



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı
Rehberlik ve Danışmanlık Programı

SOSYAL MEDYADA BEĞENİLMEME KORKUSUNUN KENDİNİ MÜKEMMELİYETÇİ
GÖSTERME EĞİLİMİ VE NARSİSİZM İLE İLİŞKİSİ

Almina Gül EN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2004

Liderlik, araştırma, inovasyon, kaliteli eğitim ve değişim ile

Daha ileriye ... En iyiye ...



Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı
Rehberlik ve Danışmanlık Programı

SOSYAL MEDYADA BEĞENİLMEME KORKUSUNUN KENDİNİ MÜKEMMELİYETÇİ
GÖSTERME EĞİLİMİ VE NARSİSİZM İLE İLİŞKİSİ

RELATIONSHIP OF FEAR OF NOT BEING LIKED ON SOCIAL MEDIA AND NARCISSISM
AND TENDENCY TO SHOW ONESELF AS PERFECTIONIST

Almina Gül EN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

Kabul ve Onay

Eğitim Bilimleri Enstitüsü M¼d¼rl¼đ¼ne,

Almina G¼l EN'in hazırladığı "Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusunun Kendini M¼kemmeliyetçi G¼sterme Eğilimi Ve Narsisizm İle İlişkisi" başlıklı bu çalışma j¼rimiz tarafından Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalında Y¼ksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

J¼ri Başkanı	Dr. Őđr. Üyesi. Leyla ERCAN	İmza
J¼ri Üyesi (Danışman)	Prof. Dr. İbrahim KEKLİK	İmza
J¼ri Üyesi	Doç. Dr. Nil¼fer KOT¼RK	İmza
J¼ri Üyesi	Dr. Őđr. Üyesi. Őzlem HASKAN AVCI	İmza
J¼ri Üyesi	Dr. Őđr. Üyesi. G¼ke AYDIN SANCAK	İmza

Bu tez Hacettepe ¼niversitesi Lisans¼st¼ Eğitim, Őđretim ve Sınav Y¼netmeliđi'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıdaki j¼ri ¼yeleri tarafından 27/ 06 / 2024 tarihinde uygun g¼r¼lm¼ř ve Enstit¼ Y¼netim Kurulunca / / tarihi itibarıyla kabul edilmiştir.

Prof. Dr. İsmail Hakkı MİRİCİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü M¼d¼r¼

Öz

Bu çalışmanın temel amacı sosyal medyada beğenilmeme korkusu, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Araştırma ilişkisel araştırma modeli ve kolay örnekleme kullanılarak yürütülmüştür. Çalışma, yaşları 18 ile 35 aralığında değişen 425 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği, Patolojik Narsisizm Envanteri ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Toplanan veriler Pearson Korelasyon Testi, Tek Yönlü ANOVA, Bağımsız Örneklemeler T-Testi ve Çoklu Regresyon analizi ile incelenmiştir. Analizlerin ardından sosyal medyada beğenilmeme korkusunun hem kırılğan hem de büyüklenmeci narsisizmle anlamlı ilişkilere sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte çoklu regresyon analizi, büyüklenmeci narsisizmin sosyal medyada beğenilmeme korkusunu anlamlı bir şekilde yordadığını göstermiştir. Buna karşılık kırılğan narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme değişkenlerinin beğenilmeme korkusunu ise anlamlı olarak yordamadığı saptanmıştır. Araştırma değişkenleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Sosyal medyada photoshop kullanma durumuna göre araştırma değişkenlerine ilişkin ortalamaların anlamlı olarak farklılaştığı saptanmıştır. Son olarak artan sosyal medya kullanım sürelerinin narsisizm eğilimleriyle anlamlı olarak ilişkili olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, büyüklenmeci narsisizm, sosyal medyada beğenilmeme korkusunun önemli bir yordayıcısı olabilir. Bununla birlikte, elde edilen bulgular ilgili alanyazını çerçevesinde tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: sosyal medya, beğenilmeme korkusu, narsisizm, kendini mükemmeliyetçi gösterme, genç yetişkinler

Abstract

The main aim of this study was to examine the relationships between fear of not being liked on social media, self-presentation perfectionism, and narcissism. The study was conducted using a correlational research design and utilizing convenience sampling. Participants of the study were 425 volunteering persons aged between 18 and 35. Data were collected using the Fear of Being Disliked on Social Media Scale, the Pathological Narcissism Inventory, and the Self-Presentation Perfectionism Scale. The data were analyzed using the Pearson Correlation Test, One-Way ANOVA, Independent Samples T-test, and Multiple Regression Analysis. The statistical tests revealed that the fear of not being liked on social media has significant relationships with both vulnerable and grandiose narcissism. Additionally, multiple regression analysis showed that grandiose narcissism significantly predicts the fear of not being liked on social media. However, vulnerable narcissism and self-presentation perfectionism do not significantly predict the fear of not being liked. No significant differences on the variables of the study were found according to gender. The means of the variables significantly differed according to the use of Photoshop on social media. Finally, increased social media usage time was significantly related to narcissistic tendencies. In conclusion, grandiose narcissism could be an important predictor of the fear of not being liked on social media. Furthermore, the findings were discussed within the framework of the relevant literature, and recommendations were made.

Keywords: social media, fear of not being liked, narcissism, self-presentation perfectionism, young adults

Teşekkür

Yüksek lisans tezimin hazırlanmasında katkıda bulunan ve bana destek olan herkese içten teşekkürlerimi sunarım.

Öncelikle, tez danışmanım Prof. Dr. İbrahim KEKLİK'e, bilgi ve deneyimlerini cömertçe paylaşarak bana yol gösterdiği için sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Kendisinin bilgi, deneyim ve rehberliği, bu çalışmanın her aşamasında bana ışık tutmuştur. Tez süresince gösterdiği sabır, anlayış ve teşvikler için minnettarım. Rehberliği ve desteği olmasaydı, bu çalışmayı tamamlamak mümkün olmazdı.

Ayrıca, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nde birlikte çalışmaktan büyük keyif aldığım değerli hocalarıma ve bölümdeki tüm akademik ve idari personele teşekkür ederim. Verdiğiniz eğitim ve sunduğunuz destek, akademik yolculuğumun her anında bana ışık tuttu.

Tez çalışmam boyunca desteklerini ve sabırlarını esirgemeyen aileme de minnettarım. Her zaman yanımda olan ve beni motive eden ailemin desteği olmasaydı, bu süreç çok daha zor olurdu.

Ayrıca, çalışmamın her aşamasında bana yardım eden arkadaşlarıma ve meslektaşlarıma teşekkür etmek istiyorum. Verdikleri geri bildirimler ve öneriler, bu tezin daha iyi hale gelmesine büyük katkı sağladı.

Son olarak, çalışmam süresince bana kapılarını açan ve araştırmam için gerekli verileri sağlamama yardımcı olan tüm katılımcılara ve kurumlara teşekkür ederim. Onların katkıları olmadan bu çalışmayı gerçekleştirmek mümkün olmazdı.

