletişime olanak sağlayan çevrimiçi ortamlardır (Tutkun-Ünal ve Deniz, 2020). Bireyler vakit geçirmek, bağlantı kurmak ve iletişimde kalmak, haber takip etmek, bilgi paylaşmak, oyun oynamak ve sosyal aktivitelere katılmak gibi pek çok amaçla sosyal medya sitelerini kullanmaktadırlar (Allen vd., 2014). Bu kullanım özellikleri ile günümüzün gelişmiş teknolojik olanakları sayesinde cep telefonlarından tek bir tıklama ile sosyal medya uygulamalarına ulaşılma kolaylığı birleşince, internet kullanımında sosyal medya uygulamaları ilk sıralarda yer almaktadır (Güney ve Taştepe, 2020).

Sosyal medya araçları iletişim, yenilikleri takip etme, eğitim-öğretim, yaratıcılık, kendini geliştirme, kendini ifade etme gibi alanlarda bireylere pozitif katkılar sunsa da özellikle artan sürelerde ve yoğunluklarda sosyal medya kullanımı ‘bağımlılık’ kavramını gündeme getirmektedir (Çiftçi, 2018). Bu doğrultuda bir sonraki bölümde sosyal medya bağımlılığı kavramı ele alınmaktadır.

2.2.1 Sosyal Medya Bağımlılığı

Günümüzde sosyal medya en sık kullanılan internet platformudur ve hızla en önemli etkileşim ve iletişim aracı haline gelmektedir (Kırcaburun, 2016). 2020 Yılı Global Dijital Raporu'na dünya nüfusunun yarısı sosyal medya kullanıcısıdır. Türkiye'de ise 2019 yılı TÜİK verilerine göre ülke genelinde %94,9 oranında internete erişilebilmekteyken; altmış milyon kişi sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır.

İletişimi hızlandırması ve bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmasının yanı sıra oyun oynama, arkadaş arama gibi özellikleriyle birlikte internet ve sosyal medya uygulamalarını gün geçtikçe daha fazla ilgi çekmekte ve kullanımını artmaktadır (Nalwa and Anond, 2003). Bu yoğun ve aşırı kullanım bağımlılık riskini doğurmaktadır (Aktan, 2018).

Sosyal medyanın artan kullanım şekliyle birlikte 'Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB)' kavramı karşımıza çıkmaktadır. SMB, DSM-V'te bir bozukluk tanımı olarak karşımıza çıkmasa da literatürde sıkça davranışsal bağımlılık şeklinde değerlendirilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). İnternet bağımlılığının bir alt alanı olarak da ifade edilen (Longstreet ve Brooks, 2017) sosyal medya bağımlılığı "Bilişsel, davranışsal, duygusal alanlardaki sorunlarla belirli, kişilerin yaşamındaki tüm alanları kapsayacak şekilde duygu durumunda bozulmalar, iletişim sorunları, meşguliyet gibi vb. sorunlara sebep olabilen ruhsal ve iletişimsel bir sorun" dur (Ünlü, 2018). Bu tanımla paralel olarak Andreassen and Pallesen (2014) sosyal medya bağımlılığını sosyal medya siteleriyle aşırı ilgili olmak, sosyal medya sitelerine giriş yapmak ya da kullanmak için güçlü bir motivasyonla yönlendirilmek ve sosyal medya sitelerine diğer sosyal aktivitelere, iş ve çalışma alanlarına, kişilerarası ilişkilere ve/veya psikolojik sağlığa ve iyi oluş haline zarar verecek kadar zaman ayırmak olarak ifade etmişlerdir.

Günümüzde özellikle ergenler sosyal medya platformlarının en istekli kullanıcılarıdır (Allen vd., 2014) ve bu kullanım oranı gün geçtikçe artış göstermektedir. TÜİK 2016 raporuna göre Türkiye'de en yüksek internet kullanımının olduğu grup 16-24 yaş arasındadır. Literatüre göre gençler, yetişkinlere kıyasla interneti sıklıkla sosyal etkileşim almak ve sosyal medyada popüler olmak arzusuyla kullanmaktadırlar (Kaygusuz, 2013; Valkenburg ve Peter, 2009).

Sosyal medya kullanımının son derece yoğunlaştığı günümüzde sık sık tartışılan ve gündem olan konulardan biri olan (Aktan, 2018) sosyal medya bağımlılığı üzerine

yapılan araştırmalar ve ilgili literatür oldukça fazladır. Yaş, yaşam tatmini, depresyon, kaygı ve stres, yalnızlık hisleri, duygusal özerklik ve gelişmeleri kaçırma korkusu gibi faktörler sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olarak incelenen değişkenlere örnektir.

2.2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkili Faktörler

Sosyal medya bağımlılığı, özellikle son yıllarda ilginin arttığı ve üzerine pek çok araştırmanın yapıldığı bir konudur. Bu araştırmalar neticesinde sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olan bazı faktörler belirlenmiştir.

Bağımlılığa ve bu kapsamda sosyal medya bağımlılığına biyopsikososyal model çerçevesinden bakıldığında, biyolojik, sosyal ve psikolojik faktörlerin bir arada sosyal medya bağımlılığına etki ettiği söylenebilir (Dailey vd., 2020). Bu disiplinlerarası yaklaşıma göre bağımlılıklar bireyin 1.biyolojik ve/veya genetik yatkınlığı, 2.sosyal çevresi ve 3. psikolojik yapısı çevresinde şekillenir (Griffiths, 2005).

Yaş, bir biyolojik faktör olarak sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilidir. Andreassen vd. (2012, 2013) göre yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında ters bir ilişki vardır ve gençler çevrimiçi bağımlılıklar geliştirmeye daha müsaittir (Hargittai, 2004).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili sosyal faktörlere bakıldığında, kadınların erkeklere kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlılığı geliştirdiği; buna karşın erkeklerin dijital oyunlar ve çevrimiçi kumar gibi bağımlılıklara daha yatkın olduğu bulunmuştur (Andreassen vd., 2016; Kuss vd., 2014).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bir diğer sosyal faktör ise yalnızlıktır (Doğan ve Karakaş, 2016). Rook'un (1984) yaptığı kapsamlı tanıma göre yalnızlık ‘‘bireyin diğerleri tarafından anlaşılmadığı, onlara yabancı kaldığı ya da onlar tarafından reddedildiği ve/veya özellikle sosyal bütünleşme duygusu ve duygusal yakınlık kurmak için olanaklar sunan, arzu edilen etkinlikleri gerçekleştirmek için uygun sosyal partnerlerin yokluğu durumunda yaşanan, süregelen duygusal zorlanma’’ şeklinde ifade edilmektedir. Yalnızlık duygusu, özellikle ergenlik döneminde ön plana çıkmakta ve risk teşkil etmektedir. Özellikle aile ilişkilerinde ve romantik ilişkilerinde bu duyguları hisseden gençler, yoğun sosyal ağ kullanımına yönelebilmektedirler (Doğan ve Karakuş, 2016). Paralel olarak 903 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirilen bir çalışmada, araştırmaya katılan gençlerin Facebook kullanım süreleri, yalnızlık düzeyleri ve Facebook bağımlılık düzeyleri arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Balcı ve Gölcü 2013).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili psikolojik faktörlere bakıldığında kendilik değeri ve duygusal özerklik gibi değişkenlerin sosyal medya bağımlılığı üzerinde yordayıcı oldukları bulunmuştur. Literatüre göre düşük kendilik değeri sosyal medya bağımlılığı için bir risk teşkil etmektedir (Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2017; Hawi ve Samaha, 2017). Kendilik değeri düşük olan kişiler sosyal medya sitelerini benlik algıları ve kendilik değerini arttırmak amacıyla kullanabilmekte (Gonzales ve Hancock, 2011; Steinfield, Ellison ve Lampe, 2008), bu durum da sosyal medya bağımlılığıyla sonuçlanabilmektedir (Dailey vd., 2019). Kendilik değeri bu araştırmanın bir değişkeni olduğundan, sosyal medya bağımlılığı ile kendilik değeri arasındaki ilişkili araştırma değişkenleri arasındaki ilişki bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Ebeveynlerden ayrılarak, ayrı bir birey olmayı idrak edişin ifadesi olan duygusal özerklik (Ümmet vd., 2019) kavramı ise sosyal medya bağımlılığının yordayıcılarından bir diğeri olarak literatürde geçmektedir. Özellikle ergenlik döneminde önemli bir kavram olarak karşımıza çıkan duygusal özerklikle birlikte kişiler kendi kararlarını alır, kendi davranışlarını düzenler ve kendi kendilerini kontrol ederler (Blos, 1979). Bu bağlamda, duygusal özerklikleri artan bireyler, daha az sosyal medya bağımlılığı geliştirirler (Ümmet vd., 2019).

Bazı kişilik özellikleri de sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunmuştur. Bir kişilik özelliği olarak dışadönüklük hem sosyal medya kullanımı hem de bağımlılık eğilimleri ile pozitif yönde ilişkilidir (Kuss ve Griffiths, 2011; Ryan ve Xenos, 2011; Wilson, Fornasier ve White, 2010). Dışadönüklükle birlikte nevrotik kişilik özelliklerinin de sosyal medya kullanımı ve internet bağımlılığı ile pozitif yönlü ilişki içindedir (Andreassen vd., 2013). Bu bağlamda nevrotik kişilik özellikleri yüksek olan kişiler diğerlerinden geri bildirim almak umuduyla sosyal ağları kullanmaya yönelebilirler (Blackwell vd., 2017).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunan ve en çok öne çıkan risk faktörlerinden biri de gelişmeleri kaçırma korkusudur (Blackwell ve ark., 2017). Gelişmeleri kaçırma korkusu kavramı aynı zamanda bu araştırmanın değişkenlerinden biri olduğu için, sonraki bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu

İlk olarak Przybylski ve arkadaşları(2013) tarafından tanımlanan gelişmeleri

kaçırma korkusu (GKK), bireylerin kendilerinin bulunmadığı bir ortamda diğer insanların daha doyurucu deneyimler edineceğine yönelik yaşanan yaygın bir endişe ve kaygı hali olarak ifade edilmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu bireylerin başkalarının deneyimleriyle sürekli olarak bağlantı kurma arzusu ile karakterizedir (Bor, 2018). Hayran, Anik ve Gürhan-Canlı'nın (2016) çevrimiçi, laboratuvar ve saha çalışmalarına dayanarak yaptıkları tanıma göre ise GKK "bireylerin kendilerinin bulunmadıkları ortamlarda meydana gelen olumlu deneyimlere karşı yaşadıkları şiddetli mahrumiyet duygusu"dur.

GKK, bir kişinin belirli bir aktiviteyi ya da diğer insanlarla olan ilişkisini kaçırma duygularına ilişkin sosyolojik bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Hezt, Dawson ve Cullen, 2015). Bu doğrultuda örneğin, yeni piyasaya sürülmüş teknolojik bir aygıtı istemekle ilişkiyi duyguyu, televizyon tüketimini (Conlin vd., 2016) ya da üniversite öğrencilerinin sosyalleşme ve alkol tüketim davranışlarını (Adams vd., 2017) da içerir.

GKK online bir fenomen olmamasına karşın, yapılan araştırmalarda gkk'nin artan sosyal medya kullanımı ile ilişkisine odaklanıldığı görülmektedir (Reer vd., 2019). Bu bağlamda günümüzde bu kavram daha çok sosyal medyayla ilişkili olarak kullanılmakta ve Cambridge Sözlüğü'ne göre "sosyal medyada görülen şeylerden kaynaklanan diğer insanların gideceği heyecan verici olayları kaçırma endişesi" olarak tanımlanmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusu öz belirleme teorisi (Deci ve Ryan, 1985) ile kavramsallaştırılabilir (Fabris, 2020; Przyblsk, 2013). Öz belirleme kuramına göre insanın sağlıklı bir psikolojik gelişim gösterebilmesi ve öz regülasyon becerileri kazanabilmesi doğuştan gelen temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasına bağlıdır. Bu psikolojik ihtiyaçlar: Özerklik, yetkinlik ve ilişkili olma gereksinimleridir. (Deci ve Ryan, 1985). Özerklik ihtiyacı bireyin, eylemlerinde kendi adına karar verebildiğini duyumsamasıyla ilgilidir. Yetkinlik ihtiyacı, bireyin çevresiyle ve olaylarla başa çıkabilmek için kendini yeterli hissetme arzudur. İlişkili olma ihtiyacı ise, bireyin tatmin edici ve destekleyici sosyal ilişkilere duyduğu ihtiyacı ifade etmektedir (Deci vd., 1996; Grolnick vd., 1997). Bu bağlamda GKK fenomeni, temel psikolojik ihtiyaçların tatminindeki durumsal veya kronik eksikliklerden kaynaklanan kendi kendini düzenleme becerilerindeki bir belirsizlik olarak anlaşılabilir (Przyblsk vd., 2013).

1954 yılında Leon Festinger tarafından ortaya atılan Sosyal Karşılaştırma Teorisi, gelişmeleri kaçırma korkusunun psikolojik nedenini anlamak için dikkate alınması gereken bir başka teoridir (Argan, 2018). Bu teoride Festinger (1954), bireylerin becerilerini ve özelliklerini anlamlandırmak için kendileri ve diğer insanlar arasında sosyal karşılaştırmalar yaptığını öne sürer. GKK kapsamında kişilerin, kendi deneyimleri ile başkalarının deneyimlerini kıyaslayarak, ödüllendirici deneyimlerden mahrum kalıp kalmadıklarına dair çıkarımlarda bulunacakları düşünülebilir.

Gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili ilk araştırma 2013 yılında yapılmış ve o zamandan günümüze, konu hakkında kapsamlı bir kavrayış oluşturabilme amacıyla hem GKK'nın etkilediği hem de GKK üzerinde etkisi olan değişkenler üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Uzun, Gözükara ve Bilgin, 2019).

2.3.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu İle İlişkili Faktörler

Alanda yapılan ilk çalışmadan bugüne, GKK aşırı akıllı telefon kullanımı, sosyal medya bağımlılığı veya problemlili medya kullanım davranışları; dikkati dağılmış sürüş ve dikkati dağılmış öğrenme; alkol kullanımıyla ilişkili zarar ve gecikmiş uyku ile ilişkili bulunmuştur. Bu davranışsal korelasyonların yanı sıra düşük psikolojik iyi oluş, temel psikolojik ihtiyaçların tatmininde eksiklik, düşük pozitif duygu durumu ve hayat tatmini yüksek düzey GKK ile ilişkili bulunmuştur. Yüksek düzey GKK ile ilişkili bulunan diğer faktörler ise düşük kendilik değeri, yüksek düzey stres, depresyon ve anksiyeteye ek olarak, düşük düzey fiziksel ve bilişsel sağlık olmuştur (Reer vd., 2019).

Przyblski vd. (2013)'nin gelişmeleri kaçırma korkusuna ilişkin yaptıkları öncü çalışmalarında ilk GKK düzeyi, genç erkeklerde daha yüksek bulunmuştur. Ancak literatürde, GKK'nın yaşa ve cinsiyete göre anlamlı olarak farklılaşmadığı pek çok çalışma da mevcuttur (Gökler vd., 2016; Hoşgör vd., 2017) Yine aynı çalışmada GKK ile ilişkili bulunan faktörlerden birisi öz-yeterlilik. Bu kavram "Bir kişinin gereken davranışı yapması halinde istediği sonuca ulaşacağına dair inancı" (Bandura, 1977) şeklinde tanımlanmaktadır. Przyblski vd. (2013) yeterlilik, özerklik ve ilişkililik alanlarında kendilerinden daha az tatmin olan bireylerin daha yüksek düzeyde GKK bildirdiklerini ifade etmişlerdir. Buna paralel olarak, Erdoğan ve Şanlı (2019)'nın 346 üniversite öğrencisiyle yürüttükleri çalışmalarında öz yeterlilik ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında negatif yönlü ilişki bulgulanmıştır. Buna göre, öz yeterliliği yüksek olan öğrencilerin daha az düzeyde gelişmeleri kaçırma korkusu deneyimleyeceği

çıkarsanabilir.

GKK ile sosyal medya kullanımı ve sosyal medya değişkenleri arasında da bir ilişki vardır. GKK düzeyi yüksek olan kişiler uyanır uyanmaz, uykuya gitmeden hemen önce ve yemekler esnasında Facebook kullanmaya daha yatkın bulunmuşlardır. GKK düzeyi yüksek olan öğrenciler ise dersler esnasında Facebook kullanımına diğer öğrencilerden daha yatkındırlar (Przybylski vd., 2013). Uzun vd. (2019)'nin çeşitli sosyal medya değişkenleri açısından gençlerdeki GKK'yı inceledikleri çalışmalarında, kişilerin sosyal medya hesaplarında bulunan takipçi sayısına göre GKK düzeylerinin arttığı bulgulanmıştır. Bu bulgular, takipçi sayısının artmasıyla birlikte güncelleme ve takipte kalma davranışlarından geri kalındığında yaşanan korku ve kaygının da arttığına işaret eder.

Baker, Z. G., Krieger, H., ve LeRoy (2016) çalışmalarında GKK ile depresif semptomlar, fiziksel semptomlar ve bilinçli farkındalığı alakalı bulmuşlardır. Daha fazla GKK deneyimleyen bireyler daha kötü duygusal, bilişsel ve fiziksel sağlığa işaret edecek şekilde daha fazla depresif semptomlar ve fiziksel semptomlar ile daha az bilinçli farkındalık göstermektedirler. Bu veriler GKK ile genel duygu durum ve genel yaşam tatmini arasında negatif bir ilişkiyi (Przybylski vd., 2013) öne süren literatürle örtüşmektedir.

Literatürdeki çalışmalar çoğunlukla GKK ile iyi oluş ve sosyal bağlantı arasında negatif yönlü bir ilişki koymaktadır. Buna karşın Roberts ve David (2019) çalışmalarında GKK'nın iyi oluş üzerinde bazı olumlu etkilerinin de olabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu çalışmaya göre GKK, sosyal bağlantıyı teşvik eden sosyal medya kullanımına yol açarsa, iyi oluş üzerinde olumlu bir etkisi olabilir.

GKK ile üniversite öğrencileri arasında alkol kullanımının incelendiği bir çalışmada yüksek alkol tüketim oranları ile GKK seviyeleri arasında bir ilişki saptanmıştır (Riordan vd., 2015). Bir diğer araştırmada ise üniversite öğrencilerinin sosyalleşme ihtimallerini kaçırmamak için uyumayı erteledikleri ifade edilmiş, yani GKK ile ertelenmiş yatağa gitme ve ertelenmiş uyku ilişkili bulunmuştur (Adams vd., 2016).

Yapılan çalışmalar sonucunda gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişki içinde bulunan iki önemli değişken ise sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değeridir. Bu ilişkiler araştırmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

2.4 Kendilik Değeri

Benlik saygısı, öz saygı ve kendilik değeri kavramları, Psikoloji Terimleri Sözlüğü'nde self-esteem kavramının karşılığı olarak verilmektedir. Bu çalışmada Eraslan Çapan ve Korkut Owen'ın (2017) çalışmaları referans alınarak 'self-esteem'in karşılığı olarak kendilik değeri (KD) kavramı kullanılmıştır.

Alan yazında şimdiye dek, kendilik değeri kavramının pek çok tanımı yapılmıştır. Genel haliyle kendilik değeri bireyin kendi benliğine dair yaptığı olumlu ve/veya olumsuz değerlendirmeler sonucunda ortaya çıkan memnuniyet ya da memnuniyetsizlik duygularını ifade eder (Thomas ve Sanandaraj, 1984). Yeterlilik ve değer olmak üzere iki alt boyuttan oluşur. Yeterlilik boyutu, bireylerin kendilerini yeterli görme becerilerini ifade ederken; değer boyutu kişilerin kendilerini değerli görme derecelerini ifade eder (Cast ve Burke, 2002).