Bu tez, pek çok kişinin emeği ve desteği sayesinde tamamlanmıştır. Her birinize ayrı ayrı teşekkür ederim.

İçindekiler

Kabul ve Onay	ii
Öz	iii
Abstract	iv
Teşekkür	v
İçindekiler	vi
Tablolar Dizini	ix
Simgeler ve Kısaltmalar Dizini	x
Bölüm 1 Giriş	1
Problem Durumu	1
Araştırmanın Amacı ve Önemi	6
Araştırma Problemi	10
Sayıltılar	10
Sınırlılıklar	10
Tanımlar	11
Bölüm 2 Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar	13
Sosyal Medyanın Tanımı ve Psikolojik Sağlığımızdaki Yeri	13
Sosyal Karşılaştırma Kuramı ve Sosyal Medya Kullanımı	14
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ve Psikolojik Sağlıkla İlgili Araştırmalar	15
Narsisizm ve Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu	17
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme ve İlgili Araştırmalar	20
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme ve Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu Arasındaki Bağlantıya Yönelik İlgili Araştırmalar	21
Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu, Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeyleri ve İlgili Araştırmalar	22

Bölüm 3	25
Yöntem	25
Araştırma Yöntemi	25
Çalışma Grubu	25
Veri Toplama Süreci	27
Veri Toplama Araçları	27
Kişisel Bilgi Formu	27
Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği (SMBKÖ)	27
Patolojik Narsisizm Envanteri	28
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği	29
Verilerin Analizi	29
Bölüm 4	31
Bulgular	31
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusunun Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Tarafından Yordanması	33
Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu, Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeylerinin İncelenmesi	34
Photoshop Yapma Durumuna Göre Araştırma Değişkenlerine İlişkin Ortalama Farklılıklarının İncelenmesi	35
Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Narsisizm, Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeylerinin İncelenmesi	37
Bölüm 5	40
Tartışma ve Sonuç	40
Sonuç	46
Öneriler	46
Araştırmacılar ve Saha Çalışanlarına Yönelik Öneriler	46
Politika Yapıcılar ve Yöneticilere Yönelik Öneriler	47

Kaynaklar	49
EK-A: Kişisel Bilgi Formu	64
EK-B: Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği	65
EK-C: Patolojik Narsisizm Envanteri	66
EK-D: Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği	67
EK-E: Etik Komisyonu Onay Bildirim	68
EK-F: Etik Beyanı	69
EK-G Yüksek Lisans/Doktora Tez Çalışması Orijinallik Raporu	70
EK-H: Thesis/Dissertation Originality Report	71
EK-I: Yayımlama ve Fikrî Mülkiyet Hakları Beyanı	72

Tablolar Dizini

Tablo 1 <i>Demografik Bilgilere İlişkin Betimleyici İstatistikler</i>	26
Tablo 2 <i>Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel İstatistikler</i>	31
Tablo 3 <i>Araştırma Değişkenleri Arasındaki İkili İlişkilerin İncelenmesi</i>	32
Tablo 4 <i>Çoklu Regresyon Bulguları</i>	33
Tablo 5 <i>Cinsiyete Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi</i>	34
Tablo 6 <i>Photoshop Kullanma Durumuna Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi</i>	36
Tablo 7 <i>Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi</i>	38

Simgeler ve Kısaltmalar Dizini

DSM IV: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fourth Edition

SED: Sosyoekonomik Düzey

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

WHO: World Health Organization

Bölüm 1

Giriş

Bu bölümde sırasıyla problem durumu, araştırmanın amacı ve önemi, sayıtlılar, sınırlılıklar ve araştırmada bahsi geçen terimler açıklanmıştır.

Problem Durumu

Son yılların en önemli teknolojik gelişimi olarak görülen internet, yaygın bir şekilde kullanılan bir iletişim ağıdır. Türkiye’de 2008 yılında 6 milyon olan internet abone sayısının on dört yıl içerisinde yaklaşık on beş kat artarak 89,5 milyona ulaştığı görülmektedir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2022). Ek olarak, nüfusunun %84,5’i internet kullanan Türkiye, dünyada internet kullanımında 13. ülke konumundadır (IWS, 2022). Tüm bunlara ek olarak Türkiye’de sosyal medya platformlarının kullanımı da gün geçtikçe artmaktadır. Örneğin *We Are Social* şirketi (2023) raporuna göre, Türkiye’de sosyal medya kullanıcıları arasında en popüler platformun Instagram olduğu ve kullanıcıların %90,6’sının Instagram’ı tercih ettiği görülmektedir. Whatsapp (%88,8) ve Facebook (%72,6) diğer popüler platformlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, artan internet ve sosyal medya kullanımının olduğu Türkiye’de kullanıcılarının internete bağlandıklarındaki davranışlarını incelemek önem arz etmektedir.

İnternet kullanıcılarının internete çeşitli amaçlarla bağlandığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Ling ve diğerleri (2011) internetin, eğlence/zaman geçirme (%71), bilgi edinme (%59), kendini ifade etme (%51), akademik baskıdan kurtulmak için rahatlama (%47) ve başkalarıyla sosyalleşme (%28) amaçlarıyla kullanıldığını bulmuşlardır. Bir başka çalışmada da Donoso ve Roe (2006), internetin okul ortamlarında akademik başarıyı destekleme amacıyla kullanıldığını; okul dışında bu amaçların bilgilenme, sıkıntıyı giderme, cinsel içeriklere erişme ve eğlence gibi amaçlara dönüştüğünü bildirmektedir. Bireyler bu amaçların herhangi birisi ile internete bağlandığında uğradığı duraklardan birisi sosyal medya platformları olmaktadır.

"Sosyal medya" terimi, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe dayanan çeşitli Web 2.0 tabanlı teknolojileri ifade etmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medya platformlarına; bireylerin video içerikleri paylaştığı ya da paylaşılan videoları izlediği Youtube, video ve fotoğraf paylaşma uygulaması Instagram, "tweet" isimdeki mesajları yayımlayarak etkileşim kurulan Twitter ve kısa videoların paylaşıldığı TikTok platformları örnek olarak verilebilir. Bireyler bu sosyal medya platformlarında hem içerik üreticisi hem de paylaşılan bu içeriklerin tüketicileridir (Teo ve Lee, 2016). Birbirini besleyen bu döngü sosyal medya platformlarındaki dijital içeriğin geniş ve sürekli büyüyen yapısına destek olmaktadır.

Kullanıcılar her sosyal medya platformunda farklı amaçlarla bulunsa da içerik paylaşımı çeşitli platformlardaki en temel ve önemli aktivitedir. Sosyal medyada paylaşım, kullanıcı tarafından oluşturulan ve geniş bir kitleye yayılabilen her türlü içeriği ifade etmektedir (Lambert vd., 2012). Kullanıcılar tek tuşla diledikleri içeriği platformlar arasında yayabilmektedirler. Paylaşım çeşitleri genellikle durum güncelleme/tweet paylaşma, fotoğraf/video paylaşma ve başka bir kaynaktan içerik paylaşma olarak gruplanmaktadır (Burke vd., 2011). Bu çalışmada da paylaşımlar bu şekilde sınıflandırılmıştır. Günlük hayattan farklı olarak sosyal medya, birbirini tanıyan bir grup bireyle sınırlı değildir. Bu da sosyal medyada paylaşım yapan bir kullanıcının paylaştığı içeriğin ulaşabileceği hedef kitleyi paylaşım öncesinde net olarak bilememesine sebep olmaktadır (Wittel, 2011).

Günümüzde insanlar yaşamlarının birçok yönünü fotoğraf, video veya yazılarla sosyal medya platformlarında paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar aracılığı ile diğer kullanıcıların ilgisini çekecek içerikler üretmek, popüler olmak, sevilmek ve takip edilmek önem kazanmıştır. Sosyal medya platformlarının bu kadar günlük hayatımızın içinde yer alması küçük yaştan itibaren her kesimde sosyal medya kullanımını gerekli kılmakla beraber yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir (Köklü, 2019).

Sürekli olarak güzel görünümlü insanları ve kusursuz deneyimleri içeren paylaşımları gören bireyler kendilerini mükemmeliyetçi şekilde gösterme arayışına

girebilirler. Mükemmeliyetçilik, kendine yönelik gerçekçi olmayan yüksek beklentiler ile başkalarına kendini kusursuz gösterme ve var olan kusurları göstermekten kaçınma olarak tanımlanabilir (Balcı vd., 2015). Kişinin kendisiyle ilgili gerçekçi olmayan bu mükemmeliyetçi beklentileri, kişi için psikolojik ve sosyal açıdan birçok probleme yol açarak olumsuz değerlendirilmeye karşı yüksek duyarlılık, sosyal kaygı, sürekli olarak davranışlarını kontrol etme, düşük özgüven, kişiler arası ilişkilere zarar verebilecek tutumlar gibi birçok olumsuz duruma neden olabilir (Balcı vd., 2015). Aynı zamanda kullanıcılar sosyal platformlarda paylaştıkları içeriklerin beğenilmeyeceğine yönelik bir endişe yaşayabilir. Sosyal medyada yaşanan bu korku kişilerin hayatını sınırlayabilir ve yaşamlarından doyum almalarını engelleyebilir.

Bireylerin sosyal medyada paylaşmış oldukları resim, video vb. içeriklerin başkaları tarafından beğenilme beklentisinin yol açtığı kaygı sosyal medyada beğenilmeme korkusu olarak tanımlanmaktadır (Söner, 2019). Sosyal medyada beğenilme korkusu, sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle gençler ve genç yetişkinler arasında görülen bir fenomen haline gelmiştir. Sosyal medyada beğenilme korkusu aynı zamanda bireylerin özsaygısını, sosyal anksiyete düzeylerini etkileyebilir ve hatta depresyon riskini artırabilir (Steers vd., 2014; Vogel vd., 2014). Sosyal medya platformları, kullanıcıların diğer insanlarla etkileşime girmesini ve sosyal destek ağları oluşturmasını sağlasa da, beğenilme ve takipçi sayısına aşırı önem verme, gerçek dünya ilişkilerinin kalitesini azaltabilir ve sosyal izolasyona yol açabilir (Sherlock ve Wagstaff, 2018). Bu nedenle, sosyal medya kullanımının psikolojik sağlık üzerindeki etkilerini anlamak, modern toplumda giderek artan bir öneme sahiptir.

Problemlili sosyal medya kullanımının belirleyicilerinden biri de kullanıcıların sosyal medyayı psikolojik ihtiyaçlarının karşıladığı en önemli kaynak olarak algılamasından dolayı olabilir (Booker vd., 2018; Casale ve Banchi, 2020). Daha açık bir deyişle, sosyal medyada bireylerin benliklerini mükemmel bir şekilde sunma eğilimlerinin narsistik belirtilerle ilişkili olduğunu bildiren tutarlı araştırma bulguları bulunmaktadır (McCain ve

Campbell, 2018). Sosyal medya kullanıcılarının narsistik eğilimleri arttıkça sosyal medyada kendilerini mükemmel olarak sunma eğilimleri de artmaktadır (Balta vd., 2019).

Bu çalışmada bireylerin sosyal medyada beğenilmeme korku düzeyi arttıkça sosyal medyada kendini mükemmel olarak sunma eğilimin artacağı öngörülmektedir. Diğer bir ifade ile kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimi yüksek olan bireylerin sosyal medyada beğenilmeme korkusunu yaşama düzeylerinin de yüksek olacağı beklenmektedir. Bireylerin kendilerini güzel gösterme, yaşantılarının en iyi parçalarını paylaşma eğilimine yönelmesi giderek yalnızca mükemmel halini sunma çabasına dönüşmektedir. Mükemmeliyetçilik, bireylerin kendine gerçek dışı standartlar belirlemesi ve bu doğrultuda kendini sürekli kontrol etmesi olarak tanımlanmıştır (Burns, 1980). Bireylerin benliklerini kusursuz sunma, mevcut kusurlarını gizleme ve göstermekten kaçınma davranışları psikolojik sağlığı olumsuz etkileyebilir (Balcı vd., 2015).

Hewitt ve Flett (1991) mükemmeliyetçiliği suçluluk, kararsızlık, erteleme, utanç ve düşük özgüven ve daha ciddi psikolojik problemler; alkolizm, anoreksiya, depresyon ve kişilik bozuklukları gibi çeşitli olumsuz sonuçlarla ilişkilendirerek bu uyum zorluklarının mükemmeliyetçiliğin zorluklarından kaynaklandığını belirtmişlerdir. Araştırmacılar mükemmeliyetçiliğin çok boyutlu olduğunu ileri sürerek üç alt boyutta incelemişlerdir. Bu boyutlar; kendine yönelik mükemmeliyetçilik, diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik ve diğerleri tarafından belirlenen mükemmeliyetçilik. Hewitt vd., (2003) mükemmeliyetçiliğin toplum içinde kişilerarası ifadesi olarak; 'mükemmeliyetçi öz tanıtım', 'hatayı gizleme' ve 'hatayı söylememe' olarak üç alt boyutta incelenen mükemmeliyetçi benlik sunumu kavramı geliştirmişlerdir. Mükemmeliyetçi benlik sunumu; kişinin diğerlerine karşı sözde mükemmelliğini gösterme ve bu doğrultuda hata, kusur ve eksikliklerini diğerlerinden saklamayı içerir. Diğer bir deyişle mükemmel olmaktan ziyade mükemmel görünme ve bu görünümü engelleyecek özellikleri gizleme çabası olarak tanımlanabilir (Saki, 2019). Mükemmeliyetçi benlik sunumunda kendini mükemmelden uzak gören bireyler kusursuz

görünme çabası olarak bu amaca hizmet eden maskelerin arkasına saklanma ihtiyacı duyar (Flett vd., 2012).