Kendilik değerinin oluşumuna ve gelişimine baktığımızda pek çok farklı kaynak görebiliriz. Bakım verenlerin yaşamın erken yıllarındaki tutumları, kendilik değerinin şekillenmesinde temel kaynaklardan biridir (Tözün, 2010). Çocuk ve bakım verenler arasında kurulan güven temelli uyumlu ilişki, onaylanma, sevgi ve kabul ve ilgi görme gibi olumlu yaşantılar kendilik değerinin gelişimini olumlu yönde etkiler (Özkan, 1994). Başka insanların bizi nasıl algıladığına, varoluşumuza verdikleri değere yönelik çıkarımlarda bulunmak da kaynaklardan biridir. Dışarıdan maruz kaldığımız sert eleştiri ve değerlendirmeler, kendimizle ilgili sahip olduğumuz algı ve fikirlerimizi zedeleyebilir. Bununla birlikte, sosyal statü, maddiyat, ırk ve kültür gibi değişkenler de kendilik değerinin gelişiminde rol oynamaktadır (Holloway, 2013).

Kendi benliğine dair yaptığı değerlendirmeler sonucu kendinden hoşlanmayan ve kendini olduğundan daha aşağı gören bireyler, çevrelerine karşı kendilerini yetersiz hissetmekte ve yetersiz algılamaktadırlar. Eleştiriye karşı daha hassas olma eğilimindedirler ve insanların onları nasıl gördüğüne daha fazla odaklanırlar. Sonuç olarak, risk almaktan kaçınırlar, genellikle içe dönük davranışlar sergilerler ve kendilerini yalnız ve dışlanmış hissederler (Rosenberg ve Owens, 2001). Kendilik değeri düşük olan kişilerin genellikle, değerli hissedebilmek için arkadaşlarının ve sevdiklerinin devamlı bir onayına ihtiyaç duydukları da söylenebilir (Joiner, Alfano ve Metalsky, 1992). Kendilik değeri yüksek olan kişiler ise yeteneklerine, güçlü yanlarına ve iyi yönlerine daha fazla odaklanırlar (Baumeister ve Tice, 1985). Kendilik değeri yüksek olan kişiler, düşük olan kişilere kıyasla başarılı olmaya dair daha fazla

beklentiye sahiptir. Yüksek kendilik değerine sahip bireylerin algısı sıklıkla ve alışkanlıkla başarılı oldukları yönündeyken; düşük kendilik değerine sahip kişiler genellikle başarının gerisinde kaldıkları hissine sahiptir (McFarlin ve Blascovich, 1981).

2.5 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

2.5.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki

Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı yakından ilişkilidir. Literatüre göre davranışsal bağımlılıklar ile psikolojik problemler ve ruhsal sağlık arasında çift yönlü bir ilişki vardır (Yin vd., 2021). Aralarında karşılıklı bir ilişki bulgularanan bu iki değişken pek çok farklı çalışmada incelenmiştir.

Gelişmeleri kaçırmaktan korkanlar için sosyal medyaya katılım özellikle çekici olabilir. Sürekli olarak sosyal katılımı vaatmesi sebebiyle sosyal medya, gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan bireyler için cezbedici bir alan olabilmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan kişiler etkileşim alabilmek, bağlantıda kalmak gibi sebeplerle sosyal medyaya yönelebilmektedirler (Przybylski vd., 2013). Gelişmeleri kaçırma korkusu olarak geçen kavramdaki korkuyu, klasik anlamda bilinen korku kavramından farklılaşması sebebiyle ‘eksik hissetme’ olarak ifade etmek de mümkündür (Przybylski vd., 2013). Sosyal medyanın artan kullanımıyla birlikte bireyler hiç olmadığı kadar ‘eksik’ deneyimlerinin farkında olabilmektedirler (Worthman, 2011). Bu eksiklik hissi ve yarattığı endişeyle birlikte kişiler daha sık olarak çevreleriyle sosyal medya üzerinden iletişim kurma isteği duyabilmekte, böylece olabildiğince az şeyi kaçırmayı hedefleyebilmektedirler (Wiesner, 2017; Erdoğan ve Şanlı, 2019). Bu bağlamda Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunan ve en çok öne çıkan risk faktörlerinden biri, gelişmeleri kaçırma korkusu olarak karşımıza çıkmaktadır (Buglass vd., 2017; Oberst vd., 2017; Blackwell vd., 2017).

Bireyin, kendisinin bulunmadığı ortamlarda diğerlerinin daha tatmin edici deneyimler yaşayacağına dair duyduğu endişeyi (Pzybylski, 2013) ifade eden gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya kullanımının arkasındaki itici bir güç olduğu kadar Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya ağlarının kullanımının da gelişmeleri kaçırma korkusu üzerinde etkisi vardır. Sosyal medyada geçirilen fazladan zaman kişilerin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerini etkiler (Hoşgör vd.,

2017)

Blackwell ve diğerlerinin (2017) dışadönüklük, duygusal dengesizlik, kaçınma, kaygı ve GKK ölçümlerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığını yordayıcılıklarını araştırdıkları çalışmalarında ise sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığının en önemli yordayıcısının gelişmeleri kaçırma korkusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beyens, Frison ve Eggermont 2016 yılında yaptıkları bir çalışmada sosyal medya ağlarından biri olan Facebook kullanımı ile gelişmeleri kaçırma korkusunun ilişkisini araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre gelişmeleri kaçırma korkusu daha yüksek olan ergenler daha fazla Facebook kullanmaktadırlar. Bununla paralel olarak gelişmeleri kaçırma korkusu yüksek olan bireyler, düşük olan bireylere kıyasla sıklıkla Facebook hesaplarını kontrol etmektedirler (Eniko, 2016). Chotpitayasunondh ve Douglas (2016) akıllı telefon bağımlılığının yordayıcısı olarak Coşkun ve Muşlu (2019) ise problematik cep telefonu kullanımının yordayıcısı olarak GKK'yi bulmuşlardır.

GKK ile sosyal medya bağımlılığı arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu pek çok çalışmada ortaya konmuştur. Bu çalışmalar genellikle SMB'nin direkt yordayıcısı olarak GKK'yi ele almış ya da GKK'yi bir aracı ya da biçimlendirici faktör olarak ele almıştır. GKK ile SMB ilişkisi altında yatan aracı ve biçimlendirici faktörlere dair az şey bilinmektedir (Yin vd., 2021). Bu faktörleri anlamak amacıyla Yin vd. (2021) SMB ile GKK arasındaki ilişkide kıskançlığın aracı ve ait olma ihtiyacının ise biçimlendirici rolünü araştırmışlardır. Buna göre kıskançlık, smb ile gkk arasındaki ilişkiye kısmen aracılık etmektedir. Bu sonuç Daha fazla smb hissedenlerin daha fazla GKK hissetmesinin sebebinin daha fazla kıskançlık hissetmeleri olabileceğini gösterir. Diğer bir deyişle kendi duygularını düzenleyip daha az kıskançlık hisseden kişiler sosyal medya bağımlılığının GKK gibi negatif etkilerini azaltabilir. Yine bu çalışmanın sonuçlarına göre ait hissetme ihtiyacı SMB ile GKK arasındaki ilişkide biçimlendirici rol oynamaktadır.

Bu sonuçlar bu ilişkileri sadece kısmi olarak açıklamaktadır. Dolayısıyla arada başka aracı ve biçimlendirici değişkenler olabileceğine işaret eder. Bu ilişkinin hangi faktörler tarafından biçimlendiği halen çalışmaya açık bir alandır. Bu değişkenler üzerinde kavrayış sahibi olmak, smb sonuçlarını daha iyi anlamak ve yüksek düzeyde fomonun olumsuz etkilerini azaltmak konusunda yardımcı olabilir (Yin vd., 2021).

2.5.2 Kendilik Değeri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki

Kendilik değeri ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye bakan çalışmalar, bağımlılık ile düşük kendilik değerinin ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Düşük kendilik değeriyle ilişkili olabilecek şekilde kendisini hoş bulmayan, düşük sosyal becerileri olduğuna inanan bireyler, sosyal medyada çok fazla arkadaşına veya takipçiye sahip olmanın bu tür öz değerlendirmeleri değiştireceğine inanıyorsa, bu durum bağımlılık yapıcı sosyal medya kullanımlarını kolaylaştırabilir (Andreassen, 2016).

Kendilik değeri ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye bakan çalışmalara göre kendilik değeri düşük olan kişiler sosyal medya sitelerini benlik algıları ve kendilik değerini arttırmak amacıyla kullanmaktadır (Gonzales ve Hancock, 2011; Steinfield, Ellison ve Lampe, 2008). Düşük benlik saygısına sahip kişiler, yüksek benlik saygısına sahip kişilere göre sosyal medyayı kendilerini ifade etmek için daha güvenli bir yer olarak görmekte ve benlik saygısı ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır (Forest ve Wood, 2012).

Facebook kullanımı ve sosyal kapital arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmada, kendilik değerinin biçimlendirici rolü olduğu ortaya konmuştur. Kendilik değeri düşük olan katılımcılar sosyal sermayeleri arasında köprü kurmak için fazladan Facebook kullanımına yönelmektedir (Steinfield, 2008). Barker (2009) ve Mehdizadeh (2010)'e göre kendilik değeri ve hayat tatmini düşük olan, çevrimiçi ortamlar haricinde az bağlantıları olan kişiler Facebook kullanımı ile arkadaş edinmeye ve popülerlik kazanmaya çalışabilmektedir. Bu bulgular Shaw ve Gant'ın (2004) düşük benlik saygısına sahip kişilerin sosyal medyayı ruh hallerini değiştirmek, yeni insanlarla tanışmak, yalnızlığı azaltmak ve sosyal destek aramak için kullandıklarını öne süren çalışmalarıyla örtüşmektedir. 2016 yılında 23.592 sosyal medya kullanıcısıyla (facebook, instagram ve twitter) yapılan büyük ölçekli bir araştırmada ise sosyal medya bağımlılığı ile düşük kendilik değeri ilişkili bulunmuştur (Andreassen ve Pallesen, 2017). Lübnan'da yürütülen ve bu alanda Orta Doğu'da yapılmış çalışmaların öncüsü olan Hawi ve Samaha (2016)'nın çalışmalarına göre, yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı bildiren üniversite öğrencileri aynı zamanda düşük düzeyde kendilik değeri bildirmişlerdir. Buna göre, çalışmanın yürütüldüğü kültürden bağımsız olarak düşük kendilik değerine sahip bireyler daha fazla sosyal medya kullanımına yönelmektedir. Çınar ve Mutlu'nun 2019 yılında internet bağımlılığı ile

benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Benlik saygısı azaldıkça, internet bağımlılığı artmaktadır.

2.5.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Kendilik Değeri Arasındaki İlişki

Sosyal Karşılaştırma Kuramı'na (Festinger, 1954) göre öz değerlendirme temel bir insani ihtiyaçtır. Kişiler kendilerini diğerleriyle kıyaslayarak 'Nasıl yapıyorum?', 'Nasıl yapmalı ve nasıl düşünmeliyim?' gibi sorulara cevap aramak, kendilerine dair belirsizliği gidermek eğilimindedirler (Gibbons ve Buunk, 1999). İnsanlar sosyal karşılaştırmalar yoluyla kendi becerilerini, başarılarını, düşünce ve kabiliyet düzeylerini değerlendirirler.

Son yıllarda Sosyal Karşılaştırma Kuramı'nın sosyal medya ağları bağlamında incelenmesi, nispeten yeni bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Coyne vd., 2017; Haferkamp ve Kramer, 2011). Bu platformlar özçekimler, önemli yaşam olayları, ilişki durumu, mesleki başarılar, çıkılan geziler ya da düşünceler, inançlar ve ilgi alanlarının paylaşımı gibi çeşitli alanlarda bireylerin kendilerini en iyi hallerinde göstermesine olanak sağlar (Reer, Tang ve Quandt, 2019). Bu nedenle sosyal medya platformları sosyal kıyaslama için ideal zeminler haline gelmiştir (Vogel vd., 2015).

Sosyal karşılaştırma, temel bir insani ihtiyaç neticesinde ortaya çıksa da bazı kişisel özelliklere göre değişiklik gösterebilmektedir. Kendilik değeri, kıyaslama durumuna etki eden kişisel farklılıklardan biridir. Kendilik değeri düşük olan kişiler kendileriyle ilgili değerlendirmeleri değişken ve tereddütlü olduğu için daha fazla sosyal kıyaslamaya gidebilmektedirler (Buunk ve Gibbons, 2007). Sıklıkla yapılan sosyal kıyaslamaların ise gelişmeleri kaçırma korkusu duyguları üretme potansiyeli bulunmaktadır (Erdoğan vd., 2021). Kendilik değeri düşük olan bireylerin, daha sık sosyal kıyaslamalara dahil olarak diğerlerinin daha iyi olduğu, daha ödüllendirici deneyimler yaşadığı hissine veya başka bir deyişle gelişmeleri kaçırma korkusuna sahip olacağı düşünülmektedir (Reer, Tang ve Quandt, 2019). Benzer şekilde Tandon ve arkadaşları (2021) yüksek düzeyde GKK yaşayan kişilerin kendilerini diğerleriyle daha fazla kıyasladığını bulmuştur. Bir başka çalışmada ise Buglass vd. (2017) GKK'nın artan sosyal medya kullanımı ile azalan kendilik değeri arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini bulmuşlardır. Kendilik değeri düşük olan kişiler benimsenme, güven duyma, toplum tarafından onaylanma gibi ihtiyaçlarını sosyal medya üzerinden karşılamaya yönelebilir ve başkalarının kendisinden daha tatmin edici tecrübeler

edindiğini düşünüp, kendi benliğine yönelik eleştirilerini arttırabilir (Yalçın ve Mutlu, 2018).

BÖLÜM 3

3. AMAÇ VE HİPOTEZLER

3.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı geç ergenlik dönemindeki bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünü incelemektir. Bu bağlamda gelişmeleri kaçırma korkusu bağımsız değişken, sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken ve kendilik değeri moderatör (biçimlendirici) değişken olarak ele alınmıştır.

Araştırmanın yan amaçları olarak ise araştırma soruları kapsamında ele alınan, gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değeri değişkenleri ile araştırmacı tarafından belirlenen bir takım sosyodemografik değişkenler ve sosyal medya kullanım özellikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesidir.

Bu amaçlar doğrultusunda elde edilen sonuçların literatüre ve klinik alanda uygulamalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2 Araştırmanın Hipotezleri

H1: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK) ile Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) arasındaki ilişkide Kendilik Değerinin (KD) biçimlendirici (moderatör) rolü vardır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen hipotezler aşağıdaki şekildedir:

A-Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki vardır.

B-Gelişmeleri kaçırma korkusu ve kendilik değeri arasında negatif yönde anlamlı ilişki vardır.

C-Kendilik değeri ve sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde anlamlı ilişki

vardır.

D-Kendilik değeri, gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi biçimlendirir.

Araştırma sorusu 1: Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu, kendilik değeri ve sosyal medya bağımlılığı puanları sosyodemografik özelliklere göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır:

A-Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

B-Katılımcıların kendilik değeri puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

C-Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu, kendilik değeri ve sosyal medya bağımlılığı puanları sosyal medya kullanım formu özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır:

A-Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu puanları ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olduklarına, sahip oldukları sosyal medya hesabı sayısına ve günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

B-Katılımcıların kendilik değeri puanları ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olduklarına, sahip oldukları sosyal medya hesabı sayısına ve günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

C-Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olduklarına, sahip oldukları sosyal medya hesabı sayısına ve günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

BÖLÜM 4

4. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde izlenecek yöntem ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışma grubu, verilerin toplanması ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur.

4.1 Örneklem

Araştırmanın evreni, Parlaz'ın (2012) geç ergenlik dönemine dair tanımları referans alınarak 18-21 yaş arasındaki gençlerdir. TÜİK 2019 verilerine göre Türkiye'de yaşayan 18-21 yaşları arasındaki gençlerin sayısı 5.368.341'dir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014) 1 milyon ile 100 milyon arasındaki evren sayısı için örneklem büyüklüğünü .05 hata payı ile 384 olarak belirtmiştir. Bu nedenle araştırma için minimum örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir. Katılımcılara uygun örnekleme yöntemi ile çevrimiçi ortamda ulaşılmıştır. Araştırmaya katılımda gönüllülük esas alınmıştır. Bu bağlamda toplamda 505 kişiden veri toplanmıştır. Ölçme araçlarının uygulandığı bireyler dışlama ve işleme kriterleri göz önünde bulundurularak yeniden değerlendirilmiştir.

Araştırmanın işleme ve dışlama kriterleri şu şekilde belirlenmiştir:

İçleme Kriterleri

- 1.18-21 yaş grubunda olmak
- 2.Sosyal medya hesabı kullanıyor olmak

Dışlama Kriterleri

- 1.Herhangi bir psikiyatrik tanı almış olmak.

Bu kriterler doğrultusunda psikiyatrik tanısı olduğunu belirten 66 katılımcı ile sosyal medya hesabı olmadığını belirten 1 katılımcı veri setinden çıkarılmıştır.

Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre Z puanı -3,29'dan küçük ve +3,29'dan büyük olan değerler uç değerler olarak görüldüğü için analizden çıkarılmalıdır. Bu doğrultuda araştırma değişkenlerine dair verilerin Z puan uç değer incelemeleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda 4 kişi uç değer olarak adlandırılıp analizden çıkarılmıştır. Böylelikle araştırma örneklemini 434 kişi olarak belirlenmiştir. Katılımcıların sosyodemografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 4.1'de sosyal medya kullanım özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 4.2'de yer almaktadır.

Katılımcılara ait demografik bilgilerin sunulduğu Tablo 4.1. incelendiğinde, katılımcıların %74'ünün (n=323) kadın, %25,9'unun (n=112) erkek olduğu görülmektedir. 1 katılımcı ise cinsiyetini belirtmek istemediğini ifade etmiştir. Katılımcıların yaşlara göre dağılımı incelendiğinde %17'sinin (n=76) 18, %23'ünün (n=101) 19, %22'sinin (n=99) 20 ve %38'inin (n=158) 21 yaşında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %75'inin (n=330) ilişkisi varken; %25'inin (n=108) ilişkisi yoktur. Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında %19'unun (n=85) lise, %13'ünün (n=59) önlisans, %63'ünün (n=274) lisans ve %5'inin lisansüstü düzeyde eğitim gördüğü bulgulanmıştır.

Katılımcıların annelerinin eğitim düzeyi verileri incelendiğinde %3'ünün (n=12) okuryazar olmadığı, %41'inin (n=179) okuryazar ya da ilköğretim düzeyinde eğitimi olduğu, %15'inin (n=67) ortaokul, %24'ünün (n=103) lise, %5'inin ön lisans, %10'unun (n=44) lisans ve %2'sinin lisansüstü düzeyde eğitime sahip olduğu bilgisi edinilmiştir. Katılımcıların babalarının eğitim düzeyi ise %25 (n=106) ilköğretim, %21 (n=91) ortaokul, %31 (n=135) lise, %5 (n=21) ön lisans, %15 (n=66) lisans ve %4 (n=19) olarak dağılım gösterdiği görülmüştür.

Katılımcıların %90'nı (n=396) yaşamının çoğunu şehirde, %6'sı (n=26) yaşamının çoğunu kasabada ve %4'ü (n=16) yaşamının çoğunu köyde geçirmiştir. Algılanan ekonomik durum verileri incelendiğinde katılımcıların %3'ünün (n=12) düşük, %47'sinin (n=207) orta-düşük, %48'inin (n=211) orta-yüksek ve %2'sinin (n=8) yüksek ekonomik düzey belirttiği görülmektedir. Katılımcıların kardeş sayıları verileri ise %11 (n=49) kardeşim yok, %38 (n=166) bir kardeş, %26 (n=114) iki kardeş, %14 (n=60) üç kardeş, %6 (n=27) ve %5 (n=22) beş kardeş ve üzeri olarak dağılım göstermektedir.