Mükemmeliyetçilik geçmiş çalışmalarda tutarlı olarak narsisizm ile ilişkili bulunan bir kavramdır. Narsisizm, üstünlük duygusunun yoğun yaşandığı ve beğenilme arzusunun eşlik ettiği bir kişilik özelliğidir (Brummelman vd., 2016). Sosyal medya platformları ideal benliği sergilemek amacı ile narsistik kişilik özelliğine sahip bireyler tarafından yoğun derecede kullanılmaktadır (Marshall vd., 2015). Ekşi (2012) ise narsistik kişilik özelliğinin yoğun sosyal medya kullanımının yordayıcısı olduğunu ifade etmiştir. Narsisizm iki boyuttan biri olan kırılğan narsisizm utangaçlık, çekingenlik, hassasiyet ve yüksek kaygı düzeyini temsil ederken; ikinci boyutu olan büyüklenmeci narsisizm ise vurdumduymazlık, yüksek talepkârlık, ilgi çekme ve düşük kaygı düzeyini temsil eder (Akhtar ve Thompson 1982). Sosyal medyada kendini mükemmeliyetçi göstermeye yönelik örnek davranışlar ilgi çekmek amacıyla sık paylaşılan özçekimler, çeşitli paylaşımlar ile beğenilme, takdir edilmeden haz duyma, yüksek takipçi sayısı ile sosyal çevreden alınan onaylanma ile ilgi görme ihtiyacını olarak ifade edilmektedir (Demir, 2021).

Yeni yüzyılda doğmuş olan kuşağın sosyal medya ve internet erişimi ile ilişkilerinin sonucu olarak birçok yeni yönelimler edindikleri görülmektedir. Alan yazında belirtilen bu yönelimlerden bir tanesi çabasız mükemmeliyetçiliktir. Bu kavram, görünür bir çaba olmadan mükemmel olmak için hissedilen yoğun baskı olarak tanımlanabilir (Scott, 2009). Geçmiş çalışmalarda elde edilen bulgulardan hareketle günümüzde insanlar beğenilme ve saygı görme ihtiyacını mükemmel görünüm aracılığı ile sağlamaya çalışmaktadır (Kaşıkara ve Doğan, 2017). Modern zamanda bu ihtiyaçlar yaygın iletişim aracı olan sosyal medya platformlarının kullanımı ile karşılamakta, özellikle takip edilme ve beğenilme arzusu ile kullanıcılar kusursuz paylaşımlar yapmaya odaklanmaktadır. Literatürde Sosyal medyada sergilenen benlik sunumları, sosyal medyada kendini mükemmeliyetçi gösterme ve sosyal medyada mükemmeliyetçi benlik sunumu üzerine

çeşitli araştırmalara rastlanmaktadır. Benzer şekilde, sosyal medya üzerine yapılan çalışmalarda sosyal medya kullanımının narsistik kişilik bozukluğu ile ilişkisini inceleyen araştırmalar bulunmaktadır (Reed, 2015). Bununla birlikte, alan yazın incelendiğinde mükemmeliyetçilik ve narsisizm arasındaki ilişkiyi ele alan farklı çalışmalar görülmüştür. Yapılan literatür taramalarında sosyal medyada beğenilmeme korkusunu mükemmeliyetçi benlik sunumu ve narsisizm kavramı ile ele alarak inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırmanın bu yönüyle alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada sosyal medyada beğenilmeme korkusunun kendini mükemmel olarak sunma ve narsisizm (kırılgan narsisizm ve büyüklenmeci narsisizm) ile ilişkisi incelenmiştir. Araştırma üniversite öğrencisi olan bireylerin sosyal medya ağlarından hangilerini kullandıklarına ve bu ağlardan hangilerinde ne sıklıkla ve ne amaçla vakit geçirdiklerine dair bilgi edinmiştir. Bununla birlikte, araştırmada sosyal medyada beğenilmeme korkusu, kendilerini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal medyanın günlük hayatımızda oynadığı rol giderek artarken, bu platformların psikolojik etkilerinin ele alınması da giderek önem kazanmaktadır. Son on yılda ve özellikle pandemiyle birlikte dijital dünya bireylerin yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Prensky (2001) dijitalin kullanımına ilişkin kuşaklar arasında farklılığa dikkat çekmiştir. Daha açık bir ifadeyle, Prensky (2001) "Z Kuşağı" "dijital yerliler" olarak tanımlar iken Z kuşağından önce doğan bireyleri ise dijital göçmenler olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda beliren yetişkinler dijitalin içerisine doğdukları ifade edilirken ileri yetişkinlerin ise dijital göçmenler olarak tanımlanabileceği ifade edilebilir. Günümüzde sosyalleşme, eğlence ve eğitim gibi birçok alan dijitalle ilişkilidir. Bu bağlamda, sosyal medyada beğenilme korkusunun kırılgan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm ve çabası mükemmeliyetçilik gibi psikolojik yapılar tarafından nasıl yordandığını inceleyen bir

çalışma, halihazırdaki toplumumuzun sosyal etkileşimlerinin anlaşılması ruh sağlığında önemli önleyici çalışmalara ışık tutacaktır.

Bu yüzyılın ilk çeyreğinde gençler tarafından sosyal medya ağlarında yapılan paylaşımların birçoğu kişilerin hayatlarındaki güzel ve mükemmel anları yansıtmakta ve hayatlarında her şeyin mükemmel olduğu algısı yaratmaktadır. Sürekli olarak güzel görünümlü insanları ve kusursuz deneyimleri içeren paylaşımları gören bireyler kendilerini mükemmeliyetçi şekilde gösterme arayışına girebilirler (Andreassen vd., 2017; Balcı vd. 2015). Özellikle genç yetişkinlerde sanal platformlarda beğenilmeme düşüncesinin korku, kaygı ve strese yol açabileceği bu bağlamda mükemmel benlik sunma çabası taşıyan bireylerin bu kaygıyı daha yüksek düzeyde yaşadıkları öngörülmektedir. Aynı zamanda narsisizm kişilik özelliğine sahip bireylerin sosyal medyadaki sunumlarının kusursuz olmasına yüksek düzeyde önem verdiğini bildiren çalışmalar mevcuttur (Flett ve Hewitt, 2002). Bu bağlamda narsisizm kişilik özelliğine sahip bireylerin sosyal medya platformlarında beğenilmemelerinin daha yüksek düzeyde korku ve kaygı yaratacağı öngörülmektedir.

Çabasız mükemmeliyetçilik ise, bireylerin mükemmelliğe ulaşmayı, ancak bunun için herhangi bir çaba göstermemeyi idealize etmeleri durumudur. Sosyal medyada, bu kişilik özelliğine sahip bireyler, mükemmel bir yaşam sunmaya çalışırken, bu imajı sürdürmenin getirdiği stres ve anksiyete ile mücadele edebilir. Çabasız mükemmeliyetçilik, sosyal medya üzerinden gelen olumsuz geri bildirimlere aşırı duyarlılıkla sonuçlanabilir, bu da beğenilme korkusunu daha da pekiştiriyor olabilir.

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal medyada beğenilmeme korkusunun kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm ile ilişkisini incelemektir. Bu çalışmada sosyal medyada beğenilmeme korkusunun kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm kişilik özellikleri ile anlamlı olarak ilişkili olduğu öngörülmektedir. Narsisizm alanyazınında çoğunlukla kırılğan narsisizm ve büyüklenmeci narsisizm olarak iki alt boyut olarak ele alınmaktadır (Twenge ve Campbell, 2018). Bu çalışma kapsamında sosyal medyada

beğenilmeme korkusunun kırılğan narsisizm mi yoksa büyüklenmeci narsisizm ile mi daha yüksek düzeyde ilişkili olduğu bilinmemektedir.

Büyüklenmeci narsisizm genellikle yüksek özgüven, üstünlük duygusu ve dışsal onay arayışı ile karakterizedir. Bu bireyler, sosyal medya kullanımı sırasında genellikle daha fazla beğeni ve takipçi kazanma eğilimindedir, çünkü bu, onların üstünlük duygularını ve sosyal statülerini doğrulayan bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Ancak, bu sürekli dışsal onay arayışı, beğenilme korkusunu da beraberinde getirebilir. Öte yandan, kırılğan narsisizm, düşük özsaygı, savunmacılık ve içsel boşluk hissi ile ilişkilendirilebilir. Bu bireyler, sosyal medyada beğenilme korkusunu, kendi kırılğan özsaygılarını koruma çabası olarak deneyimleyebilirler (Cesale vd., 2016). Sosyal medyada yeterince beğeni ve onay alamama durumu, bu bireylerde anksiyete ve depresyon gibi negatif psikolojik sonuçlara yol açabileceği ileri sürülebilir.

Yukarıda aktarılan araştırma sorularından hareketle, bu çalışmanın psikolojik danışmanlık ve rehberlik alanına önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. İlk olarak, büyüklenmeci narsisizm ile sosyal medyada beğenilme korkusu arasındaki ilişkinin anlaşılması psikolojik danışmanların bu bireylerle çalışırken daha etkili müdahaleler geliştirmesine yardımcı olabilir. Sosyal medya kullanımının psikolojik sağlık üzerindeki etkileri giderek daha fazla önem kazanmakta olup, bu bağlamda psikolojik danışmanlar, danışanların sosyal medya ile ilgili endişelerini ele alırken, narsisistik eğilimleri ve bu eğilimlerin beğenilme korkusuyla nasıl ilişkili olduğunu dikkate alabilirler (Casale ve Fioravanti, 2018). İkinci olarak ise büyüklenmeci narsisizme sahip bireyler, genellikle dışsal onaya bağımlı oldukları için, bu bağımlılık onları daha kırılğan ve savunmasız hale getirebilir. Bununla birlikte, sosyal medya üzerinden aldıkları geri bildirimlerle ilgili endişelerinin artmasına yol açabilir. Bu gibi çalışmalar sayesinde psikolojik danışma uygulamalarında bu bireylerin özgüvenlerinin daha sağlıklı bir yoldan nasıl artırılacağı tartışılıp- incelenebilir (Andreassen vd., 2017).

Diğer yandan bu araştırmanın yürütülmesinin birtakım önemli noktaları vardır. Sosyal medya kullanıcıları arasında beğenilmeme korkusu ve sosyal medyada kendini mükemmeliyetçi öz-sunum eğilimleri yaygınlaşarak uzun vadede anksiyete, depresyon ve düşük özsaygı gibi ciddi psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Cesale vd., 2016). Bu noktadan hareketle, narsisizm ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilerin anlaşılmasıyla psikolojik danışmaya başvuran bireylerin ihtiyaçlarına uygun müdahale planlarının geliştirilmesine zemin hazırlanacağı düşünülmektedir.

Bunlara ek olarak bu çalışma, sosyal medyanın psikolojik etkilerini anlamaya yönelik gelecekteki araştırmalara önemli bulgular sunabilir. Örneğin, Türkiye’de sosyal medyada beğenilme korkusu, narsisizm ve mükemmeliyetçilik arasındaki ilişkileri inceleyen geçmiş çalışmaların sınırlı olduğu dikkate alındığında, bu araştırma bu alandaki bilgi boşluğunu doldurabilir ve bu konuda yeni araştırmalar teşvik edilebilir. Çeşitli kuramsal yaklaşımlar temel alınarak hazırlanacak müdahaleler için sosyal medyada kendini mükemmel olarak sunmaya yönelik akılcı olmayan inançlar hakkında aydınlatıcı bilgilerin elde edilmesi düşünülmektedir. Böylelikle problemlili sosyal medya kullanımına sahip üniversite öğrencileri veya yetişkinlerle çalışan psikolojik danışmanlar daha etkili kişiselleştirilmiş müdahale planları geliştirebilirler. Örneğin, psikolojik danışmanlar büyülenmeci narsisizmi olan bireylerle çalışırken bilişsel-davranışçı terapi (BDT) tekniklerini kullanarak, sosyal medyada beğenilme ihtiyacının altında yatan olumsuz düşünce kalıplarını ve inançları değiştirmelerine yardımcı olabilirler. Bununla birlikte bireyin kendisini mükemmeliyetçi gösterme eğiliminin belirleyicilerinin açığa çıkarılarak beliren yetişkinlik ve orta yetişkinlik dönemlerinde kırılma ve büyülenmeci narsisizm belirtilerinin anlaşılmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Araştırma Problemi

Bu araştırmanın temel amacı sosyal medyada beğenilmeme korkusunun, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm tarafından anlamlı olarak yordandığı

yordanmadığının incelenmesidir. Çalışmanın temel amacından hareketle aşağıdaki alt amaçlar incelenmiştir.

1. Sosyal medyada beğenilmeme korkusu kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm tarafından anlamlı olarak yordanmakta mıdır?
2. Cinsiyete göre sosyal medyada beğenilmeme korkusu, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm değişkenleri anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?
3. Photoshop yapma durumuna göre sosyal medyada beğenilmeme korkusu, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm değişkenleri anlamlı olarak farklılaşmakta mıdır?