Tablo 4.1 Katılımcıların Sosyodemografik Bilgileri

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	319	%73
	Erkek	112	%26
	Belirtmek istemiyorum.	3	%1
Yaş	18	76	%17,5
	19	101	%23,3
	20	99	%22,8
	21	158	%36,4
İlişki durumu	İlişkisi var. (Evli, nişanlı, sevgilisi olan)	326	%75,1
	İlişkisi yok.	108	%24,9
Eğitim durumu	Lise	82	%18,9
	Önlisans	59	%13,6
	Lisans	273	%62,9
	Lisansüstü	20	%4,6
Anne eğitim düzeyi	Okuryazar değil	12	%2,8
	İlkokul/Okuryazar	177	%40,8
	Ortaokul	67	%15,4
	Lise	102	%23,5
	Ön Lisans	22	%5,1
	Lisans	44	%10,1
	Lisansüstü	10	%2,3
Baba eğitim düzeyi	İlkokul	106	%24,4
	Ortaokul	90	%20,7
	Lise	133	%30,6
	Ön Lisans	21	%4,8
	Lisans	65	%15
	Lisansüstü	19	%4,4
Yaşamın çoğunun geçirildiği yer	Şehir	392	%90,3
	Kasaba	26	%6
	Köy	16	%
Algılanan maddi düzey	Düşük	12	%2,8
	Orta-düşük	207	%47,2
	Orta-yüksek	211	%48,4
	Yüksek	8	%1,6
Kardeş sayısı	Kardeşim yok	47	%10,8
	Bir	166	%38,2
	İki	114	%26,3
	Üç	60	%13,8
	Dört	25	%5,8
Beş ve üzeri	22	%5,1	

Tablo 4.2 örneklem grubunun sosyal medya kullanım özelliklerine dair bazı bilgileri içermektedir. Buna göre katılımcıların %1'i (n=7) 0-1 senedir, %3'ü (n=12) 1-2 senedir, %14'ü (n=61) 2-4 senedir, %25'i (n=107) 4-6 senedir, %57'si (n= 251)

ise 6 sene ve üzeri olacak şekilde sosyal medya hesabına sahiptir. Katılımcılardan 1 tane sosyal medya hesabına sahip olanların oranı %7 (n=30), 2 tane sosyal medya hesabına sahip olanların oranı %21 (n=91), 3 tane sosyal medya hesabına sahip olanların oranı %30 (n=131), 4 tane sosyal medya hesabına sahip olanların oranı %18 (n=80), 5 tane sosyal medya hesabına sahip olanların oranı %9 (n=39) ve 6 tane ve üzerinde sosyal medya hesabına sahip olanların oranı ise %15 (n=67)'dir. Katılımcıların %44 ile (n=192) çoğunluğu bir günde sosyal medyada 2-4 saat vakit geçirdiklerini belirtmiştir. 0-1 saat arası vakit geçirenler %3 (n=15), 1-2 saat arası vakit geçirenler %19 (n=82), 4-6 saat arası vakit geçirenler %23 (n=99) ve 6 saat ve üzeri vakit geçirenler %11 (n=50) olarak dağılım göstermektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde ise %83 oranında sevilen ve ilgi duyulan şeylerin takip edilmesi amacıyla, %75 oranında zaman geçirmek amacıyla, %64 oranında bilgi almak amacıyla, %61 oranında aile ve arkadaşların takip edilmesi amacıyla, %17 oranında oyun oynamak ve %4 oranında bilgi paylaşımı, mesleki tanıtım ya da ürünlerin tanıtımı amacıyla kullanıldığı görülmüştür.

Tablo 4.2 Sosyal Medya Kullanım Formuna Dair Betimsel İstatistikler

İfade	Seçenekler	n	%
Ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahipsiniz?	0-1 sene	7	%1,6
	1-2 sene	12	%2,5
	2-4 sene	61	%13,8
	4-6 sene	107	%24,7
	6 sene ve üzeri	251	%57,4
Kaç tane sosyal medya hesabı kullanmaktasınız?	1	30	%6,9
	2	91	%20,7
	3	131	%30,2
	4	80	%18,4
	5	39	%8,8
	6 ve üzeri	67	%15
Bir günde sosyal medyada ne kadar süre vakit geçirirsiniz?	0-1 saat	15	%3,5
	1-2 saat	82	%18,9
	2-4 saat	192	%44
	4-6 saat	99	%22,6
	6 saat ve üzeri	50	%11,1
Sosyal medya hesaplarını hangi amaçla kullanmaktasınız? Birdenn çok seçeneği işaretleyebilirsiniz?	Arkadaşlarımı ve ailemi takip edebilmek için kullanıyorum.	309	%61
	Bilgi almak için kullanıyorum.	324	%63,6
	Oyun oynamak amacıyla kullanıyorum	87	%17,2
	Zaman geçirmek için kullanıyorum.	375	%74,8
	Sevdiğim ve ilgi duyduğum şeyleri takip etmek için kullanıyorum.	418	%83,3
	Bilgimi başkalarıyla paylaşmak, mesleki tanıtım yapmak ya da ürünlerimi tanıtmak amacıyla kullanıyorum.	20	%3,7

4.2 Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında toplamda beş adet veri toplama formu kullanılmıştır. Bunlardan ikisi araştırmacının oluşturduğu Sosyodemografik Bilgi Formu ve Sosyal Medya Kullanım Formu'dur. Bunların ardından sırası ile Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ), Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ) kullanılmıştır.

4.2.1 Sosyodemografik Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan bu formda katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, eğitim durumları, okul başarıları, anne-baba birliktelik durumu, anne-baba eğitim durumu, algılanan ekonomik durum, yaşanan yer, kardeş sayısı, tanı almış bir psikiyatrik rahatsızlık gibi alanlara yönelik 15 soru bulunmaktadır. Sosyodemografik bilgi formu ek C'de yer almaktadır.

4.2.2 Sosyal Medya Kullanım Formu

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bilgi edinmek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan formda beş soru bulunmaktadır. Bu sorular katılımcıların ne kadar süredir sosyal medya kullanıcısı olduğu, bir günde ne kadar sosyal medya ne kadar vakit geçirdikleri, kaç adet sosyal medya hesabına sahip oldukları ve sosyal medyayı daha çok hangi amaçlarla kullandıklarına yönelik sorulardır. İlgili form hazırlanırken, sosyal medya kullanım alışkanlıklarını inceleyen bazı çalışmalardan (Hoşgör ve Tütüncü, 2017; İnce ve Koçak, 2017) faydalanılmıştır. Sosyal Medya Kullanım Formu ek Ç'de yer almaktadır.

4.2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

Araştırmada Przybylski tarafından 2013 yılında geliştirilmiş ve Gökler vd. (2016) tarafından Türkçe geçerlilik çalışmaları yapılmış olan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (GKKÖ) kullanılmıştır.

Przybylski tarafından geliştirilen GKKÖ'de toplam 10 soru bulunmaktadır. 5'li likert modelinde tasarlanmış olan ölçekte yer alan her madde 1- 5 puan (1=hiç doğru değildir, 5=aşırı şekilde doğrudur) arasında puanlandırılır. Puanlar 10-50 arasında dağılım gösterir. Kişilerin kendilerine yönelik yaptıkları değerlendirmeye dayanan ölçeğin bir kesme puanı yoktur. Ölçekten alınan toplam puanın artması, hissedilen Gelişmeleri Kaçırma Korkusu düzeyinin de arttığına işaret eder. Ölçeğin Cronbach

alfa değerleri 0.84 ile 0.89 arasında değişmektedir. Gökler vd. tarafından 2016 yılında yapılan Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda ölçeğin Cronbach alfa katsayısı ise 0.81 olarak belirlenmiştir. Madde toplam puan korelasyon değerleri ise 0.30'dan yüksektir. Bu değer ölçekte yer alan her maddenin güvenilir düzeyde olduğuna işaret eder. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik değerleri yüksektir ($r=0.813$, $p<0.001$). Bu araştırma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre ise cronbach alfa değeri .78 olarak bulunmuştur. Bu bilgiler ışığında GKKÖ geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak çalışmada kullanılmıştır. GKKÖ ek. D' de bulunmaktadır.

4.2.4 Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Kendilik değerini ölçmek için 1965 yılında Rosenberg tarafından geliştirilen ve 1986 yılında Çulhadaroğlu tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek toplamda 63 madde ve 12 alt ölçekten oluşmaktadır. Her bir alt ölçek kendi başına bir ölçek olarak kullanılabilir. Bu çalışmada toplamda 10 maddeden oluşan benlik saygısı alt ölçeği kullanılmıştır. Benlik saygısı alt ölçeğinde bulunan maddelerin yarısı ters maddedir ve puanlaması ters yönde yapılmaktadır. Bunlar: 3.,5.,8.,9. ve 10. maddelerdir. Katılımcılar kendilerine yönelik değerlendirme yaparak ölçek maddelerini 'çok doğru', 'doğru', 'yanlış' ve 'çok yanlış' seçeneklerinden biri ile değerlendirir. Ölçekten alınan yüksek puanlar yüksek benlik saygısına, düşük puanlar ise düşük benlik saygısına işaret eder.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması kapsamında klinik görüşmeler yapılmıştır. Benlik saygısı ölçeği ile klinik görüşmeler arasındaki korelasyon katsayısı .71, test tekrar test güvenirliliği ise .75 olarak bulunmuştur. Araştırma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach alfa katsayısı .90 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeğin bu araştırma grubunda güvenilir bir ölçüm yaptığı söylenebilir. Benlik saygısı ölçeği ek E' de yer almaktadır.

4.2.5 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Geç ergenlik dönemindeki gençlerin sosyal medya bağımlılığları Tutgun- Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ile ölçülmüştür. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam 41 maddeden oluşmaktadır ve 4 alt boyutu vardır. Bu alt boyutlar meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışmadır. Meşguliyet alt boyutu sosyal medyanın kişiyi meşgul etme etkisini,

duygu durum düzenleme boyutu sosyal medyanın kişinin duygularını etkilemesini, tekrarlama boyutu kişinin sosyal medya kullanımını kontrol altına alamaması ve aynı dozda kullanımın tekrarlamasını ve çatışma boyutu sosyal medyanın kişinin hayatında olumsuz sonuçlara yol açma etkisini ölçer. 5’li Likert tipi ölçekteki maddelerin tümü düz puanlanmıştır. Hiçbir zaman=1, Her zaman=5 olarak puanlanan ölçekten alınabilecek en düşük puan 41, en yüksek puan ise 205’tir. Ölçekten alınan puanların artması, sosyal medya bağımlılığının arttığına işaret eder. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .967, test tekrar test güvenilirlik katsayısı ise 0,84’tür. Bu araştırma kapsamında tüm ölçek için Cronbach alfa katsayısı .96, meşguliyet alt boyutu için .93, duygu durum düzenleme alt boyutu için .91, tekrarlama alt boyutu için .91 ve çatışma alt boyutu için ise .94 olarak bulunmuştur. İlgili ölçek ek F’de yer almaktadır.

4.3 İşlem

Bu araştırmada kullanılan veriler toplanmadan önce ilgili ölçekleri geliştiren veya uyarlayan araştırmacılardan e-mail vasıtasıyla izin alınmıştır. Araştırmacılardan ölçeklerin psikometrik nitelikleri ve puanlama biçimine dönük bilgi edinilmiştir. Araştırmada veri toplanmaya başlanmadan önce FMV Işık Üniversitesi Rektörlüğüne bağlı Etik Kurul Birimi’nden araştırma için onay alınmıştır. Araştırma verileri online ortamda Google Formlar aracılığıyla yaklaşık beş haftada, 2021-2022 eğitim öğretim yılının güz döneminde toplanmıştır. Katılımcılar araştırmaya katılmadan önce ek A’ da örneği bulunan Bilgilendirilmiş Onam Formu aracılığıyla gizlilik, gönüllülük ve etik sorumluluklar hakkında bilgilendirilmiş ve katılımcılardan araştırmaya katılım onayları alınmıştır.

4.4 Verilerin Analizi

Veri analizleri 434 katılımcının verisi ile, IBM SPSS Statistics 26.00 programı ile gerçekleştirilmiştir. Veriler analize hazırlanırken öncelikle işleme ve dışlama kriterleri kapsamında veri seti incelenmiştir. Ardından Z puanı vasıtasıyla uç değerler belirlenmiş ve veri setinden çıkarılmıştır.

Araştırma verilerinin normallik varsayımları çarpıklık ve basıklık katsayıları ile incelenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 4.4’te araştırma değişkenlerinin (gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı, kendilik değeri) çarpıklık ve basıklık değerleri sunulmaktadır. Hair ve diğerlerine göre (2013) çarpıklık ve basıklık

değerlerinin -1 ile +1 arasında olması normal dağılıma işaret eder. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Çatışma Alt Boyutu hariç bu varsayım karşılanmaktadır. Çatışma Alt Boyutu'nun çarpıklık değeri 1,071 olarak bulunmuştur. George ve Mallery (2010) -2 ile +2 arasında kalan çarpıklık ve basıklık değerlerini normal dağılım olarak ifade etmektedir. Bu doğrultuda verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir.

Tablo 4.3 Normallik Analizleri Bulguları

Ölçekler	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
GKKÖ	,429	-,262
SMBÖ	,591	-,028
Meşguliyet	,063	-,589
Duygu-durum	,157	-,843
Tekrarlama	,811	-,032
Çatışma	1,071	,686
RBSÖ	-,361	-,336

Not. GKKÖ=Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği, SMBÖ=Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, RBSÖ=Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Araştırmanın ana amacı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolü incelenmektedir. Bu doğrultuda öncelikle gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değeri değişkenleri arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile ele alınmıştır. Korelasyon analizlerinin ardından gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünü test etmek amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi uygulanmıştır. Bu bağlamda bağımsız değişken ile düzenleyici değişken Z puanları yoluyla standardize hale getirilmiş, standardize edilmiş değişkenlerden bir etkileşim değişkeni (interaction term) oluşturulmuştur. Bağımlı değişken üzerinde bağımsız değişkenin, düzenleyici değişkenin ve her iki değişkenin etkileşim etkisi incelenmiştir. Ardından, araştırmanın yan amacına hizmet eden araştırma sorularına yanıt verebilmek için, araştırmanın ana değişkenleri olan gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değerinin, sosyodemografik özelliklere ve sosyal medya kullanım özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Anlamlı farklılık bulunduğu, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Post-Hoc analizleri yapılmıştır.

BÖLÜM 5

5. BULGULAR

Bu bölüm veri toplama araçlarından elde edilen betimsel istatistikleri ve araştırma hipotezlerinin test edilmesiyle ulaşılan bulgulardan oluşmaktadır.

5.1 Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel Analizler

Araştırmanın değişkenleri olan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK), Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) ve Kendilik Değeri (KD) ilişkin betimleyici özellikler Tablo 5.1’de sunulmuştur.

Tablo 5.1 Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel Analizler

	n	En düşük puan	En yüksek puan	\bar{X}	Medyan	Mod	Ss
GKK	434	11	44	24.25	24	20	6.6
KD	434	12	40	29.05	21	21	6.25
SMB	434	41	188	94.73	95	69	30.92

Not. GGK=Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, KD=Kendilik Değeri, SMB=Sosyal Medya Bağımlılığı

Tablo 5.1 incelendiğinde Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK) değişkeni için en düşük puanın 11, en yüksek puanın 44 olduğu, aritmetik ortalamanın (\bar{X}) 24.25 ve standart sapma (Ss) değerinin 6.6 olduğu görülmektedir.

Kendilik Değeri (KD) değişkeni için en düşük puanın 12, en yüksek puanın 40 olduğu, aritmetik ortalamanın (\bar{X}) 29.05 ve son olarak standart sapma (Ss) değerinin 6.25 olduğu görülmektedir. KD değişkeni için çarpıklık (ÇK) ve basıklık (BK)

katsayılarının ± 1 aralığında olduğu görülmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) değişkeni için en düşük puanın 41, en yüksek puanın 188 olduğu, aritmetik ortalamanın (\bar{X}) 94.73 ve standart sapma (Ss) değerinin 30.92 olduğu görülmektedir.

5.2 Değişkenler Arası Korelasyon Analizleri

Araştırmada yer alan Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (GKK), Kendilik Değeri (KD) ve Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla Pearson Momentler Çarpımı korelasyon katsayıları ve anlamlılık düzeyleri Tablo 5.2’te gösterilmiştir.

Tablo 5.2 Ana Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisine Dair Bulgular

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
1.GKK	1						
2.SMB	,449**	1					
3.Meşguliyet	,513**	,881**	1				
4.Duygudurum	,401**	,786**	,708**	1			
5.Tekrarlama	,297**	,795**	,615**	,509**	1		
6.Çatışma	,329**	,920**	,670**	,610**	,706**	1	
7.KD	-,300**	-,414**	-,346**	-,374**	-,381**	-,357**	1

Not. GKK=Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, SMB=Sosyal Medya Bağımlılığı, KD=Kendilik Değeri
Pearson Korelasyon, ** $p < 0.01$

Bu çalışma kapsamında Cohen’in (1988) korelasyon katsayısı değerlendirmelerinden yola çıkılarak 0,10-0,29 arası değerler düşük, 0,30-,0,49 arası değerler orta ve 0,50-1,00 arası değerler yüksek düzey korelasyonları ifade etmektedir.

Araştırmada bağımlı değişken olarak ele alınan sosyal medya bağımlılığı, gelişmeleri kaçırma korkusu ile ($r = .449, p < .001$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki içindedir ($r = .449, p < .001$). Buna göre gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi de artmaktadır.

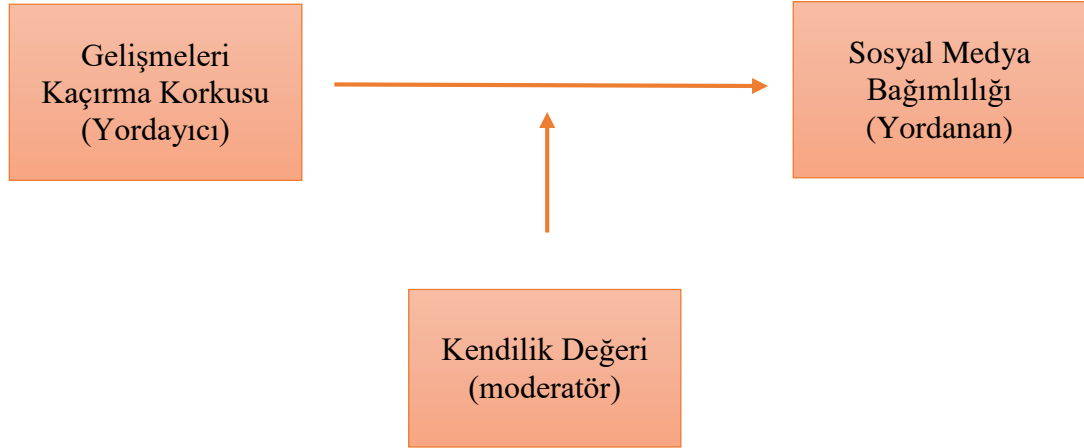
Kendilik değeri (KD) ile gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) arasında ise negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r = -.300, p < .001$). Buna göre kendilik değeri arttıkça, gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi azalmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı (SMB) ile kendilik değeri (KD) arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişkili ($r=-.414$, $p < .001$) bulunmuştur. Buna göre kendilik değeri arttıkça, sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır.

5.3 Moderatör (Biçimlendirici) Etki Analizleri

5.3.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolünün İncelenmesi

Araştırmanın bu bölümünde gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolü incelenmiştir. Bunun için Çoklu Doğrusal Regresyon ile gelişmeleri kaçırma korkusu ve kendilik değeri değişkenlerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkileşim etkisi incelenmiştir. Şekil 5. 3' e görüldüğü üzere modelin yordayıcı değişkeni gelişmeleri kaçırma korkusu, yordanan değişkeni sosyal medya bağımlılığı ve moderatör (biçimlendirici) değişkeni ise kendilik değeridir. Analizlere ilişkin bulgular tablo 5.3.1'de sunulmuştur.



Şekil 5.1 Araştırma modeli

Tablo 5.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyal Medya Bağımlılığı, Kendilik Değeri Basit Regresyon Analizleri ve Çoklu Doğrusal Regresyon ile Moderatör Etki Analizi Bulguları (n=434)

Model	B	S.H	β	t	p
Sabit	98.723	9.092		10.858	.000
GKK	1.688	.202	.358*	8.376	.000
KD	-1.539	.215	-.311*	-7.152	.000
GKK*KD (Etkileşim)	.692	1.215	.024	.570	.569

$$F(3,430) = 57.785; p < .001; R^2 = .287$$

Not. * $p < .01$. GKK= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, KD= Kendilik Değeri. SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı, Bağımlı Değişken.

Tablo 5.3'e göre kurulan regresyon modeli anlamlıdır. Modelde bulunan bağımsız değişkenlerin birlikte bağımlı değişkene ait toplam varyansın %29'unu açıklayabildiği görülmektedir ($F(3,430) = 57.785; p < .001; R^2 = .287$). Diğer yandan gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir yordayıcı etkisi olduğu da tabloda görülenler arasındadır ($\beta = .358, p < .01$). Bununla birlikte kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi incelendiğinde de söz konusu etkinin negatif yönde anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = -.311, p < .01$). Son olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin etkileşimlerinin, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki biçimlendirici etkisinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($B = .024, p > .05$).

Bu bağlamda tablo 5.3'te sunulan araştırma bulgularına göre gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça sosyal medya bağımlılığı artmakta; kendilik değeri arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır. Fakat söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler biçimlendiricilik hipotezleri üzerinden incelendiğinde, gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünün anlamlı olmadığı görülmektedir.

5.3.2 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Alt Boyutları Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü

Bu bölümde gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığının dört alt boyutu (meşguliyet, duygudurum, çatışma ve tekrarlama) ile ilişkisinde kendilik

değerinin biçimlendirici rolü incelenmiştir.

5.3.2.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Meşguliyet Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü

Tablo 5.4 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Meşguliyet Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)

Model	B	S.H	β	t	p
Sabit	27.399	3.063		8.944	.000
GKK	.727	.068	.452*	10.703	.000
KD	-.365	.073	-.216*	-5.032	.000
GKK*KD (Etkileşim)	.283	.409	.029	.691	.490

$$F(3,430) = 62.823; p < .001; R^2 = .305$$

Not. * $p < .01$. GKK= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, KD= Kendilik Değeri. SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı, Bağımlı Değişken.

Tablo 5.4 incelendiğinde, kuralan model anlamlıdır ve modeldeki değişkenler bağımlı değişkene ait toplam varyansın %30'unu açıklamaktadır ($F(3,430) = 62.823$; $p < .001$; $R^2 = .305$).

Gelişmeleri kaçırma korkusu sosyal medya bağımlılığının meşguliyet alt boyutu üzerinde pozitif yönde anlamlı bir yordayıcı etkiye sahiptir ($\beta = .452$, $p < .01$). Kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı-meşguliyet alt boyutu üzerinde negatif yönde anlamlı bir yordayıcı etkisi vardır ($\beta = -.216$, $p < .01$). Son olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin etkileşimlerinin sosyal medya bağımlılığı-meşguliyet alt boyutu üzerindeki biçimlendirici etkisi anlamlı değildir ($\beta = .029$, $p > .05$).

5.3.2.2 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Duygu-durum Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü

Tablo 5.5 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Duygu-durum Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)

Model	B	S.H	β	t	p
Sabit	14.714	1,661		8.858	.000
GKK	.264	.037	.318*	7.176	.000
KD	-.246	.039	-.283*	-6.268	.000
GKK*KD	.106	.222	.021	.476	.634

(Etkileşim)

$$F(3,430) = 43.307; p < .05; R^2 = .232$$

Not. * $p < .01$. GKK= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, KD= Kendilik Değeri. SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı, Bağımlı Değişken.

Tablo 5.5 incelendiğinde kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir. Değişkenler duygu-durum alt boyutuna ilişkin toplam varyansın %23'unu açıklamaktadır ($R^2 = .232, p < .05$).

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığının duygu-durum alt boyutunu pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı görülmektedir ($B = .264, p < .05$). Kendilik değeri değişkeni sosyal medya bağımlılığının duygu-durum alt boyutunu negatif yönde anlamlı olarak yordamaktadır ($B = -.246, p < .05$). Gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin etkileşim etkisi değeri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının duygu-durum alt boyutunu üzerindeki biçimlendirici etkisinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($B = .106, p > .05$).

5.3.2.3 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Çatışma Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü

Tablo 5.6 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Çatışma Alt boyutu arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)

Model	B	S.H	β	t	p
Sabit	41,722	4,553		9.164	.000
GKK	,539	,101	,245*	5.342	.000
KD	-,661	,108	-,286*	-6.135	.000
GKK*KD (Etkileşim)	,156	,609	,011	.256	.798

$$F(3,430) = 31,849; p < .05; R^2 = .182$$

Not. * $p < .01$. GKK= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, KD= Kendilik Değeri. SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı, Bağımlı Değişken.

Tablo 5.6' nın değerleri göz önünde tutulduğunda kurulan model anlamlıdır ve değişkenler çatışma alt boyutuna ilişkin toplam varyansın %18'inin açıklamaktadır ($R^2 = .182, p < .05$).

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı-çatışma alt boyutunu pozitif yönde anlamı olarak yordadığı görülmektedir ($B = .539, p < .05$). Kendilik değeri sosyal medya bağımlılığı-çatışma alt boyutunu negatif yönde anlamlı olarak yordamaktadır ($B = -.661, p < .05$). Gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin etkileşim etkisi değeri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının çatışma alt boyutu üzerindeki biçimlendirici etkisi anlamlı değildir ($B = .156, p > .05$).

5.3.2.4 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Tekrarlama Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü

Tablo 5.7 incelendiğinde kurulan model anlamlıdır ve değişkenler çatışma alt boyutuna ilişkin toplam varyansın %18'ini açıklamaktadır ($R^2 = .183, p < .05$).

Tablo 5.7 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Tekrarlama Alt Boyutu Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Düzenleyici Rolü (n=434)

Model	B	S.H	β	t	p
Sabit	14,888	1,608		9,260	.000
GKK	,158	,036	,203*	4,431	.000
KD	-,267	,038	-,327*	-7,009	.000
GKK*KD (Etkileşim)	,148	,215	,031	,690	.490

F(3,430)= 32,041; $p < .05$; $R^2 = .183$

Tablo 5.7'nin değerleri göz önünde tutulduğunda Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı-tekrarlama alt boyutunu pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı görülmektedir ($B = .158$, $p < .05$). Kendilik değeri ile sosyal medya bağımlılığı- tekrarlama alt boyutunun ilişkisi incelendiğinde, kendilik değerinin bu alt boyutu negatif yönde anlamlı olarak yordadığı görülmektedir ($B = -.267$, $p < .05$). Gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin etkileşim etkisi değeri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı-çatışma alt boyutunu üzerindeki biçimlendirici etkisinin anlamlı olmadığı bulunmuştur ($B = .148$, $p > .05$).

5.6 Ek Analizler: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Aracı Rolü

Araştırmanın bu bölümünde, öte analiz olarak aracı etki analizlerine yer verilmiştir. Tablo 5.2'de bulunan araştırma değişkenleri arasındaki korelatif ilişkiler incelendiğinde, araştırma hipotezleri arasında yer almamasına karşın medyatör etki analizlerine yer verilebileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda araştırma hipotezleri toplam puanlar üzerinden aracı (medyatör) etki analizleri doğrultusunda incelenmiş ve literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Alanyazında, aracılık etkilerinin incelendiği çalışmalar için Baron ve Kenny'nin (1986) varsayımları sıklıkla kullanılmaktadır. Baron ve Kenny'e (1986) göre aracılık etkisini inceleyebilmek için şu varsayımların sağlanması gereklidir:

1. Bağımsız değişken, bağımlı değişken ile anlamlı olarak ilişkili bulunmalıdır.

2. Bağımsız değişken, aracı değişken ile anlamlı olarak ilişkili bulunmalıdır.
3. Aracı değişken, bağımlı değişken ile anlamlı olarak ilişkili olmalıdır.
4. Aracı değişken analize eklendiğinde ile bağımsız değişken ile arasındaki ilişkide azalma meydana gelirse kısmi aracılık (partial mediation), anlamlı olmayan bir ilişki ortaya çıkarsa da tam aracılık etkisinin (full mediation) görülmesi beklenir.

Buna göre öncelikle basit regresyon analizleri ile ilk üç varsayımın karşılanıp karşılanmadığı incelenmiş, ardından Çoklu Doğrusal Hiyerarşik Regresyon Analizi ile medyatör etki test edilmiştir. Yapılan analizlere dair bulgulara tablo 5.8’de yer verilmiştir.

Tablo 5.8 GKK, KD ve SMB’nin Basit Regresyon Analizleri ve Çoklu Hiyerarşik Doğrusal Regresyon ile Aracılık Analizi Bulguları

Yordayıcı değişken	Yordanan değişken	B	SE	β	t	P
Adım 1						
GKK	SMB	2.115	.203	.449	10.435	.000
Adım 2						
GKK	KD	-.315	.048	-.300	-6.543	.000
Adım 3						
KD	SMB	-.084	.217	-.414	-9.441	.000
Adım 4						
GKK + KD	SMB	1.681	.201	.357	8.363	.000

Not. GKK=Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, SMB=Sosyal Medya Bağımlılığı, KD=Kendilik Değeri

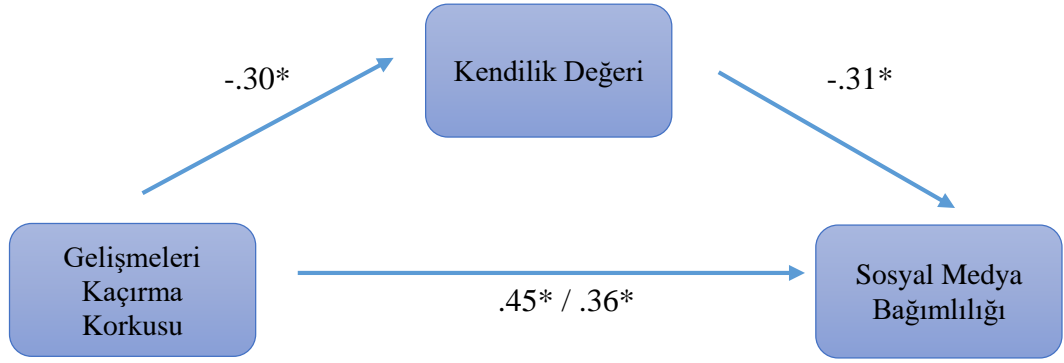
Baron ve Kenny’nin (1989) belirttiği birinci kriter, yordayıcı değişkenin yordanan değişken üzerinde anlamlı bir etkisinin olması gerektiği yönündedir. Bu doğrultuda basit doğrusal regresyon analizi yapılarak, gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisi incelenmiştir. Tablo 5.8’de görüldüğü üzere Regresyon modeli anlamlı bulunmuştur $F(1,432) = 108.896, p < 0,001$. Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordamaktadır ($\beta = .449, p < 0,05$). Yordayan değişken olan gelişmeleri

kaçırma korkusu, yordanan değişken olan sosyal medya bağımlılığına ait varyansın %20'sini açıklamaktadır. Buna göre, bireyin gelişmeleri kaçırma korkusu arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyinin artacağı söylenebilir.

Baron ve Kenny'nin (1989) belirttiği ikinci kriter yordayıcı değişkenin aracı değişken üzerinde anlamlı bir etkisinin olması gerektiği yönündedir. Bu doğrultuda analizin 2. Adımında yapılan basit doğrusal regresyon analizi ile gelişmeleri kaçırma korkusunun kendilik değeri üzerindeki yordayıcı etkisi incelenmiştir. (Tablo 5.8) Kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur $F(1,432) = 42.809$ $p < 0,001$ ve gelişmeleri kaçırma korkusunun kendilik değerini anlamlı olarak negatif yönde yordadığı görülmüştür ($\beta = -.300$, $p < 0,001$). Gelişmeleri kaçırma korkusu, kendilik değerine ait toplam varyansın %9'unu açıklamaktadır. Daha açık bir ifadeyle, gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi arttıkça, kendilik değeri azalmaktadır.

Analizin üçüncü adımında, aracılık etkisi için belirtilen üçüncü kriter olan aracı değişkenin yordanan değişken üzerinde anlamlı bir etkisinin olması şartı sınanmıştır. Buna göre kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcılık etkisi analiz edilmiştir (Tablo 5.8). Kurulan regresyon modeli anlamlıdır $F(1,432) = 89.133$, $p < 0,001$ ve kendilik değeri sosyal medya bağımlılığını negatif yönde anlamlı bir şekilde yordamaktadır ($\beta = -.414$, $p < 0,001$). Kendilik değeri sosyal medya bağımlılığına ait varyansın %17'sini açıklamaktadır. Buna göre, kendilik değeri arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır.

Modelin ilk üç adımı Baron ve Kenny'nin kriterlerini karşıladığı için, analizin dördüncü adımında yordayıcı ve aracı değişkenin bir arada yordanan değişken üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda yapılan Çoklu Hiyerarşik Doğrusal Regresyon analizinden elde edilen verilere göre kendilik değerinin araştırma modeline dahil edilmesi ile gelişmeleri kaçırma korkusu regresyon katsayısında azalma olmuş ve gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı üzerindeki anlamlı yordayıcılık etkisi devam etmiştir ($\beta = .357$, $SH = .20$, $p < 0,001$). Katsayılarıdaki bu düşüş kısmi aracılık etkisine işaret etmektedir. Kısmi aracılık etkisinin anlamlı olup olmadığını sınamak için Sobel z testi yapılmıştır. Yapılan analizden elde edilen verilere göre gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin anlamlı bir kısmi aracı rolü olduğu görülmüştür ($z = 4.818$, $p = 0.000$). Şekil 5.2'de regresyon katsayıları görülmektedir.



Şekil 5.2 Aracılık Analizine İlişkin Katsayılar (* $p < .001$)

5.7 Araştırmanın Yan Amaçlarına Dair Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın yan amaçlarını oluşturan gelişmeleri kaçırma korkusu, kendilik değeri ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının sosyodemografik özelliklere ve sosyal medya kullanım formu özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmektedir.

5.7.1 Araştırma Değişkenlerinin Sosyodemografik Özelliklere İncelenmesi

Bu bölümde araştırma değişkenlerinin sosyodemografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırmada demografik değişken olarak cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısı kullanılmıştır. Araştırma değişkenlerinin (GKK, KD ve SMB) bu demografik değişkenlere göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı Bağımsız Örneklem T testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi testleri kullanılarak incelenmiştir.

5.7.1.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği Değerlerinin Sosyo-demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Araştırmanın ilk sorusu olan ‘Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?’ sorusuna dair analiz sonuçları Tablo 5.9’da sunulmuştur.

Tablo 5.9 Katılımcıların Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği'nden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

		Gelişmeleri Kaçırma Korkusu		t/ F	p
		n	$\bar{x} \pm S.S.$		
Cinsiyet ¹	Kadın	319	24.4±6.58	1.004	.316
	Erkek	112	23.69±6.50		
Yaş ²	18	76	24.46±6.03	.063	.979
	19	101	24.06±6.23		
	20	99	24.36±6.80		
	21	158	24.25±6.55		
Öğrenim Durumu ²	Lise	82	23.70±6.11	3.81	.010*
	Lisans	273	24.97±6.61		
	Önlisans	59	22.01±5.85		
	Lisansüstü	20	23.25±8.03		
Anne Öğrenim Durumu ²	Okuryazar değil	12	25.66±5.05	.593	.736
	İlkokul/Okuryazar	177	24.00±6.30		
	Ortaokul	67	24.85±6.60		
	Lise	102	24.73±6.99		
	Önlisans	22	22.81±7.67		
	Lisans	44	23.93±6.70		
	Lisansüstü	10	22.80±4.75		
Baba Öğrenim Durumu ²	İlkokul/Okuryazar	106	23.47±6.11	2.086	.066
	Ortaokul	90	25.88±6.86		
	Lise	133	24.06±6.57		
	Önlisans	21	24.85±8.42		
	Lisans	65	24.21±6.03		
	Lisansüstü	19	21.68±5.84		
Yaşamınızın çoğunu nereden geçirdiniz? ²	Şehir	392	24.3±6.57	1.767	.172
	Kasaba	16	26.18±7.59		
	Köy	26	22.38±5.36		
Algılanan Sosyoekonomik Düzey ²	Düşük	12	24.75±7.07	1.126	.336
	Orta-Düşük	205	24.81±6.20		
	Orta-Yüksek	210	23.73±6.83		
	Yüksek	7	22.57±7.23		
Kardeş Sayısı ²	Kardeşim Yok	47	24.78±6.68	.804	.547
	Bir	166	24.49±6.46		
	İki	114	24.64±6.26		
	Üç	60	23.58±6.95		
	Dört	25	23.08±7.42		
	Beş ve daha fazlası	22	22.45±6.55		

Not. ¹Bağımsız Örneklem T testi, ²Tek Yönlü Varyans analizi, * $p \leq .05$. T testi analizlerinde t puanı, ANOVA analizlerinde F puanı rapor edilmiştir.

Tablodaki veriler incelendiğinde, gelişmeleri kaçırma korkusu puanlarının katılımcıların öğrenim durumlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir ($F = 3.81, p < .05$). Bu doğrultuda Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testinin sonucuna göre anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için post-hoc analizleri kullanılmıştır. Varyansların eşit olma durumuna göre kullanılan post-hoc testleri farklılaşmaktadır. Yapılan Levene Testi sonucunda varyansların eşit dağıldığı elde edilmiş ve Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonucunda yapılan analizlerde anlamlı farklılığın lisans ile ön lisans grubu arasında olduğu belirlenmiştir. Buna göre lisans grubunda bulunan bireylerin ($O=24,97; SS=6.61$) gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ön lisans grubunda bulunanlara ($O=22.01; SS=5.85$) kıyasla anlamlı olarak daha yüksektir. Elde edilen veriler Tablo 5.10’da görülmektedir.

Tablo 5.10 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Hangi Öğrenim Durumu Grupları Arasında Farklaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları

Öğrenim Durumu	Öğrenim Durumu	Ortalamaların Farkı	SS	<i>p</i>
Ön Lisans	Lise	-1,69	1,10	.424
	Lisans	-2,96	0,93	.009*
	Lisansüstü	-1,23	1,68	.884

5.7.1.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Değerlerinin Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Tablo 5.11’de araştırmanın ikinci sorusu olan Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır? sorusuna dair analiz sonuçları sunulmuştur.