Sayıtlılar

Bu araştırmanın sayıtlıları aşağıda verilmiştir:

1. Araştırma katılımcılarının kendilerine verilen ölçekleri mevcut durumlarını yansıtacak bir biçimde cevapladıkları varsayılmıştır.
2. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerli ve güvenilir ölçümler yaptıkları varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

Bu araştırmada öngörülen belli sınırlılıklar aşağıda listelenmiştir:

1. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular, Patolojik Narsisizm Envanteri, Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği, Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği ölçeklerinin ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.
2. Çalışmanın örnekleme biçimi kolay örneklemedir. Kolay örneklemede araştırmacını ulaşabildiği katılımcı grubu araştırmaya dahil edildiğinden elde edilen bulgular genel popülasyonu temsil etmeyebilir.
3. Araştırmanın örnekleminin çoğunluğu kadındır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular bu kapsamda değerlendirilmelidir.

Tanımlar

Bu bölümde çalışmada yer alan değişkenlerin tanımlarına ve araştırmada nasıl ele alındıklarına yer verilmiştir

Sosyal Medya. Sosyal medya, kullanıcılara internet altyapısı ile çevrim içi ortamlarda diğer kullanıcılarla iletişime geçme, fotoğraf video gibi içerik paylaşımında bulunma imkânı sağlayan, aynı zamanda düşüncelerini ifade edebildikleri ve yorum yapabildikleri çeşitli platformların bulunduğu sanal ortam olarak tanımlanabilir (Köksal ve Özdemir, 2013). 18-65 yaş aralığında bulunan ve en az bir sosyal medya platformu kullanan bireyler araştırmaya dahil edilmiştir.

Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu. Bireylerin sosyal medyada paylaşmış oldukları resim, video vb. içeriklerin başkaları tarafından beğenilme beklentisinin yol açtığı kaygı sosyal medyada beğenilmeme korkusu olarak tanımlanmaktadır (Söner, 2019). Sosyal medyada beğenilmeme korkusu yapısı Söner (2019) tarafından geliştirilen Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği kullanılarak ölçülmüştür.

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme. Kendini mükemmeliyetçi gösterme kavramı Hewitt ve diğerleri (2003) tarafından diğerlerine kusursuz görünme çabası olarak tanımlanmıştır. Mükemmeliyetçiliğin kişilerarası ilişkileri kapsayan bir boyutu olarak değerlendirilen kendini mükemmeliyetçi gösterme kavramı mükemmeliyetçi kişilik özelliğinden farklı olarak mükemmel olmaya değil diğerlerine mükemmel görünmeye odaklanır. Diğer bir deyişle, mükemmeliyetçiliğin yalnızca dış çevreye olan görüntüsü kısmını içermektedir (Nepon vd., 2016). Çalışmada kendini mükemmeliyetçi gösterme yapısı Balcı ve diğerleri (2009) tarafından uyarlaması yapılan Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği yoluyla ölçülmüştür.

Narsisizm. Narsisizm, benliğin aşırı şişirilmesinden kaynaklı benliğe yönelik gerçekçi olmayan olumlu düşünceleri, kendine odaklanmayı, her durumda haklı olmayı, ilişkilere önem vermemeyi ve empati eksikliğini içeren bir yapı olarak tanımlanmaktadır

(Campbell ve Foster, 2007). Çalışma kapsamında narsisizm yapısı, Patolojik Narsisizm Envanteri (Şen ve Barışkın, 2019) kullanılarak ölçülmüştür.

Bölüm 2

Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar

Bu bölümde araştırma değişkenlerine ilişkin alanyazında bulunan geçmiş çalışmalar ve ilgili kuramlara yönelik bir literatür taraması sunulmuştur. Bununla birlikte, araştırmanın teorik çerçevesi sunulan alanyazını çerçevesinde detaylandırılmıştır.

Sosyal Medyanın Tanımı ve Psikolojik Sağlığımızdaki Yeri

Günümüzde Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya araçları yaygın bir şekilde kullanılmakta olup gazete, radyo televizyon gibi iletişim araçlarının yerini almıştır. İnsanlar teknolojinin gelişimi ile beraber hızlı ve kolay iletişim yolu olarak çoğunlukla sosyal medyayı tercih etmektedir (Demir, 2016). Zaman ve mekân sınırlaması olmadan ulaşılabilen sosyal medya platformları, insanların arkadaş ilişkisi kurduğu, tanıtımların yapıldığı, çeşitli alanlarda paylaşımların yapıldığı bir mecradır (Gökler vd., 2016). Sosyal medya kullanım oranının gün geçtikçe artmasına bağlı olarak gelecek dönemlerde internet kullanımının büyük çoğunluğunun sosyal medya platformları olacağı öngörülmektedir (Tektaş, 2014).

Sosyal medyanın iletişim aracı olarak kullanımı her geçen gün artmakta ve sosyal olma tanımına da farklı bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal medya bireylere diğer kullanıcılarla arkadaşlık kurabilme, çevrimiçi mesajlar göndererek, fotoğraf ve video paylaşımında bulunarak diğer insanlarla etkileşim kurabilme imkânı tanıyan platformlar sunmaktadır (Pempek vd., 2009). Sosyal ağ siteleri kullanıcıların birbirlerine kolay ve hızlı erişim sağlamasına olanak tanımaktadır. Özellikle genç kullanıcıların interneti daha aktif kullandığı, zamanlarının büyük ve önemli bir kısmını da sosyal medya platformlarını kullanarak geçirdiği bilinmektedir (Gökler vd., 2016) İnternet ve sosyal medya platformları aracılığıyla kullanıcılar farklı amaçlara yönelik etkinliklerde bulunabilirler. Bazı araştırmacılar, sosyal medya kullanımını aktif kullanım ve pasif kullanım etkinlikleri olarak iki gruba ayırmışlardır (Burke vd., 2010; Krasnova vd., 2013; Tandoc vd., 2015). Aktif kullanım ile kast edilen, çevrimiçi veya çevrimdışı kişilerin birbirlerine karşılıklı mesaj

iletmeleri ve resimler, videolar yoluyla çeşitli bilgileri paylaşmalarındır. Pasif kullanım ise, kişinin bir mesaj ya da içerik üretmeyip, sadece başkalarının mesajlarını, yorumlarını, paylaştıkları resimleri, videoları vb. incelemesidir.

Sosyal Karşılaştırma Kuramı ve Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal karşılaştırma kuramı, ilk olarak Leon Festinger tarafından 1954 yılında ortaya atılmıştır. Kurama göre, bireyler kendilerini değerlendirmek için başkalarıyla karşılaştırma yapma ihtiyacı duymaktadırlar. Yapılan bu karşılaştırmalar, bireylerin kendileri hakkında bilgi edinmelerine ve öz-değerlendirme yapmalarına yardımcı olmaktadır. Festinger, bireylerin benlik kavramlarını ve performanslarını değerlendirmek için özellikle benzer statüdeki diğer bireylerle karşılaştırma yaptıklarını öne sürmüştür (Festinger, 1954).

Sosyal medya, bireylerin sürekli olarak başkalarının yaşamlarını gözlemleyebildikleri ve kendi yaşamlarını başkalarıyla karşılaştırabildikleri bir platform sunmaktadır. Bu platformlarda bireyler, sık sık idealize edilmiş yaşam tarzları ve başarı hikayeleri ile karşılaşmaktadırlar. Böylelikle, bireylerin kendi yaşamlarını ve başarılarını başkalarınıninkilerle karşılaştırmalarına ve kendilerini yetersiz hissetmelerine yol açabilir (Chou & Edge, 2012). Sosyal karşılaştırma teorisi bağlamında, sosyal medyada beğenilme korkusu, bireylerin başkaları tarafından nasıl algılandıkları ve değerlendirildikleri konusundaki endişelerini artırabilir. Bireyler, sosyal medya platformlarında paylaşımlarının beğenilmemesi durumunda, sosyal karşılaştırma süreci sonucunda benlik saygılarının düşebileceğini hissedebilirler. Bu nedenle, bireylerin sosyal medyada daha fazla beğeni ve onay arayışına girmelerine ve kendilerini idealize edilmiş bir biçimde sunma çabalarına yol açabilir (Vogel vd., 2014).

Narsisizm, bireylerin kendilerini sürekli olarak üstün ve önemli görme eğilimleriyle açıklanmaktadır. Sosyal medya, narsistik bireyler için kendilerini sergileme ve başkalarından onay alma platformu sağlamaktadır. Sosyal karşılaştırma süreci, narsistik bireylerin başkalarının kendilerini nasıl gördüğüne daha fazla önem vermelerine ve bu

algıyı sürekli olarak kontrol etmeye çalışmalarına neden olabilir. Narsistik bireyler, sosyal medyada daha fazla beğeni ve onay arayışı içinde olduklarından, beğenilme korkusunu daha yoğun yaşayabilirler (Buffardi ve Campbell, 2008). Kendini mükemmeliyetçi gösterme, bireylerin sosyal medya platformlarında kendilerini idealize edilmiş ve kusursuz bir biçimde sunma çabası olarak açıklanmaktadır. Sosyal karşılaştırma kuramı bağlamında bu tür eğilimlerin temelinde yatan motivasyonları anlamak için kullanılabilir. Bireyler, sosyal medyada başkalarının mükemmel yaşamlarını ve başarılarını gördükçe, kendi yaşamlarını da bu standartlara uydurmaya çalışırlar. Bu durum, bireylerin sosyal medyada kendilerini sürekli olarak mükemmeliyetçi bir şekilde sunmalarına ve beğenilme korkusu yaşamalarına neden olabilir (Hewitt et al., 2003).

Sonuç olarak bireylerin sosyal medyada kullandıklarına Sosyal Karşılaştırma Kuramı temel alınarak bir açıklama getirilebilir. Bu çalışma kapsamında da bireylerinde sosyal medya kullandıklarına dair kendilerini mükemmeliyetçi sunma, beğenilmeme korkuları yaşamaları ve narsistik eğilimlerine dair alanyazını ilerleyen bölümlerde Sosyal Karşılaştırma Kuramı temel alınarak sunulmuştur.

Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ve Psikolojik Sağlıkla İlgili Araştırmalar

Sosyal medya, modern iletişim araçları arasında önemli bir konuma sahiptir. Sosyal medya platformları (X, Instagram, Snapchat vb.) kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunma şekillerini geleneksel anlamda değiştirmiştir. Bu bölümde sosyal medyada beğenilme korkusu kavramının tanımına ve sosyal medyada beğenilme korkusunun psikolojik etkileri ele alınmaktadır.

Sosyal medyada beğenilme korkusu, başkalarından onay ve onaylama almak için kendini çevrimiçi ortamda olumlu bir ışık altında sunma konusunda sürekli baskı hissetme anlamına gelmektedir (Söner, 2019). Örneğin genç bir kadın, mükemmel görünmediği takdirde yeterince beğeni veya yorum alamayacağından korkarak fotoğraflarını sosyal medyada yayınlamadan önce sürekli olarak düzenleyip filtreleyebilir. Bu davranış, sağlıksız bir imaj takıntısına ve çevrimiçi onaylanmaya bağlı çarpık bir öz-değer

duygusuna yol açabilir. Bu konuda yapılan çalışmaların birinde Vogel ve diğerleri (2014) sosyal karşılaştırma teorisini temel alarak, sosyal medyanın bireylerin kendilerini sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırmalarına olanak tanıdığını ve bu durumun özsaygı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Chou ve Edge (2012) sosyal medyanın bireylerin gerçek hayattaki başarılarına oranla daha fazla başarı sergiledikleri bir sahne olduğunu ve bu durumun kullanıcılar arasında gerçeklik algısını bozabileceğini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, sosyal medya platformları doğası gereği kullanıcıların beğeni ve yorumlar yoluyla hemen geri bildirim almalarını sağlayabilmektedir. Bu geri bildirim mekanizması, kullanıcıların paylaşımlarının sosyal onayını bir ödül olarak görmelerine yol açabilmektedir (Lin ve Utz, 2015). Buna karşılık, beğeni, yorum gibi etkileşim ödüllerine ulaşamama veya beklenen ilgiyi görmeme korkusu, sosyal medya kullanıcıları arasında kaygı ve stres yaratmaktadır (Fardouly vd., 2015). Bu nedenle sosyal medyanın psikolojik sağlık üzerindeki etkileri anlaşılmasına ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir.

Bu konuda literatür incelendiğinde Steers ve diğerleri (2014) sosyal medyanın kullanımının obsesif bir davranış haline gelebileceğini ve bu durumun sosyal medya bağımlılığı olarak tanımlanabileceğini öne sürmüştür. Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin gerçek hayattaki ilişkilerini ve sosyal etkileşimlerini olumsuz etkilediğini belirten birçok çalışmaya rastlanmaktadır (Duradoni ve diğerleri, 2020; Zhao, 2021). Benzer şekilde, geçmiş araştırmalar, sosyal medya kullanımının depresyon ve anksiyete gibi olumsuz psikolojik çıktılarla güçlü bir şekilde ilişkili bulunmuştur. Örneğin, Fardouly ve diğerleri (2015), Facebook kullanımının genç kadınların beden imajı endişeleri ve zihin sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini incelemiş ve sosyal medyanın, özellikle genç yetişkinler arasında, yetersizlik duyguları ve özsaygı sorunlarına yol açabileceğini belirtmişlerdir. Başka bir örnek olarak, Tiggemann ve Slater (2013) sosyal medya kullanımının bireylerin fiziksel görünüş memnuniyeti üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda Instagram gibi görsel ağırlıklı platformlardaki görsel karşılaştırmaların,

kullanıcıların kendi bedenleriyle olan memnuniyetlerini olumsuz yönde etkilediğini bulmuşlardır.