Tablo 5.11 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

		Sosyal Medya Bağımlılığı		t/F	p
		n	$\bar{x} \pm S.S.$		
Cinsiyet ¹	Kadın	319	96.02±31.89	1.341	.181
	Erkek	112	91.46±28.03		
Yaş ²	18	76	94.34±29.97	.310	.818
	19	101	94.74±30.98		
	20	99	92.51±27.96		
	21	158	96.31±33.1		
Öğrenim Durumu ²	Lise	82	92.82±27.96	1.698	.167
	Lisans	273	96.38±32.76		
	Önlisans	59	87.61±24.62		
	Lisansüstü	20	101.10±31.5		
Anne Öğrenim Durumu ²	Okuryazar değil	12	91.25±37.39	.386	.888
	İlkokul/Okuryazar	177	95.16±28.96		
	Ortaokul	67	97.52±32.17		
	Lise	102	95.34±61.63		
	Önlisans	22	88.31±28.71		
	Lisans	44	93.06±34.56		
	Lisansüstü	10	87.90±34.33		
Baba Öğrenim Durumu ²	İlkokul/Okuryazar	106	93.20±28.24	1.049	.388
	Ortaokul	90	99.58±30.58		
	Lise	133	92.59±32.27		
	Önlisans	21	98.42±26.37		
	Lisans	65	96.36±34.92		
	Lisansüstü	19	85.63±26.27		
Yaşamınızın çoğunu nereden geçirdiniz? ²	Şehir	392	94.39±30.87	.356	.701
	Kasaba	16	100.75±29.53		
	Köy	26	96.23±33.14		
Algılanan Sosyoekonomik Düzey ²	Düşük	12	115.16±41.96	2.975	.031*
	Orta-Düşük	205	95.22±29.05		
	Orta-Yüksek	210	93.80±31.78		
	Yüksek	7	73.42±22.15		
Kardeş Sayısı ²	Kardeşim Yok	47	98±28.96	2.684	.021*
	Bir	166	95.04±32.60		
	İki	114	96.64±28.84		
	Üç	60	99.31±30.12		
	Dört	25	81.08±32.62		
	Beş ve daha fazlası	22	78.59±26.23		

Yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldığı puanlar algılanan ekonomik düzeye göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır $F(3, 430) = 2.975, p < .05$. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için post-hoc analizlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonucuna göre, ekonomik düzeylerini yüksek olarak değerlendiren katılımcıların ($O=73,42$; $SS= 22.15$) düşük olarak değerlendiren katılımcılara ($O=115,16$; $SS=41.96$) kıyasla sosyal medya bağımlılığı puanları daha düşüktür. İlgili değerler tablo 5.12’de görülmektedir.

Tablo 5.12 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Hangi Algılanan Ekonomik Düzey Grupları Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları

Algılanan Ekonomik Düzey	Algılanan Ekonomik Düzey	Ortalamaların Farkı	SS	<i>p</i>
Düşük	Orta-Düşük	19,94	9,12	.129
	Orta-Yüksek	21,36	9,11	.090
	Yüksek	47,73	14,60	.023*

Tablo 5.13 incelendiğinde kardeş sayısına göre sosyal medya bağımlılığı puanlarının anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir $F(5, 428) = 2.684, p < .05$. Yapılan Dunnett’s T incelemeleri sonucunda kardeş sayısı beş ve üzerinde olan bireylerin ($O=78.59$; $SS=26.23$) hiç kardeşi olmayanlara ($O=98,00$; $SS=28,90$), iki kardeşe ($O=96,64$; $SS= 28,84$) ve üç kardeşe ($O=99,31$; $SS=30,12$) sahip olanlara kıyasla sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmüştür.

Tablo 5.13 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Hangi Kardeş Sayısı Grupları Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Post Hoc – Dunnett T Testi Sonuçları

Kardeş Sayısı	Kardeş Sayısı	Ortalamaların Farkı	SS	<i>p</i>
5 ve üzeri	0	19,40	7,91	.046*
	1	16,45	6,94	.057
	2	18,04	7,13	.038*
	3	20,72	7,63	.023*
	4	2,48	8,95	.996

5.7.1.3 Kendilik Değeri Ölçeği Değerlerinin Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Tablo 5.14’te araştırmanın üçüncü sorusu olan ‘‘Katılımcıların kendilik değeri puanları cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?’’ sorusuna dair yapılan Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Yönlü Varyans analizi sonuçları sunulmuştur. Buna göre katılımcıların kendilik değeri ölçeğinden aldığı puanlar cinsiyete, yaşa, katılımcıların öğrenim durumuna, anne öğrenim durumuna, baba öğrenim durumuna, yaşamın çoğunun geçirildiği yere, algılanan ekonomik duruma ve kardeş sayısına göre anlamlı olarak farklılaşmamaktadır.

Tablo 5.14 Katılımcıların Kendilik Değeri Ölçeğinden Aldıkları Puanların Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

		Kendilik Değeri		t/ F	p
		n	$\bar{x} \pm SS$		
Cinsiyet ¹	Kadın	319	28.97±6.0	-.210	.834
	Erkek	112	29.11±6.0		
Yaş ²	18	76	28.35±6.96	.852	.466
	19	101	28.62±6.60		
	20	99	29.65±5.38		
	21	158	29.28±6.18		
Öğrenim Durumu ²	Lise	82	28.90±6.57	.286	.835
	Lisans	273	28.94±6.10		
	Önlisans	59	29.74±6.88		
	Lisansüstü	20	29.15±5.24		
Anne Öğrenim Durumu ²	Okuryazar değil	12	29.66±5.39	.980	.438
	İlkokul/Okuryazar	177	29.01±6.21		
	Ortaokul	67	29.08±6.41		
	Lise	102	28.14±6.58		
	Önlisans	22	30.40±5.23		
	Lisans	44	30.54±6.23		
	Lisansüstü	10	28.50±4.83		
Baba Öğrenim Durumu ²	İlkokul/Okuryazar	106	28.29±6.51	.996	.420
	Ortaokul	90	28.91±6.78		
	Lise	133	29.29±6.25		
	Önlisans	21	27.85±6.89		
	Lisans	65	29.95±5.10		
	Lisansüstü	19	30.52±4.88		
Yaşamınızın çoğunu nereden geçirdiniz? ²	Şehir	392	29.08±6.16	.267	.766
	Kasaba	16	29.19±6.58		
	Köy	26	27.93±8.07		
Algılanan Sosyoekonomik Düzey ²	Düşük	12	27.41±8.24	1.149	.329
	Orta-Düşük	205	28.89±6.22		
	Orta-Yüksek	210	29.18±6.19		
	Yüksek	7	32.71±4.71		
Kardeş Sayısı ²	Kardeşim Yok	47	28.80±6.16	.180	.970
	Bir	166	28.9±6.88		
	İki	114	29.15±6.11		
	Üç	60	29.46±4.98		
	Dört	25	29.56±6.06		
	Beş ve daha fazlası	22	28.31±6.07		

5.7.2 Araştırma Değişkenlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

Bu bölümde gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile kendilik değeri değişkenlerinin sosyal medya kullanım formunda yer alan ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olunduğu, sahip olunan sosyal medya hesap sayısı ve günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenlerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

5.7.2.1 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya hesabına sahip olunan süre, sahip olunan sosyal medya hesap sayısı ve günlük sosyal medya kullanım süresi gibi sosyal medya kullanım özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. İlgili sonuçlar tablo 5.15'te yer almaktadır.

Tablo 5.15 Katılımcıların Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

		Gelişmeleri Kaçırma Korkusu			
		N	$\bar{x} \pm S.S.$	t/F	p
Sosyal medya hesabına sahip olunan süre	0-1 sene	7	24,00±5,16	6,067	,171
	1-2 sene	11	21,27 ± 5,10		
	2-4 sene	61	21,77±5,96		
	4-6 sene	106	23,10±7,01		
	6 + sene	249	25,49±6,32		
Sahip olunan sosyal medya hesap sayısı	1	30	22,60±4,85	,756	,000*
	2	90	23,85±6,12		
	3	129	24,46±6,11		
	4	80	24,06±7,43		
	5	38	25,26±6,74		
	6+	67	24,79±7,38		
	Günlük kullanım süresi	0-1 saat	15		
1-2 saat		82	20,95±6,85		
2-4 saat		190	24,62±6,15		
4-6 saat		98	24,96±6,99		
6 + saat		49	28,25±6,35		

Yapılan analiz sonucuna göre katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyinin sahip olunan sosyal medya hesap sayısının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görüşmüştür $F(5, 428)=4,965$, $p<.05$. Yapılan Dunnett T testine göre anlamlı farklılığın 6 ve üzerinde sosyal medya hesabına sahip olanlar ($O=24,79$; $SS=7,38$) ile 1 tane sosyal medya hesabına ($O=22,60$; $SS= 4,85$) ve 2 tane sosyal medya hesabına sahip olanlar ($O=23,85$; $SS=6,12$) arasında olduğu görülmüştür. Buna göre 6 ve üzerinde sosyal medya hesabına sahip olan katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinin 1 veya 2 sosyal medya hesabına sahip olan

katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinden anlamlı olarak yüksek olduğu söylenebilir. İlgili sonuçlar tablo 5.16’da görülmektedir.

Tablo 5. 16 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Düzeylerinin Hangi Sahip Olunan Sosyal Medya Hesabı Sayısı Grupları Arasında Farklılaştığını İncelemek Üzere Yapılan Post Hoc – Dunnett T Testi Sonuçları

Sosyal Medya Hesap Sayısı	Sosyal Medya Hesap Sayısı	Ortalamaların Farkı	SS	<i>p</i>
6 +	1	-3,77	1,42	.034*
	2	-3,60	1,04	.003*
	3	-1,30	,973	.533
	4	-,371	1,071	.997
	5	,906	1,30	.936

Tablo 5.16 incelenmeye devam edildiğinde katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinin günlük sosyal medya kullanım süresine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu değerlendirmek için Tukey yöntemi kullanılmıştır. Buna göre günde 6 saat ve üzerinde sosyal medya hesabı kullananlar ile (O=28,25; SS=6,35) 4-6 saat arasında kullananlar (O=24,96; SS=6,99), 2-4 saat arasında kullananlar (O=24,62; SS=6,15), 1-2 saat arasında kullananlar (O=20,95 ; SS=6,85) ve 0-1 saat kullananlar (O=21,46 ; SS=6,32) arasında anlamlı bir farklılık vardır. Günde 6 saat ve üzerinde sosyal medya kullanımı olan katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri diğer gruplara göre anlamlı olarak daha yüksektir. Tukey testine ilişkin sonuçlar tablo 5.17’de yer almaktadır.

Tablo 5.17 Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Düzeylerinin Hangi Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Grupları Arasında Farklılaştığını İncelemek Üzere Yapılan Post Hoc – Tukey Testi Sonuçları

Günlük Kullanım Süresi	Günlük Kullanım Süresi	Ortalamaların Farkı	SS	<i>p</i>
6 + saat	0-1 saat	-6,78	1,85	.001*
	1-2 saat	-7,29	1,13	.000*
	2-4 saat	-3,72	1,01	.001*
	4-6 saat	-3,28	1,10	.011*

5.7.2.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Değerlerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ölçeği değerleri dört alt boyutuyla birlikte sosyal medya kullanım formuna göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiş ve sosyal medya hesabına sahip olunan süre, sahip olunan sosyal medya hesap sayısı ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre üç farklı tabloda sunulmuştur.

Buna göre tablo 5.18 incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı değerlerinin sosyal medya hesabına sahip olunan süreye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir.

Tablo 5.18 Sosyal Medya Bağımlılığı Değerlerinin Sosyal Medya Hesabına Sahip Olunan Süreye Göre İncelenmesi

	Yıl	N	$\bar{x} \pm S.S.$	t/F	p
Sosyal Medya	0-1	7	103,28±18,91	1,094	,359
Bağımlılığı(Toplam)	1-2	11	84,09±22,47		
	2-4	61	92,01±33,14		
	4-6	106	91,88±26,43		
	6 +	249	96,84±32,58		
Meşguliyet	0-1	7	36,71±6,12	,793	,530
	1-2	11	32,18±10,03		
	2-4	61	33,13±10,91		
	4-6	106	33,55±9,83		
	6 +	249	35,00±10,86		
Duygudurum	0-1	7	15,85±3,38	,745	,592
	1-2	11	12,90±4,72		
	2-4	61	13,39±5,20		
	4-6	106	13,56±5,04		
	6 +	249	14,20±5,72		
Tekrarlama	0-1	7	13,28±6,49	1,175	,321
	1-2	11	8,63±3,354		
	2-4	61	10,55±4,90		
	4-6	106	10,69±4,64		
	6 +	249	11,14±5,34		
Çatışma	0-1	7	37,42±7,13	,956	,431
	1-2	11	30,36±8,92		
	2-4	61	34,93±16,63		
	4-6	106	34,06±12,67		
	6 +	249	36,49±14,89		

Sosyal medya bağımlılığı değerlerinin kaç adet sosyal medya hesabına sahip olduğuyula ilişkisini gösteren Tablo 5.19 incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı

değerlerinin sahip olunan sosyal medya hesabı sayısına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir.

Tablo 5.19 Sosyal medya bağımlılığı değerlerinin sahip olunan sosyal medya hesabı sayısına göre incelenmesi

	Hesap Sayısı	N	$\bar{x} \pm S.S.$	t/F	p
Sosyal Medya Bağımlılığı(Toplam)	1	30	94,56±26,44	,145	,981
	2	90	93,53±30,59		
	3	129	94,23±30,58		
	4	80	97,27±32,96		
	5	38	94,94±29,65		
	6 / 6+	67	94,43±32,92		
	Meşguliyet	1	30		
2		90	34,21±10,15		
3		129	34,40 ±10,41		
4		80	34,88 ±11,50		
5		38	34,02 ±10,70		
6 / 6+		67	33,79 ±11,01		
Duygudurum		1	30	15,85±3,38	,589
	2	90	13,53 ±5,49		
	3	129	13,57 ±5,52		
	4	80	14,16 ±5,28		
	5	38	14,81 ±4,99		
	6 / 6+	67	13,98 ±5,81		
	Tekrarlama	1	30	11,43±4,57	
2		90	11,18 ±5,24		
3		129	10,56 ±5,27		
4		80	11,28 ±4,84		
5		38	11,44 ±5,20		
6 / 6+		67	10,29 ±5,13		
Çatışma		1	30	33,70±13,40	,392
	2	90	34,60±14,10		
	3	129	35,59±14,91		
	4	80	36,93±15,34		
	5	38	34,65±13,24		
	6 / 6+	67	36,35 ± 14,32		

Son olarak sosyal medya bağımlılığı değerleri günlük sosyal medya kullanım süresi açısından incelenmiştir. Tablo 5.20 incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı değerlerinin günlük sosyal medya kullanım süresine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir.

Tablo 5.20 Sosyal medya bağımlılığı değerlerinin günlük sosyal medya kullanım süresine göre incelenmesi

	Saat	N	$\bar{x} \pm S.S.$	t/F	<i>p</i>
Sosyal Medya	0-1	15	91,40±24,72	,645	,631
Bağımlılığı(Toplam)	1-2	82	94,29±32,95		
	2-4	190	94,46± 29,39		
	4-6	98	98,37 ±31,82		
	6+	49	90,26 ±33,35		
Meşguliyet	0-1	15	33,66 ±8,59	,794	,530
	1-2	82	33,73± 11,68		
	2-4	190	34,68± 10,41		
	4-6	98	35,30± 9,96		
	6+	49	32,30 ±10,81		
Duygudurum	0-1	15	12,26± 5,91	1,018	,398
	1-2	82	13,78 ±5,90		
	2-4	190	13,95± 5,20		
	4-6	98	14,64 ±5,49		
	6+	49	13,18± 5,53		
Tekrarlama	0-1	15	10,60 ±3,86	1,102	,355
	1-2	82	11,54 ±5,64		
	2-4	190	10,75 ±4,81		
	4-6	98	11,32 ±5,33		

5.7.2.3 Kendilik Değerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya hesabına sahip olunan süre, sahip olunan sosyal medya hesap sayısı ve günlük sosyal medya kullanım süresi gibi sosyal medya kullanım özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Tablo 5.21 incelendiğinde sosyal medya hesabına sahip olunan süre, sahip olunan hesap sayısı ve günlük sosyal medya kullanım süresi ile kendilik değeri puanlarının istatistiksel açıdan anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmektedir.

Tablo 5.21 Kendilik Değerinin Sosyal Medya Kullanım Formuna Göre İncelenmesi

		Kendilik Değeri			
		N	$\bar{x} \pm S.S.$	t/F	p
Sosyal medya hesabına sahip olunan süre	0-1 sene	7	24,85±5,04	1,266	,283
	1-2 sene	11	28,81±6,94		
	2-4 sene	61	29,24±5,83		
	4-6 sene	106	29,79±6,45		
	6 + sene	249	28,81±6,25		
Sahip olunan sosyal medya hesap sayısı	1	30	27,60±7,16	,988	,455
	2	90	29,10±5,89		
	3	129	28,79±6,55		
	4	80	29,11±6,29		
	5	38	28,55±6,50		
	6+	67	30,34±5,47		
	Günlük kullanım süresi	0-1 saat	15		
1-2 saat		82	29,10±6,03		
2-4 saat		190	28,96±6,25		
4-6 saat		98	28,72±6,91		
6+ saat		49	30,08±5,21		

BÖLÜM 6

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmanın temel amacı, gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici etkisini incelemektir. Araştırmanın yan amaçları ise gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değeri değişkenlerinin çeşitli sosyodemografik değişkenlere ve sosyal medya kullanım özelliklerine göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını incelemektir. Bu doğrultuda araştırmanın bu bölümünde, araştırma amaçlarına ilişkin kurulan hipotezlerin test edilmesiyle ulaşılan bulgular ilgili literatür ışığında değerlendirilmiş ve tartışılmıştır.

Gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolüne ilişkin araştırmada ilk olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizler sonucu gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı, orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Böylece H1.A kabul edilmiştir. Bu bulgu, literatür ile uyumludur. Bu alandaki literatürün özellikle son yıllarda yapılmış olan çalışmalarla birlikte zengin olduğu görülmüştür. Örneğin Koçak ve Traş'ın (2021) 733 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirdiği çalışma sonuçlarına göre gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Benzer şekilde, üniversite öğrencilerinin pandemi sürecindeki gelişmeleri kaçırma korkularının ve sosyal medya bağımlılıklarının incelendiği bir çalışmada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu elde edilmiştir (Kovan ve Ormancı, 2021). 2021 yılında sosyal medya kullanımı ile gelişmeleri kaçırma korkusunu inceleyen, aralarında Türkiye'nin de pek

çok farklı ülkede yürütülmüş 65 çalışmanın dahil edildiği bir meta-analiz çalışmasında da sosyal medya kullanımı ile gelişmeleri kaçırma korkusu yüksek derecede ilişkili bulunmuştur. Bu çalışmaya göre sosyal medya kullanımı arttıkça, gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi de artmaktadır (Zhang, Li, ve Yu, 2021). Bu çalışmalarla benzer olarak pek çok ulusal (Çelik ve Diker, 2021; Şentürk, Coşar ve Geniş, 2019; Tanrıkulu, 2018; Yalçın Çınar ve Mutlu, 2019; Göksün, 2019) ve uluslararası (Blackwell vd., 2017; Buglass vd., 2017 ; Oberst vd., 2017) çalışma gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki bu doğrusal ilişkiyi ortaya koymuştur. Bu sonuçlar klinik açıdan değerlendirildiğinde, günümüzde sıklıkla karşılaşılan ve bağımlılığa varabilen yoğun ve problemlili sosyal medya kullanımı ile çalışan terapistlerin, terapi pratiklerinde ve psikoeğitimlerinde gelişmeleri kaçırma korkusu faktörünü de göz önünde bulundurmalarının faydalı olacağı söylenebilir.

Araştırmada ikinci olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değeri değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizler sonucu gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değeri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuş, böylece H1.B kabul edilmiştir. Literatür incelendiğinde bu iki değişkenin ilişkisini ele alan çalışmaların daha kısıtlı olduğu görülmüştür. Bununla birlikte literatür bulgularının mevcut çalışmadan elde edilen veriler ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Yalçın Çınar ve Mutlu'nun (2018) gelişmeleri kaçırma korkusunun yordayıcılarını araştırdıkları çalışmalarında kendilik değerinde bir azalma olduğunda, gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyinde bir artış olduğu saptanmıştır. Uluslararası literatür incelendiğinde de bu sonuçlarla benzer doğrultuda olarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değerinin negatif yönde anlamlı bir ilişki içinde bulunduğu çalışmalar mevcuttur (Barry ve Wong, 2020; Buglass vd., 2017; Rahardjo ve Mulyani, 2020; Torres-Serrano, 2020; Uram ve Skalski, 2020). Örneğin Barry ve Wong'un (2020) gelişmeleri kaçırma korkusunun olası toplumsal ve bireyler etkilerini inceledikleri araştırmalarında düşük kendilik değeri düzeyleri ile gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ilişkili bulunmuştur. Bu bulgular klinik anlamda değerlendirildiğinde, ergenlerin kendilik değerini arttıracak müdahalelerde bulunmanın onların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerini hafifletebileceği düşünülmüştür. Daha az gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin de daha az olacağı söylenebilir.

Üçüncü olarak ise kendilik değeri ile sosyal medya bağımlılığı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiş, yapılan analizler sonucunda iki değişken arasında negatif

yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuç ile H1.C hipotezi kabul edilmiştir. Bu iki değişkenin ilişkisini inceleyen ulusal çalışmalara bakıldığında mevcut araştırma bulgusuyla benzer sonuçlara erişildiği görülmektedir. Özellikle son yıllarda sayısı artan bu çalışmalara göre, araştırma bulgusuyla da uyumlu olarak kendilik değeri ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır (Acar, Avcılar, Yazıcı, Bostancı., 2020; Akkuş Çutuk, 2021; Kırçaburun, 2016; Kavaklı ve Ünal, 2021 ;Köse ve Doğan, 2019). İlgili bulunan bir başka çalışmada Orman ve ark. (2019) sosyal medya kullanımı ile kendini sevme ve empatik eğilim arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmada üniversite öğrencilerinde kendini sevme ile sosyal medya kullanımı arasında negatif yönde düşük bir korelasyon saptanmıştır. Kendini sevme kavramı, kişinin kendisini sosyal bir çerçevede içerisinde olumlu ya da olumsuz algılamasıyla ilişkili olarak, kendisinin algıladığı toplumsal değerine karşı içsel onayını ifade etmektedir. (Tarafoodi ve Swann, 1995). Bu yönüyle, kendilik değeri kavramıyla oldukça paralellik göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı ile kendini sevme değişkeni arasında negatif bir korelasyon olduğu gibi; kendilik değeri ile de negatif ilişki içinde olacağı çıkarsanabilir. Sosyal medya bağımlılığı bilgisayar oyunlarını içeren bilgisayar bağımlılığı, internete odaklanan bağımlılık, internette alışveriş ya da bahis ve çevrimiçi pornografi bağımlılığı ile birlikte internet bağımlılıklarından biri sayılmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011) . Bu nedenle analiz sonuçlarının kendilik değeri ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar kapsamında da değerlendirilebileceği düşünülmüştür. Buna göre kendilik değeri ile internet bağımlılığı arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Niemz, Griffiths ve Banyard, 2005; Yalçın Çınar ve Mutlu, 2019). Uluslararası literatür bulguları incelendiğinde, ulusal literatür ile paralel bulguların olduğu görülmektedir. Buna göre kendilik değeri ile sosyal medya bağımlılığı negatif yönde ilişki içindedir (Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2016; Hawi ve Samaha, 2016). Bunun yanında, sosyal medya üzerinden alınan beğeni, yorum benzeri olumlu geri bildirimlerin kişilerin kendilik değeri üzerinde olumlu bir etkisi vardır (Valkenburg, Peter ve Schouten, 2006). Sosyal medya üzerinden alınan olumlu geri bildirimler arttıkça, sosyal medyada geçirilen zamanın da arttığı söylenebilir (Yüksel Toparak, Özşahin, 2019). Günümüzde ergenlerle çalışan uzmanların sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı gibi problemlerle çalışırken değerlendirmeye alması gereken bir noktanın da danışanın kendilik değeri olduğu söylenebilir. Yüksek kendilik değeri daha az sosyal medya bağımlılığı ve daha az gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkili

bulduğundan, özellikle dijital ekran kullanımı ile ilgili problemler karşısında kilit nokta gibi durmaktadır.

Son olarak ilk hipoteze ilişkin gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucuna göre gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici etkisi anlamlı bulunmamıştır. Biçimlendirici etki analizleri sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin her bir alt boyutu için de yapılmıştır. Toplam ölçek puanından elde edilen verilerle benzer şekilde gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığının meşguliyet, duygudurum, çatışma ve tekrarlama alt boyutları ile arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolü anlamlı bulunmamıştır. Literatürde gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değeri arasındaki ilişkide kendinilik değerinin moderatör etkisini araştıran bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle söz konusu sonuç literatür eşliğinde değerlendirilmemiştir. Kendilik değeri değişkeninin moderatör rolü her ne kadar anlamlı bulunmasa da araştırma değişkenleri arasındaki korelatif ilişkiler göz önüne alındığında, araştırma hipotezleri arasında yer almamasına karşın; araştırma hipotezlerinin aracılık ilişkisi üzerinden incelenmesinin gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı arasında var olan ilişkinin yönünün ve biçiminin anlaşılmasına ve böylelikle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Bu nedenle öte analizler yapılarak gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin aracılık etkisi de incelenmiştir.

Aracılık etki analizi yapılırken Baron ve Kenny'nin (1986) adımları takip edilmiştir. Öncelikle basit regresyon analizleri ile değişkenler arası yordayıcılık ilişkileri incelenmiş, kriterlerin sağlanması ardından hiyerarşik regresyon analizi ile aracılık ilişkileri analiz edilmiştir. Buna göre ilk adım olarak gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisi incelenmiş ve gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde anlamlı olarak yordadığı görülmüştür.

Bu konudaki literatürün iki uçlu olduğu görülmektedir. Örneğin Buglass ve arkadaşları (2016) artan sosyal medya kullanımının gelişmeleri kaçırma korkusunu yordadığını bulmuşlardır. Benzer şekilde Hamutoğlu, Topal ve Gezgin'in (2020) çalışmasında sosyal medya bağımlılığının gelişmeleri kaçırma korkusu üzerinde etkili olduğunu bulunmuştur. Bununla birlikte literatürde bu bulguların tersi olarak,

gelişmeleri kaçırma korkusunun yoğun sosyal medya kullanımına ve bağımlılığa sebep olduğunu öne süren çalışmalar mevcuttur (Gil, Chamarro ve Oberst, 2015; Alt, 2015; Beyens, Frison ve Eggermont, 2016). Çelik ve Diker (2021) depresyon, stres, GKK ve zorlayıcı sosyal medya kullanımını incelediği çalışmalarında gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerindeki artışın zorlayıcı sosyal medya kullanımını yordamakta olduğunu tespit etmişlerdir. Bu farklı sonuçların sebebi olarak sosyal medya bağımlılığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasında karşılıklı ve döngüsel bir ilişki olabileceği düşünülmüştür. Gelişmeleri kaçırma korkusu yoğun sosyal medya kullanımını ve sosyal medya bağımlılığını yordarken; sosyal medya bağımlılığı da gelişmeleri kaçırma korkusunu yordamaktadır. Bu iki değişken arasındaki ilişkinin biçimine odaklanacak çalışmalar ile gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin yönünün ve biçiminin netleşmesinin hem literatüre katkı sağlayacağı hem de klinik alanda çalışan uzmanlara faydalı olacağı düşünülmüştür.

Aracılık etki analizinin ikinci adımı olarak gelişmeleri kaçırma korkusunun kendilik değeri üzerindeki yordayıcı etkisi incelenmiştir. Analiz sonuçlarından elde edilen veriye göre gelişmeleri kaçırma korkusu kendilik değerini anlamlı olarak negatif yönde yordamaktadır. Bir başka değişle azalan kendilik değeri, gelişmeleri kaçırma korkusunda artışa yol açmaktadır. Bu veri literatür bulgularıyla karşılaştırıldığında, gelişmeleri kaçırma korkusunun kendilik değeri üzerindeki etkisini ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. Fakat tersi olarak, kendilik değerinin gelişmeleri kaçırma korkusu üzerindeki etkisini ele alan bazı çalışmalar mevcuttur. Uram ve Skalski'nin 2020 yılında yaptıkları araştırmalarında kendilik değerinin gelişmeleri kaçırma korkusunu negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüştür. Buglass vd.'nin (2017) çalışmasında benzer şekilde, gelişmeleri kaçırma korkusunun itici gücü olarak azalan kendilik değeri bulgulanmıştır. Yalçın Çınar ve Mutlu'nun (2018) çalışmasına bakıldığında ise kendilik değeri ile gelişmeleri kaçırma korkusu ilişkilidir; fakat kendilik değerinin gelişmeleri kaçırma korkusu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Bu literatür bulguları mevcut araştırmanın bulgusuyla kıyaslandığında, gelecek çalışmalarda gelişmeleri kaçırma korkusu ile kendilik değeri arasındaki ilişkiye dair daha kapsamlı bilgi edinilmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür.

Üçüncü adımda kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcılık etkisi analiz edilmiştir. Elde edilen sonuca göre kendilik değeri sosyal

medya bağımlılığını negatif yönde anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Bu sonuç Anreassen vd.'nin (2016) ulaştığı bağımlılık yapıcı sosyal medya kullanımının, düşük kendilik değeri düzeylerinin bir sonucu olabileceği bulgusuyla paralellik göstermektedir. Benzer olarak Koçak, İlme ve Younis (2021), kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı, negatif bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Hawi ve Samaha (2018) kendilik değerinin internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı için yordayıcı olduğunu bulmuşlardır. Tüm bu sonuçlar göz önüne alındığında kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde bir etkisinin olduğu söylenebilir. Kişilerin kendilik değeri düzeyleri arttıkça, sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin azalacağı yorumu yapılabilir. Sosyal medya bağımlılığı geliştirme konusunda özellikle riskli bir grup olarak görülen ergenleri güçlendirmenin, gençlerin psikolojik sağlığı açısından koruyucu ve iyileştirici olacağı düşünülmektedir.

Son olarak kendilik değeri değişkeni aracı değişken olarak modele dahil edilmiştir. Yapılan analizden elde edilen verilere göre gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin anlamlı bir kısmi aracı rolü olduğu görülmüştür. Literatürde gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin aracı rolünü inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. İlişkili sayılabilecek bir araştırma Bugglas ve arkadaşlarıdır (2017). Bu çalışmada gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal ağ kullanımı ve kendilik değeri arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur. Benzer şekilde ilişkili bulunan bir çalışmada ise, kendilik değerinin sosyal medya bağımlılığı ve ruhsal sağlık arasındaki ilişkiye aracılık ettiği görülmüştür (Hou vd., 2019). Gelecek araştırmalar gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin aracılık etkisine odaklanarak, alt ölçekler dahilinde daha kapsamlı yürütülen bir çalışma ile daha geniş sonuçlara ulaşabilirler.

Tüm bu sonuçlar göz önüne alındığında ilgili değişkenlerin çok yönlü ve yakın bir ilişki içinde olduğu düşünülebilir. Bu sebeple araştırma değişkenleri ve benzer değişkenler pek çok farklı araştırma modelinde, farklı şekillerde ele alınmıştır. Özellikle son birkaç yılda hem ulusal hem de uluslararası alanyazında sosyal medya bağımlılığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu değişkenlerini ele alan çok sayıda çalışma yapılmıştır. Anbean hayatımızın içinde olan sosyal medya ile birlikte, sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı konuları oldukça dinamik çalışma alanlarıdır

Bu sebeple bu alanlara dair araştırılacak pek çok güncel konunun halen mevcut olduğu söylenebilir.

Araştırmanın temel hipotezlerinden ve öte analizlerden sonra araştırmanın yan amaçlarına dair araştırma soruları Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (Tek yönlü ANOVA) kullanılarak ele alınmıştır.

Öncelikli olarak araştırma değişkenleri sosyodemografik özelliklere göre incelenmiştir. Araştırmada demografik değişken olarak cinsiyet, yaş, ilişki durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, algılanan sosyoekonomik düzey, yaşamının çoğunluğunun geçirildiği yer ve kardeş sayısı kullanılmıştır.

Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerinin sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı incelendiğinde, yalnızca katılımcıların öğrenim durumuna göre anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Buna göre lisans seviyesinde eğitim gören bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ön lisans düzeyinde eğitim gören bireylere kıyasla anlamlı olarak daha yüksektir. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeylerini farklı eğitim seviyelerine göre kıyaslayan çalışmalara rastlanmamıştır. Çalışmalar genellikle üniversite öğrencileri, tıp fakültesi öğrencileri, lise öğrencileri ya da öğretmen adayları gibi aynı eğitim seviyesinde olan örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, gelişmeleri kaçırma korkusunu ebeveyn eğitim düzeyi ile birlikte inceleyen çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmada ebeveyn eğitim düzeyi ile gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Mevcut çalışma sonucundan farklı olarak, ebeveyn eğitim düzeyi ile gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi arasında arasındaki ilişkinin anlamlı bulunduğu çalışmalar vardır (Tomczyk ve Selmanagic-Lizde, 2018). Bu çalışmalara göre ebeveynlerin eğitim düzeyi arttıkça, çocukların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri azalmakta, ebeveynlerin eğitim geçmişi koruyucu bir faktör olmaktadır. Buna göre klinik alanda teknoloji çevresinde gelişen problemlerle çalışan terapistlerin ebeveyn psikoeğitimine önem vermesi, ebeveynlerle bu yönde işbirliği yapmasının faydalı olacağı düşünülebilir. Mevcut çalışmada örneklem grubunun ebeveyn eğitim düzeyi açısından eşitlenememiş olması, elde edilen sonuçları etkilemiş olabilir.

Gelişmeleri kaçırma korkusu hakkında Przybylski ve arkadaşlarının (2013) yapmış oldukları öncü çalışmalarında, gençlerin ve özellikle genç erkeklerin daha yüksek düzeylerde GKK değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Bu çalışmayı takip eden diğer çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin 2017 ve 2020 yılında

yapılmış olan iki farklı çalışmada GKK düzeylerinin cinsiyete göre ve yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulgulanmıştır (Barry ve Wong, 2020; Hoşgör ve Tütüncü, 2017). Bu farklı sonuçlar, artan sosyal medya ve teknoloji kullanımının, geçen yıllar içinde cinsiyet ve yaş gibi sosyodemografik değişkenlerle olan ilişkisinin değişmiş olabileceğini düşündürmüştür. Boylamsal çalışmalar ile, bu konu hakkında daha kapsamlı bilgi sahibi olunabilir.

Bir diğer araştırma değişkeni olan sosyal medya bağımlılığının, sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Buna göre, algılanan ekonomik düzeyin ve kardeş sayısının, sosyal medya bağımlılığı puanları ile anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Ekonomik düzey açısından farklılığın hangi gruplar arasında görüldüğü incelendiğinde, ekonomik düzeylerini yüksek olarak değerlendiren katılımcıların düşük olarak değerlendiren katılımcılara kıyasla sosyal medya bağımlılığı puanlarının daha düşük olduğu görülmüştür. Bireylerin maddi durumunun, serbest zaman faaliyetlerinin seçiminde önemli rol oynadığı ve biçimlendirici olduğu bilinmektedir (Sabbağ ve Aksoy, 2011). Ekonomik geliri yüksek olan kişiler boş vakit aktivitelerine daha fazla zaman ve para ayırabilmektedirler (Braun, 1993). Nitekim ergenlerde sosyal medya bağımlılığını önleyici çalışmalara bakıldığında spora, müzik, resim, tiyatro gibi sanat dallarına, gezilere ve hobi edinmeye yönlendiren uygulamalar önerilmektedir (Yüksel Şahin ve Öztoprak, 2019). Bu bilgilerden yola çıkarak, gruplar arasındaki anlamlı farkın kaynağı olarak, ekonomik düzeyi yüksek olan kişilerin daha fazla sosyal aktiviteye katılma, hobi ve ilgi alanı geliştirme, farklı uğraşlara dahil olma fırsatı varken; ekonomik düzeyi düşük olan kişilerin bu fırsatlara gerçek hayatta erişemeyip, sosyal medya üzerinden kendilerini çeşitli yönlerden beslemeleri olabileceği düşünülmüştür. Literatür incelendiğinde ise Atlı vd. 'nin (2021) çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının aile sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı olarak farklılaşmadığı bulgulanmıştır. Bu farklılık, algılanan ekonomik duruma göre oluşan grupların eşit dağılmamasından kaynaklanmış olabilir. Gelecek çalışmalar sosyo-ekonomik düzey ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, bu bağımlılık türü için risk gruplarını belirlemek konusunda fayda sağlayabilir. Sosyal medya bağımlılığının kardeş sayısı açısından gösterdiği farklılık incelendiğinde kardeş sayısı beş ve üzerinde olan bireylerin iki kardeşe ve üç kardeşe sahip olanlara kıyasla sosyal medya bağımlılığı puanları anlamlı olarak daha düşük olduğu görülmüştür. Bu konudaki literatür bilgileri kısıtlıdır. Katılımcıların kardeş sayısı değişkenine göre

sosyal medya bağımlılığı puanlarının incelendiği bir çalışmada, mevcut çalışmayla benzer olarak kardeş sayısı 5 ve üzeri olan katılımcıların sosyal medya bağımlılık puanlarının diğer katılımcılara göre daha düşük olduğu görülmüştür (Can, Hazar ve Kurt, 2021). Fakat nicel ve nitel analizlerin yapıldığı bu çalışmanın örneklem grubunun 24 kişiyle sınırlı olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. İlgili bulunan bir başka çalışma olan Hou vd.'nin (2019) Pekin'de yürüttüğü çalışmada ise, tek çocuk olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları, kardeşleri olan katılımcılara kıyasla daha düşük çıkmıştır. Bu farklılıklar örneklem büyüklüğünden ya da kültürel farklılıklardan kaynaklanıyor olabilir. Gelecekte sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan çalışmalar kardeş sayısı değişkenini de çalışmalarına dahil ederek, bu alanda sahip olunan bilgi birikimini zenginleştirebilir ve risk gruplarının belirlenmesi konusunda katkı sağlayabilir.

Mevcut araştırmada sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Literatür incelendiğinde konuyla ilgili sonuçların ikircikli olduğu görülmektedir. Son yıllarda yayınlanmış olan bazı çalışmalarda, mevcut araştırma sonucuyla paralel olarak, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir (Baz, 2018; Çiftçi, 2018; Sağar, 2019). Buna karşın, gençlerin sosyal medya bağımlılığında daha fazla etkilendiğini bulgulayan çalışmalar da mevcuttur (Andreassen vd., 2017; Ümmet, Batal, Kaya ve Alkan, 2019). Yine de farklı yaş gruplarının sosyal medya bağımlılığı düzeylerini kıyaslayan çalışmaların kısıtlı olduğu söylenebilir. Çalışmaların genellikle yakın yaş grupları arasında yürütülmesi sebebiyle, sonuçları topluma uyarlamak zorlaşmaktadır (Aslan ve Yazıcı, 2016). Daha geniş yaş gruplarıyla yapılacak çalışmalar, özellikle pandemi süreciyle de birlikte, ilgili değişkenlerin ne şekilde ilişkilendiğini çalışarak alana katkı sağlayabilir.

Sosyodemografik değişkenler ile birlikte incelenen son araştırma değişkeni kendilik değeridir. Yapılan analizler sonucunda Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'nden alınan puanların sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermediğine ulaşılmıştır. Literatürde kendilik değeriyle birlikte ele alınan sosyodemografik değişkenler incelendiğinde, pek çok farklı veri olduğu görülmüştür. Cinsiyet değişkenini ele alan çalışmaların bir bölümü erkeklerin daha yüksek kendilik değerine sahip olduğunu öne sürerken, diğer bölümü cinsiyete göre kendilik değeri düzeylerinin anlamlı şekilde farklılaşmadığını söylemektedir. Örneğin Pehlivan'ın (2017) lise öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışmasında yaşa göre kendilik değeri

düzeleleri farklılaşmazken, cinsiyete göre farklılaştığı bulunmuştur. Buna göre kız öğrencilerin kendilik değeri düzeleleri erkek öğrencilere kıyasla anlamlı şekilde daha yüksektir. Söner ve Yılmaz'ın (2020) çalışmalarında ise kendilik değeri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Özellikle cinsiyet değişkeni üzerinde farklı sonuçlara ulaşılmasında, araştırmanın yapıldığı yıl ve kültürel özellikler gibi farklılıkların etkili olabileceği düşünülmektedir. Literatürde kendilik değeri ile anlamlı olarak ilişkili bulunan sosyodemografik değişkenlerden biri de sosyoekonomik durumdur. Mevcut çalışma sonuçlarına göre kendilik değeri düzeyi ile algılanan maddi durum anlamlı olarak farklılaşmamasına karşın; Çelikbaş, Özdemir ve Tatar (2019)'ın çalışmalarında gelir durumunu iyi olarak ifade eden katılımcıların, düşük olarak ifade eden katılımcılara kıyasla kendilik değerlerinin anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Düşük gelir düzeyinin düşük kendilik değeri ile, yüksek gelir düzeyinin ise yüksek kendilik değeriyle ilişkili olduğu bilinmektedir (Aslan, 1992; Franklin, 2013). Farklı sonuçlar elde edilmesinin nedenlerinden biri olarak, Çelikbaş ve arkadaşlarının çalışmalarında kendilik değeri değişkenini, mevcut çalışmada kullanılan ölçekten farklı bir ölçekle ölçümlenmeleri düşünülebilir. Bununla birlikte Çelikbaş ve arkadaşlarının örneklem grubunun yaş aralığı ve yaş ortalaması, mevcut çalışmadan daha büyüktür. Sosyoekonomik durum ile kendilik değeri ilişkisinin yaşa göre değişiklik gösterdiği (Twenge ve Campbell, 2002) göz önüne alındığında, bu durumun da farklı sonuçlara ulaşılması üzerinde etkili olmuş olabileceği düşünülmüştür.

Çalışmanın diğer araştırma sorusu, gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendilik değeri değişkenlerinin sosyal medya kullanım formunda yer alan kriterlere göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığıdır. Bu doğrultuda yapılan analizlerin sonuçları aşağıda tartışılmıştır.

Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeleleri sosyal medya kullanım formuna göre incelendiğinde, gelişmeleri kaçırma korkusu değerlerinin sahip olunan sosyal medya hesap sayısına ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı olarak farklılaştığı, bununla birlikte ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olduğuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Hoşgör ve Tütüncü (2017) çalışmalarında benzer olarak günlük sosyal medya kullanım süresinin GKK ölçeği puanlarına göre anlamlı olarak farklılaştığını saptamışlardır. Buna göre sosyal medyada bir gün içerisinde geçirilen süre arttıkça, gelişmeleri kaçırma korkusu düzeleleri de artmaktadır. Mevcut çalışmayla benzer olarak Hoşgör ve Tütüncü(2017)

sahip olunan sosyal medya hesabı sayısına göre de anlamlı bir farklılaşma tespit etmişler ve sahip olunan sosyal medya sayısı arttıkça gelişmeleri kaçırma korkusunu düzeyinin de artacağını çıkarsamışlardır. Aynı çalışmada, mevcut tez çalışmasından farklı olarak gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri ile ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olunduğu anlamlı olarak ilişkili bulunmuştur. 7+ yıldır sosyal medyayı kullananların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri, 1-3 yıldır kullananlara kıyasla daha yüksektir. Bu sonuçlara göre sosyal medya hesabına sahip olunan süre arttıkça, gelişmeleri kaçırma korkusu değerlerinin de yükselmektedir. Covid-19 pandemisi sürecinin bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını değiştirdiği bilinmektedir (Dikmen, 2021; Hotar vd., 2020). Bu farklılığın sebebi olarak pandemi sürecinde gençlerin bir bağımlılık geliştirmeseler de kullandıkları sosyal medya hesaplarının artmış olabileceği düşünülmüştür.

Sosyal medya bağımlılığı değerleri hem toplam ölçek puanı hem de meşguliyet, duygudurum, tekrarlama ve çatışma alt ölçek boyutlarına göre sosyal medya kullanım formu çerçevesinde incelenmiştir. Bunun sonucunda katılımcıların toplam ölçek puanlarının ve alt ölçeklerden aldıkları puanların sosyal medya hesabına sahip olunan süreye, sahip olunan sosyal medya hesap sayısına ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Mevcut çalışmada değişkenler arasında anlamlı bir farklılık çıkmamasına karşın; günlük sosyal medya kullanımı arttıkça, sosyal medya bağımlılık düzeyinin arttığını gösteren çalışmalar vardır (İnce ve Koçak, 2017; Aktan, 2018; Çiftçi, 2018; Balcı, Karakoç ve Ögüt, 2020; Eyibilen vd.,2021). Benzer şekilde Aktan (2018) çalışmasında sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahip olduğuna göre anlamlı olarak farklılaştığını tespit etmiştir. Buna göre daha uzun yıllardır sosyal medya hesabına sahip olanların bağımlılık düzeyi bir yıldan az süredir sosyal medya hesabı kullananlara kıyasla yüksektir.

Son olarak kendilik değeri değişkeninin sosyal medya kullanım formunda yer alan değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Yapılan analizler sonucu değişkenler arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir. İlgili literatür incelendiğinde hem mevcut çalışmanın sonuçlarıyla uyuşan hem de elde edilen sonuçlardan farklılaşan çalışmalara rastlanmıştır. Özbey ve Gültekin (2021) yaptıkları çalışmalarında, sahip olunan sosyal medya sayısına göre kendilik değeri düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulmamışlardır. Benzer şekilde aynı çalışmada katılımcıların günlük tablet/telefon kullanım sürelerine göre kendilik değeri düzeyleri

anlamli olarak farklılaşmamaktadır. Bu sonuçlara paralel olarak Santarossa ve Woodruff (2017)'un çalışmalarında da sosyal medyada geçirilen süre ile kendilik değeri arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır. İlgili bulunan çalışmalarda kendilik değeri ile sosyal medya kullanım süresi değişkenlerinin anlamlı şekilde farklılaşmaması, mevcut araştırma bulgusuyla örtüşmektedir. Bu sonuçlardan farklı olarak Woods ve Scott (2016), sosyal medya kullanım süresi ile, özellikle de gece vakti/uyku vakti sosyal medya kullanım süresi ile kendilik değerini negatif yönde ilişkili bulmuşlardır.

Mevcut araştırmada sosyal medya bağımlılığı değerleri ile kendilik değeri değerlerinin sosyal medya kullanım formuna göre anlamlı olarak farklılaşmamasının, form aracılığıyla elde edilen verilerin eşit dağılım göstermemiş olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Elde edilen sonuçlarla birlikte, araştırmanın bazı sınırlılıkları da mevcuttur. Araştırma verilerinin online platformlar aracılığıyla öz bildirime dayanan ölçekler üzerinden toplanması, verilerin güvenilirliği üzerinde tam kontrol sahibi olmanın önüne geçmektedir. Elde edilen bilgiler, kullanılan ölçekler aracılığıyla elde edilen bilgilerle sınırlı kalmıştır. Katılımcılar sosyal medya bağımlılığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu kavramlarını olumsuz kavramlar olarak değerlendirip, sorulara yanlı cevaplar vermiş olabilirler. Bununla birlikte örneklem grubu incelendiğinde, sosyodemografik özellikler ve sosyal medya kullanım özellikleri açısından örneklem grubunun eşitlenemediği görülmektedir. Örneğin katılımcıların %90'ı yaşamlarının büyük bölümünü şehirlerde geçirmiştir. Bu nedenle elde edilen sonuçların, şehirlerde yaşayan genç yetişkinler için geçerli olabileceği düşünülebilir. Örneklem grubunun eşitlenememesi, araştırma değişkenleri ile sosyodemografik özellikler ve sosyal medya kullanım formuna dair yan amaçların incelenmesi sürecinde, ilgili literatürle uyumlu sonuçlara ulaşamadığı göz önünde bulundurulduğunda, çeşitli kısıtlılıklara yol açmış olabilir.

Özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı oranları artış göstermektedir (Bozkurt ve Bozkurt, 2021). Bu artışla birlikte sosyal medya kullanımı, bağımlılığı ve ilişkili olarak gelişmeleri kaçırma korkusu kavramları son derece sıcak konulardır ve güncelliği sebebiyle yeni araştırma alanlarına olanak tanımaktadır. Gelecek çalışmalar pasif sosyal medya kullanımı ve aktif sosyal medya kullanımı gibi farklı sosyal medya kullanım şekillerine

odaklanarak, bu kullanım türlerinin sosyal medya bağımlılığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkisini ele alan benzer çalışmalarla konuyu zenginleştirebilir.

Mevcut çalışmada gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici etkisi anlamlı bulunmamıştır; fakat bu iki değişken arasındaki ilişkinin hangi faktörler tarafından şekillendiğini anlamak önemlidir. Gelecek çalışmalar gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi biçimlendiren değişkenleri araştırmaya devam edebilir. Bununla birlikte, daha geniş ve homojen dağılım gösteren örneklem gruplarına ulaşılması, yapılacak olan çalışmaları güçlendirecektir. Farklı yaş gruplarıyla yürütülecek benzer çalışmaların da ilgili konuya dair bilinenleri zenginleştireceği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyanın bireylerin günlük yaşamlarında kullanılması nedeniyle diğer bağımlılıklardan farklılaşmaktadır. Tedavi sürecinde de kişilerin sosyal medya ağlara ulaşımının tamamen engellenmesi üzerine değil, kontrollü kullanım üzerine çalışmalar yapılmaktadır (Koçak, 2021). Bu nedenle bu alanda yapılacak çalışmalar akademik ve klinik alanda önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar, İ. H., Avcılar, G. ve Bostancı, S. (2020). The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*, 1-10.
- Ahioğlu Lindberg, E. (2011). Piaget ve ergenlikte bilişsel gelişim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19 (1), 1-10.
- Akkus Çutuk, Z. (2021). Investigating the relationship among social media addiction, cognitive absorption, and self-esteem. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, 9(2), 42-51.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 405-421.
- Allen, K., Ryan, T., Gray, D., McInerney, D. ve Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119.
- Altınay Bor, H. (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E. ve Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30, 252–262.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Gjertsen, S. R., Krossbakken, E., Kvam, S. ve Pallesen, S. (2013). The relationship between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavioral Addictions*, 2, 90–99.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve 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.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110, 501–517.

- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*, 501–517.
- Andreassen, C. ve Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - An overview. *Current Pharmaceutical Design, 20*(25), 4035-4061.
- Argan, M., Tokay Argan, M. ve İpek, G. (2018). I wish I were! Anatomy of a fomsumer. *Journal of Internet Applications and Management, 9* (1), 43-57.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*(5), 469–480.
- Aslan, E. (1992). Benlik kavramı ve bireyin yaşamındaki etkileri. *Eğitim Bilimler Dergisi, 4*, 7-14.
- Atak, H. (2011). Kimlik gelişimi ve kimlik biçimlenmesi: Kuramsal bir değerlendirme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 3*(1), 163-213.
- Atlı, F., Buğa, A., Mammadli, T. ve Atlı, A. Y. (2021). Türkiye’de üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öz-anlayışları ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi, 6*(1), 59-77.
- Baker, Z. G., Krieger, H. ve LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science, 2*(3), 275.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: selcuk university example. *Journal of Studies in Turkology, 34*, 255-278.
- Balco, Ş., Karakoç, E. ve Öğüt, N. (2020). Sağlık çalışanları arasında sosyal medya bağımlılığı: İki boyutlu benlik saygısının rolü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (33)*, 296-317.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*(2), 191.
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior, 12*(2), 209-213.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173.
- Barry, C. T. ve Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships, 37*(12), 2952-2966.

- Baumeister, R. F. ve Tice, D. M. (1985). Self-esteem and responses to success and failure: Subsequent performance and intrinsic motivation. *Journal of Personality*, 53(3), 450-467.
- Behrman, R.E., Kliegman, R.M. ve Jenson, H.D. (2000). *Nelson's Textbook of Pediatrics* (16. Baskı) Philadelphia: WB Saunders Co.
- Beyens, I., Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. ve Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72.
- Bozkurt, İ. ve Bozkurt, Ö. (2021). COVID-19 kısıtlamaları sürecinde üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 1-1.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R. ve Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255.
- Can, B., Hazar, Z. ve Kurt, S. (2021). Spor yapan ve yapmayan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi (karma model araştırması). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 15-39.
- Cast, A. D., ve Burke, P. J. (2002). A theory of self-esteem. *Social Forces*, 80(3), 1041-1068.
- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas, K. M. (2016). How "phubbing" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. baskı). New York: Routledge.
- Conlin, L., Billings, A.C. ve Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: the role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4), 151-164.
- Coskun, S. ve Muslu, G. K. (2019). Investigation of problematic mobile phones use and fear of missing out (FoMO) level in adolescents. *Community Mental Health Journal*, 55(6), 1004-1014.
- Coyne, S. M., McDaniel, B. T. ve Stockdale, L. A. (2017). "Do you dare to compare?" Associations between maternal social comparisons on social networking sites and parenting, mental health, and romantic relationship outcomes. *Computers in Human Behavior*, 70, 335-340.

- Çelik, G., Tahiroğlu, A. ve Avcı, A. (2008). Ergenlik döneminde beynin yapısal ve nörokimyasal değişimi. *Klinik Psikiyatri*, 11(1), 42-47.
- Çelikbaş, B., Özdemir, H. ve Tatar, A. (2019). Genç yetişkinlerde benlik saygısının yordanmasında Beş Faktör Kişilik Modeli'nin rolünün incelenmesi. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 281-296.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4),
- Çınar, Ç. Y. ve Mutlu, E. (2019). İnternet bağımlılığının benlik saygısı, dikkat, gelişmeleri kaçırma korkusu, yaşam doyumu ve kişilik özellikleri ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3),133-142.
- Çuhadaroğlu, F. (1986). *Adolesanlarda benlik saygısı*. (Yayımlanmamış tıpta uzmanlık tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109–134.
- Deci, E. L., Ryan, R. M. ve Williams, G. C. (1996). Need satisfaction and the self-regulation of learning. *Learning and Individual Differences*, 8(3), 165–183.
- Derman, O. (2008). Ergenlerde psikososyal gelişim. *Adolesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi*, 63(1), 19-21.
- Dikmen, M. (2021). COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.
- Doğan, U. ve Karakaş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının Yordayıcısı olarak yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6 (1), 57-71.
- Eccles, J. ve Gootman, J. (Ed.). (2002). *Community programs to promote youth development*. National Academy Press.
- Elkind, D. (1976). *Child development and education: A Piagetian perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Eniko, V (2016). *Psychological effects of Facebook use: Links between intensity of Facebook use, envy, loneliness and FoMO* (Yayımlanmamış doktora tezi). Dublin Business School.
- Eraslan, M. C., ve Durur, E. K. (2018). Siyasal iletişim ve medya bağlamında siyasal reklam aracı olarak propaganda. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 193-204.
- Eraslan Çapan, B. ve Korkut Owen, F. (2017). Çocukların kendilik değerini geliştirmede kendilik değeri geliştirme programı ve sosyal ve duygusal eğitim programının etkililiği. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16(62), 756-769.

- Erdoğan, P. ve Şanlı, Y. (2019). Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumları üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 615-627.
- Erdoğan, T. ve Yumrukuz, Ö. (2021). Sosyal medyanın doğası. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(6), 173-197.
- Eyibilen, E., Doğan, T. B., Sür, B., ve Gül Yurtsever, S. (2021). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve günlük yaşam aktivitelerine etkisi. *Forbes Tıp Dergisi*, 2(3), 158-165.
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., ve Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106364.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Forest, A. L. ve Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295-302.
- Furstenberg, F., Kennedy, S., McCloyd, V. C., Rumbaut, R. ve Settersten, R. (2004). Between adolescence and adulthood: Expectations about the timing of adulthood. *Network on Transitions to Adulthood and Public Policy, Research Network Working Paper, 1*, 22-43.
- Gibbons, F. X. ve Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129.
- Gied, J.N. (2008). The teen brain: Insights from neuroimaging. *Journal of Adolescent Health*, 42, 335-343.
- Gil, F., Chamarro, A. ve Oberst, U. (2015). PO-14: Addiction to online social networks: A question of "Fear of Missing Out"? *Journal of Behavioral Addictions*, 4(1), 51-52.
- Global dijital raporu. (2020). *We are social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>
- Gonzales, A. L., ve Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my facebook wall: effects of exposure to facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 79-83.
- Göka, E. ve Türkçapar, M.H. (2007). Gençlik ve şiddet, http://www.tr.net/saglik/ruh_sagligi_genclik_siddet_2.shtml
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59.

- Griffiths, M. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
- Grolnick, W. S., Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1997). Internalization within the family: The self-determination theory perspective. J. E. Grusec ve L. Kuczynski (Ed.), *Parenting and children’s internalization of values: A handbook of contemporary theory* içinde (s. 135-161). New York: Wiley.
- Güney, M. ve Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 183-190.
- Haferkamp, N. ve Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.
- Hamutoğlu, N. B., Topal, M. ve Gezgin, D. M. (2020). Investigating direct and indirect effects of social media addiction, social media usage and personality traits on FoMO. *International Journal of Progressive Education*, 16(2), 248-261.
- Hargittai, E. (2004). Internet access and use in context. *New Media and Society*, 6(1), 137-143.
- Hayran, C., Anik, L. ve Gürhan-Canli, Z. (2017). *Exploring the antecedents and consumer behavioral consequences of ‘Feeling of Missing Out (Fomo)’*. Stieler Maximilian (Ed.), *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends* içinde (s. 661-662). Springer, Cham.
- Hawi, N. S. ve Samaha, M. (2016). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576–586.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L. ve Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (fomo) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259–272.
- Holloway, F. (Ed.). (2016). *Self-esteem: Perspectives, Influences and Improvement Strategies*. Nova Publishers.
- Hoşgör, H., Koç Tütüncü, S., Gündüz Hoşgör, D. ve Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaygınlığının farklı değişkenler açısından incelenmesi, *Journal of Academic Value Studies (JAVStudies)*, 3(17), 213-223.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. ve Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1).
- Hotar, N., Omay, R. E., Bayrak, S., Kuruüzüm, Z. ve Ünal, B. (2020). Pandeminin toplumsal yansımaları. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(2), 211-220.

- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Joiner, T. E., Alfano, M. S. ve Metalsky, G. I. (1992). When depression breeds contempt: Reassurance seeking, self-esteem, and rejection of depressed college students by their roommates. *Journal of Abnormal Psychology*, 101(1), 165-173.
- Kavaklı, M. ve Ünal, G. (2021). The effects of social comparison on the relationships among social media addiction, self-esteem, and general belongingness levels. *Current Issues in Personality Psychology*, 9(2), 114-124.
- Kaygusuz, C. (2013). Psikolojik ihtiyaçlar ve internet bağımlılığı. Kalkan, M. ve Kaygusuz, C. (Ed.) *İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler* (1. baskı) içinde (s.1-16). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kınık E. (2000). Adolesan dönemde fiziksel büyüme ve cinsel gelişme. *Katkı Pediatri Dergisi Adolesan Sayısı*, 21(6), 720-740.
- Kırcaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Koç, M. (2004). Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 231- 238.
- Koçak, O., İlme, E. ve Younis, M. Z. (2021). Mediating role of satisfaction with life in the effect of self-esteem and education on social media addiction in Turkey. *Sustainability*, 13(16), 90-97.
- Koçak, M. ve Traş, Z. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631.
- Kovan, A. ve Ormancı, N. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki: Covid-19 pandemi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, (2), 125-145.
- Köse, Ö. B. ve Doğan, A. (2019). The relationship between social media addiction and self-esteem among Turkish university students. *Addicta Turk. J.Addict*, 6, 175-190.
- Kulaksızoğlu, A. (2011) Ergenin temel gelişim özellikleri. N. Türkyılmaz Catic (Ed.), *Çocuk ve Ergen Eğitiminde Anne Baba Tutumları* (1. baskı) içinde. (s. 93-125). İstanbul: Timaş.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction-A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.

- Kuss, D.J. ve Griffiths, M.D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 311.
- Lapsley, D. K. (1993). Toward an integrated theory of adolescent ego development: The "new look" at adolescent egocentrism. *American Journal of Orthopsychiatry*, 63(4), 562–571.
- Longstreet, P. ve Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77.
- Mazzoni, E. ve Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252.
- McFarlin, D. B. ve Blascovich, J. (1981). Effects of self-esteem and performance feedback on future affective preferences and cognitive expectations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(3), 521-531.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
- Nalwa, K. ve Anand, A. (2003). Internet addiction in students: A cause of concern, *Cyberpsychology and Behavior*, 6 (6), 653-6.
- Niemz, K., Griffiths, M. ve Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the General Health Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(6), 562-570.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M. ve Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60.
- Ocakçı, A F. (2015). Ergenlik dönemi özellikleri. A. F. Ocakçı ve F. Üstüner Top (Ed.), *Yetişkinliğe bir adım kala ergen sağlığı* (1. Baskı) içinde (s. 1–7). Ankara: Göktuğ Basım ve Yayın Dağıtım.
- Orman, B., Sönmez, A C., Özer, B., Öselemiş, E. ve Özgüngör, S. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini sevme ve empatik eğilim arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bildiri Kitabı*, 115.
- Özbey, H. ve Gültekin, M. (2021). Lise öğrencilerinde beden algısı ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin medya ve farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 429-441.
- Özkan, İ. (1994). Benlik saygısını etkileyen etkenler. *Düşünen Adam*, 7(3), 4-9.
- Parlaz, E. A., Tekgül, N., Karademirci, E. ve Öngel, K. (2012). Ergenlik dönemi: fiziksel büyüme, psikolojik ve sosyal gelişim süreci. *Turkish Family Physician*, 3(4), 10-16.

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Pehlivan, S. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal uyum becerileri ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi.
- Rahardjo, W. ve Mulyani, I. (2020). Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 29-44.
- Reer, F., Tang, W. Y. ve Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505.
- Riordan, B. C., Flett, J. A., Hunter, J. A., Scarf, D. ve Conner, T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2(7), 1-7.
- Roberts, J. A. ve David, M. E. (2020). The Social media party: fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392.
- Rook, K. S. (1984). Research on social support, loneliness, and social isolation: Toward an integration. *Review of Personality & Social Psychology*, 5, 239-264.
- Rosenberg, M. ve Owens, T. J. (2001). Low self-esteem people: A collective portrait. T. J. Owens, S. Stryker, ve N. Goodman (Ed), *Extending self-esteem theory and research: Sociological and psychological currents* içinde (s. 400-436). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ryan, T. ve Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Sabbağ, Ç. ve Aksoy, E. (2011). Üniversite öğrencileri ve çalışanların boş zaman etkinlikleri: Adıyaman örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4), 10-23.
- Santarossa, S. ve Woodruff, S. J. (2017). # SocialMedia: Exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders. *Social Media+ Society*, 3(2), 2056305117704407
- Santrock, J. W. (2019). *Life span development* (7. Baskı). New York: McGraw-Hill Education.
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D. ve Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2 (3), 223-228

- Scott, H. ve Woods, H. C. (2019). Understanding links between social media use, sleep and mental health: Recent progress and current challenges. *Current Sleep Medicine Reports*, 5(3), 141-149.
- Serrano, M. T. (2020). Fear of missing out (FoMO) and Instagram use: analysis of the relationships between narcissism and self-esteem. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(1), 31-38.
- Shaw, L. H. ve Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyberpsychology & Behavior*, 5(2), 157-171.
- Söner, O. ve Yılmaz, O. (2020). Ergenlerin sosyal medya beğenilmeme korkularının yordayıcısı olarak benlik saygısı ve benlik tasarımı. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 4(7), 51-68.
- Steinberg, L. (2009). Adolescent development and juvenile justice. *Annual Review of Clinical Psychology*, 5(1), 459-485.
- Stephanie L. Dailey, Krista Howard, Sinjin M. P. Roming, Natalie Ceballos ve Tom Grimes (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 158-167.
- Şahin, Ş. ve Çövener Özçelik, Ç. (2016). Ergenlik dönemi ve sosyalleşme. *Cumhuriyet Hemşirelik Dergisi*, 5 (1), 42-49
- Şentürk, E., Coşar, B. ve Geniş, B. (2019). Kamu çalışanlarında sosyal medya bağımlılığı, gelişmeleri kaçırma korkusu ve kişilik özellikleri ilişkisi. *4. Psikiyatri Zirvesi & 11. Anksiyete Kongresi içinde* (s. 205). Antalya.
- Şirin, S. (2020). *Yetişin gençler* (1. Baskı). İstanbul: Doğan Kitap.
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. Baskı). Boston MA: Pearson.
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P. ve Mäntymäki, M. (2021). Dark consequences of social media-induced fear of missing out (FoMO): Social media stalking, comparisons, and fatigue. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120931.
- Tanrıkulu, G. (2018). "Güncellenmeliyim": Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve bunun ergen ve genç yetişkinlerdeki sosyal medya bağımlılığı boyutlarına yordayıcı olarak öncülleri. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). TED Üniversitesi, Ankara.
- Tafarodi, R. W. ve Swann Jr, W. B. (1995). Self-linking and self-competence as dimensions of global self-esteem: initial validation of a measure. *Journal of Personality Assessment*, 65(2), 322-342.
- Thomas, I. ve Sanandaraj. H. S. (1985) A factor analytic study on the antecedents of self esteem. *Psychological Studies*. 30(2), 97-101.

- Tomczyk, Ł. ve Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina—Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541-549.
- Törüner, E. K. ve Büyükgönenç L. (2012). Çocukluk çağında sık görülen kazalar ve zehirlenmeler. *Çocuk Sağlığı Temel Hemşirelik Yaklaşımları* (1. Baskı,) içinde (s. 242-247). Amasya: Göktuğ Yayıncılık.
- Tözün, M. (2010). Benlik saygısı. *Actual Medicine*, 18(7), 52-57.
- Tutkun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının İncelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020). *Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu* <https://www.iletisim.gov.tr/uploads/docs/SosyalMedyaKullanımKilavuzu.pdf>
- Twenge, J. M. ve Campbell, W. K. (2002). Self-esteem and socioeconomic status: meta-analytic review. *Personality and Social Psychology Review*, 6(1), 59-71.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü . *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (52) , 88-102.
- Uram, P. ve Skalski, S. (2020). Still logged in? The link between facebook addiction, fomo, self-esteem, life satisfaction and loneliness in social media users. *Psychological Reports*, 0033294120980970.
- Uzun, V. Gözükara, E., ve Bilgin, M. (2019). Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin FOMO Düzeylerinin İncelenmesi. 4. *International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress* içinde (s. 144).
- Ümmet, D., Alkan, H., Batal, Ö. ve Kaya, A. (2019). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığının yordayıcıları olarak iyi oluş ve duygusal özerklik*. 21. Uluslararası Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi, Antalya.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161–172.
- Valkenburg, P.M. ve Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-5.
- Wiesner, L. (2017). *Fighting fomo: a study on implications for solving the phenomenon of the fear of missing out* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). University of Twente.
- Wilson, K., Fornasier, S. ve White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173–177.

- Wortham, J. (2011, 9 Nisan) Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook Wall. *The New York Times*. <http://www.nytimes.com>
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (4.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeşilay (2017). *Teknolojiye bağımlı yaşama*. https://tbm.org.tr/media/kitaplar/TBM_lise_teknoloji_icerik_web.pdf
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J. ve Lei, L. (2021). Social networking sites addiction and FoMO: the mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*, 40(8), 3879-3887.
- Yu, R., Branje, S. J., Keijsers, L. ve Meeus, W. H. (2014). Personality types and development of adolescents' conflict with friends. *European Journal of Personality*, 28(2), 156-167.
- Yüksel-Sahin, F. ve Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 363-377.
- Zarrett, N. ve Eccles, J. (2006). The passage to adulthood: challenges of late adolescence. *New Directions for Youth Development*, 111, 13-28.
- Zhang, Y., Li, S. ve Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273.

EKLER

EK A BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli katılımcı,

Sizi Işık Üniversitesi Klinik Psikoloji - Çocuk/Ergen Alt Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Sinem Söker tarafından, Dr. Z. Deniz Aktan danışmanlığında yürütülen ‘Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü’ başlıklı ankete dayalı tez araştırmasına davet ediyoruz. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan çıkma hakkında sahipsiniz. Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen formlardaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Bu araştırmanın amacı gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolünü incelemektir. Bu doğrultuda online anket formatındaki soruları kendinize göre cevaplamanız beklenmektedir. Anketin tamamlanması için öngörülen süre 20 dakikadır. Araştırmayla ilgili sorularınız için *** mail adresinden iletişime geçebilirsiniz.

Bu koşullarda söz konusu söz konusu anket çalışmasına kendi rızamla, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

EK B ETİK KURUL ONAYI

FMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
ETİK KURUL ALT KOMİSYON RAPORU

Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrenci no'lu, Sinem Söker tarafından yürütülecek olan "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu İle Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü" başlıklı tez araştırma protokolüne ait dosyanın incelenmesi sonucunda; tez araştırmasında katılımcıların risklerinin bulunmadığı, katılımcı/örneklem seçiminin yeterli olduğu, savunmasız herhangi bir katılımcının bulunmadığı, katılımcıların gönüllü olarak katıldığını belgeleyen bilgilendirilmiş onay formunun düzenlendiği, katılımcıların gizlilik ilkesine uygun olarak bilgi ve verilerinin korunduğu, kimlik bilgilerinin saklı tutularak bulguların sadece bilimsel amaçla ve toplum yararı için kullanılacağına açıklandığı belirlenmiş ve etik yönden uygun bulunmuştur. 24.12.2020

Doç. Dr. Berna Akçınar

Dr. Öğr. Üyesi Z. Deniz Aktan

Dr. Öğr. Üyesi Selin Karaköse

FMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS
TEZ/PROJE/ARAŞTIRMA ÇALIŞMALARINI İÇİN

ETİK ALT KURUL DEĞERLENDİRME FORMU

Tez/Proje/AraştırmaAdı	:	Gelişmeleri Kaçırma Korkusu İle Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Kendilik Değerinin Biçimlendirici Rolü
Yürütücü	:	Sinem Söker
Danışman	:	Dr. Öğr. Üyesi Z. Deniz Aktan
Başvuru Tarihi	:	9.12.2020

1. Niteliği gereği çalışma için Etik Kurulu onayı gerekli midir?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
2. Katılımcıların uğrayabileceği riskler beklenen yararlarla uyumlu mu?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
(a) Risk var mı?	<input type="checkbox"/> Evet	<input checked="" type="checkbox"/> Hayır
(b) Yarar var mı?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
(c) Bu yararlarla göre riskler değer mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
3. Riskler minimize edilmiş mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
4. Yararlar maksimize edilmiş mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
5. Katılımcı seçimi dengeli mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
6. Savunmasız katılımcılar için ek önlemler alınmış mı?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
7. Katılımcıların özgür ve bilgilendirilmiş bir şekilde araştırmada rol almaları sağlanmış mı?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
(a) Katılım onay formu var mı?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
(b) Form anlaşılabilir bir nitelikte mi?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
8. Özel yaşam ve katılımcı güvenliği korunuyor mu?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır
9. Verilerin korunması için gerekli tedbirler alınmış mıdır?	<input checked="" type="checkbox"/> Evet	<input type="checkbox"/> Hayır

SONUÇ : Etik açıdan uygundur
 Etik açıdan düzeltmeler gereklidir.*
 Etik açıdan uygun değildir*

*Nedenlerini ek bir rapor halinde açıklayınız.

TARİH 24.12.2020

Doç. Dr. Berna Akçınar

Dr. Öğr. Üyesi Z. Deniz Aktan

Dr. Öğr. Üyesi Selin Karaköse

EK C SOSYODEMOGRAFIK BİLGİ FORMU

1)Yaşınız:18 () 19 () 20 () 21()

2)Cinsiyetiniz:Kadın () Erkek () Diğer () Belirtmek istemiyorum ()

3)İlişki durumunuz:Evli () Bekar () Boşanmış () İlişkisi var () Diğer ()

4)Eğitim durumunuz: Ortaokul () Lise () Yüksekokul () Üniversite ()

5)Eğitim hayatınız devam ediyor mu?Evet () Hayır ()

6)Okul başarınızı nasıl değerlendirirsiniz? Düşük () Orta () İyi ()

7)Nerede kalıyorsunuz?Yurtta () Arkadaşlarım ile evde () Ailemin yanında ()

Diğer: (Belirtiniz)

8)Anne ve Babanız: İkisi de Sağ () Yalnızca Anne Sağ () Yalnızca Baba Sağ ()

İkisi de Sağ Değil ()

9)Anne ve Babanız: Evli () Birlikte Yaşıyor () Boşanmış () Diğer:(Belirtiniz).....

10)Annenizin eğitim durumu:İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite () Diğer: (Belirtiniz).....

11)Babanızın eğitim durumu:İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite () Diğer: (Belirtiniz).....

12)Ailedeki kardeş sayısı:0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ve üzeri ()

13)Ailenizin maddi durumu: Düşük () Düşük-Orta () Ortak-Yüksek () Yüksek ()

14) Hayatınızın çoğunu nerede geçirdiniz? Köy () Kasaba () Şehir ()

15)Tanı almış herhangi bir psikiyatrik rahatsızlığınız var mı? Evet () Hayır ()
Evet ise belirtiniz.....

EK  SOSYAL MEDYA KULLANIM FORMU

1)Sosyal medya sitelerinde (Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter vb.) hesabınız var mı?

Evet () Hayır ()

2)Ne kadar süredir sosyal medya hesabına sahipsiniz?

0-1 senedir () 1-2 senedir () 2-4 senedir () 4-6 senedir () 6 sene ve st ()

3)Kaç tane sosyal medya hesabı kullanmaktasınız?

1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ve zeri ()

4)Sosyal medya platformlarında günde ne kadar süre geçiriyorsunuz?

0-1 saat () 1-2 saat () 2-4saat () 4-6saat () 6 saat ve zeri ()

5)Sosyal medya platformlarını hangi amaç veya amaçlar için kullanıyorsunuz?

Arkadaşlarımı ve ailemi takip etmek () Bilgi almak ()

Oyun oynamak ()

Zaman geçirmek ()

Sevdiğim ve ilgi duyduğum Şeyleri takip etmek ()

Diğer (Belirtiniz):.....

EK D GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU ÖLÇEĞİ (GKKÖ)
ÖRNEK MADDELER

GKKÖ

Sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili olarak aşağıdaki sorular sizin için ne kadar doğrudur.	Hiç Doğru Değildir	Bir Parça Doğrudur	Orta Derecede Doğrudur	Oldukça Doğrudur	Aşırı Şekilde Doğrudur
1) Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	•	•	•	•	•
2) Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım	•	•	•	•	•
3) Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim	•	•	•	•	•
4) Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim	•	•	•	•	•

EK E ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ-KISA FORMU

ÖRNEK MADDELER

Aşağıdaki cümleler kendiniz hakkında hissettiklerinizi ölçmek için düzenlenmiştir. Size uygun şıkkı işaretleyiniz.

1) Diğer insanlarla birlikteyken onların benimle olmaktan hoşnut olduklarını hissederim.

- a)Hiçbir zaman b)Nadiren c)Zamanın az bir kısmında d)Bazı zamanlar
e)Zamanın önemli bir kısmında f)Çoğu zaman g)Her zaman

2) İnsanların benimle konuşmaktan gerçekten hoşlandıklarını hissederim.

- a)Hiçbir zaman b)Nadiren c)Zamanın az bir kısmında d)Bazı zamanlar e)Zamanın önemli bir kısmında f)Çoğu zaman g)Her zaman

3) Arkadaşlarımla beni ilgi çekici bulduklarımı hissederim.

- a)Hiçbir zaman b)Nadiren c)Zamanın az bir kısmında d)Bazı zamanlar e)Zamanın önemli bir kısmında f)Çoğu zaman g)Her zaman

EK F SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ (SMBÖ)
ÖRNEK MADDELER

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7	Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.					
9	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					

EK G GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ

GKK Ölçeği Kullanım İznini Gelen Kutusu x



sinem s

Alıcı: e

7 Aralık Pzt 21:35 (2 gün önce)



Merhaba,

Ben Işık Üniversitesi - Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden Sinem Söker. Dr. Deniz Aktan danışmanlığında yürüttüğüm tez için Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği'ni kullanmak için izninizi rica etmekteyim.

Sağlıklı günler dilerim,
Sinem Söker



Egemen Ünal

Alıcı: ben

7 Aralık Pzt 21:46 (2 gün önce)



Çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Dr. Öğr. Üyesi Egemen ÜNAL
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Ana Bilim Dalı

Asst. Prof. Egemen ÜNAL, M.D
Ankara Yıldırım Beyazıt University
Faculty of Medicine Department of Public Health

EK 5 SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ

SMB Ölçeği Kullanım İzni Gelen Kutusu x



sinem s <sinem.soker@ege.edu.tr>

7 Aralık Pzt 22:22 (2 gün önce) ☆ ↩ ⋮

Alıcı: ben

Merhaba,
Ben Işık Üniversitesi - Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden Sinem Söker. Dr. Deniz Aktan danışmanlığında yürüttüğüm tez için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'ni kullanmak üzere izninizi rica etmekteyim.

Sağlıklı günler dilerim,
Sinem Söker



Aylin Tutgun Ünal

8 Aralık Sal 16:12 (19 saat önce) ☆ ↩ ⋮

Alıcı: ben

Merhabalar,
Sosyal medya bağımlılığı ölçeğini çalışmanızda kullanabilirsiniz. Ölçek formatları ile birlikte ilgili çalışmaları da yolluyorum.

İyi çalışmalar dilerim.

Aylin Tutgun Ünal

EK H ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ

Benlik Saygısı Ölçeği

Gelen Kutusu x



Alıcı:

12 Ara 2020 Cmt 21:30 ☆ ↩ ⋮

Merhaba,

Ben Işık Üniversitesi - Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden Sinem Söker. Dr. Deniz Aktan danışmanlığında yürüttüğüm tez için Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ni kullanmak üzere Füsun Hoca ile iletişime geçtim. Kendisi bu mail adresinden ölçeğin ve değerlendirme formunun aslını temin edebileceğimi söyledi. Ölçeğe ulaşmayı rica ederim.

İyi çalışmalar dilerim,
Sinem



Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatrisi Derneği

Alıcı: ben

12 Ara 2020 Cmt 22:10 ☆ ↩ ⋮

Rosenberg Ölçeği'nin kullanım hakları Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatrisi Derneği'ne verilmiştir. Ölçeği ve değerlendirme formunu Dernek'e 50 TL bağış karşılığında alabilirsiniz'. Hesap numarası ektedir.teşekkürler

sinem

, 12 Ara 2020 Cmt, 21:30 tarihinde şunu yazdı:

-

Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatrisi Derneği

Çocuk ve Genç Psikiyatrisi

>

ÖZGEÇMİŞ