Beğenilme korkusunun psikolojik sağlık üzerindeki etkilerini hafifletmek için, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını sınırlamaları ve bilinçli kullanım stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir. Örneğin, Sheldon ve diğerleri (2017) tarafından yapılan bir araştırmada, sosyal medya kullanımının bilinçli olarak sınırlandırılmasının bireylerin genel psikolojik refahını artırabileceği belirtilmiştir. Ayrıca, özgüveni ve kendini kabullenmeyi teşvik eden faaliyetlerde bulunmak da sosyal medya aracılığıyla onay arayışının olumsuz etkilerini gidermeye yardımcı olabilir. Destek ve teşvik sağlayan arkadaşlar ve aile üyeleriyle güçlü ilişkiler kurmak da bireylerin kendilerini daha güvende hissetmelerine ve dış onaylara daha az bağımlı olmalarına yardımcı olabilir.

Aktarılanlar ışığında, sosyal medyada beğenilme korkusunun belirleyicilerinin açığa çıkarılması bilinçli internet kullanımı söz konusu olduğunda hangi faktörlerin önemli olabileceğine dair aydınlatıcı bilgiler sunabilir. Bu nedenle bu çalışmada mükemmeliyetçiliğin ve narsisizm sosyal medyada beğenilme korkusu üzerindeki rolü incelenmiştir. Bir sonraki bölümde narsisizm ile ilgili literatür sunulmuştur.

Narsisizm ve Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu

Narsisizm kökeni Yunan mitolojisine dayanan narsisizm kavramı Narkissos mitine dayanmaktadır. Peri kızı Eko'nun aşkına cevap vermeyen genç ve yakışıklı Narkissos aşk tanrısı Afrodit tarafından cezalandırılır. Karşılıksız bir aşk ile cezalandırılan Narkissos kendisinin sudaki yansımasına âşık olur ve bu aşkın sonucunda kendine sarılmak isterken suda boğularak ölür (Atan, 2011). Narkissos'un kendine olan aşkına dayanan narsisizm kavramı modern bilime konu edilmiştir. Narsisizm kişinin kendine yönelik duyduğu yoğun hayranlık ve kendini aşırı beğenme olarak ifade edilmektedir (Miller vd., 2021).

Narsisizm kavramı bazı araştırmacılar tarafından sağlıklı ve patolojik olarak ikiye ayrılmıştır. Sağlıklı narsisizm; her insanın doğasında narsistik kişilik özelliklerinin bir miktar

bulunabileceğini, her zaman olumsuz sonuçlar doğurmayacağı ve ruh sağlığına olumlu katkılarının olabileceğini ifade ederken patolojik narsisizm ise kendini aşırı beğenme, empati yoksunluğu, diğerlerinden üstün olduğuna inanma şeklinde tanımlanmaktadır (Üzümcü, 2016). Diğer bir deyişle, sağlıklı narsisizmde birey kendi kişisel ihtiyaçlarını gözettiği gibi diğerlerinin de ihtiyaçlarını gözeterek davranır. Buna karşılık patolojik narsisizmde ise birey yoğun bir biçimde kendi istek ve ihtiyaçlarına dönüktür (Macdonald, 2014).

Bu çalışmada sağlıklı uyum bozucu olarak tanımlanan ve büyüklenmeci ve kırılğan narsisizm olarak iki boyutta ele alınan narsisizm yapısı incelenmiştir. Büyüklenmeci narsisizm benlik bilinci, kırılğanlık, depresyon ve kaygı ile negatif ilişki göstermektedir. Kırılğan narsisizm ise nevrozizm ile pozitif ilişkiliyken yumuşak başlılık, dışa dönüklük ve sorumluluk kişilik özellikleriyle ve olumlu duygularla negatif ilişkilidir (Demirci ve Ekşi, 2017; Wink, 1991). İnternetin insan hayatında yaptığı büyük değişimler, sosyal ağların önlenemez yükselişi, insanların sosyal ağlarda inşa ettikleri farklı benlikler, sosyal bilimcileri narsisizmi araştırmaya yöneltmiştir. Özellikle Facebook ve Instagram'ın sosyal ağ sitesi olarak kullanılmaya başlamasıyla sosyal medyanın bireyde yarattığı farklılıklar dikkat çekmektedir. Narsisizm konusu, son yıllarda sıkça gündeme gelen ve tartışılan bir kavramdır. Ancak, narsisizm terimi bazen yanlış anlaşılakta ve genellikle kendini seven ya da önemseyen herhangi bir bireye atfedilmektedir. Bu nedenle, narsisizm kavramının dikkatli bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Özellikle toplulukçu kültürlerde, bireyci yönelimler bazen narsisistik olarak algılanabilir, ancak bu her zaman doğru bir değerlendirme olmayabilir. Bu nedenle, narsisizmi tanımlarken ve tartışırken, bilimsel literatüre dayalı net ve özenli bir dil kullanmak önemlidir.

Bireyin sosyal medyayla ilişkisinin araştırıldığı çalışmalarda (Casale ve Banchi, 2020) bireyin sosyal medya kullanımıyla çekingenlik, yalnızlık ve narsisizm vb. duyguları arasında bağlantı olduğu saptanmıştır. Sosyal medya, bireyler için "ben buradayım" demenin ve toplumla uyum içerisinde olmanın bir göstergesidir. Sosyal medya platformları

vasıtasıyla “ben en iyiyim, kendimi seviyorum, harikayım” söylemlerini vurgulayan birey aslında narsistik yönünü yansıtmış olmaktadır. Diğer bir deyişle, narsistik birey hayran olduğu kişilik özelliklerini sosyal medya mecralarında sergileyerek kendisine başka hayranlar aradığı ileri sürülebilir.

Sosyal medya, büyüklenmeci narsistler için kendi imajlarını kontrol edebilecekleri ve geniş kitlelere sunabilecekleri bir alan sağlayabilir. Daha açık bir deyişle, büyüklenmeci narsistik belirtilere sahip bireyler, genellikle yüksek beğeni ve takipçi sayısı elde hedeflerine ulaşamama korkusu onlarda kaygıya neden olabilir (Bergman vd., 2011). Kırılgan narsisizm ise, yüksek hassasiyet, düşük özsaygı ve sürekli olarak reddedilme korkusu ile ilişkili olarak tanımlanmaktadır (Dickinson ve Pincus, 2003). Kırılgan narsistik belirtilere sahip bireyler sosyal medyada beğenilme ve onaylanma arayışındayken aldıkları negatif geri bildirimlerden veya yetersiz onaydan dolayı kolayca incinebilecekleri ileri sürülebilir. Bu durum, kırılgan narsistik belirtilere sahip bireylerde sosyal medya kullanımıyla ilgili yoğun kaygı ve beğenilme korkusunu tetikleyebilir (Cascio vd., 2016). Araştırmalar, narsisizmin her iki formunun da sosyal medyada beğenilme korkusuyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin, Casale ve Fioravanti (2018) yaptıkları çalışmada, büyüklenmeci narsisizmin sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medyada beğenilme arzusu ile pozitif bir ilişkisi olduğunu bulmuşlardır. Benzer şekilde, kırılgan narsisizm ile sosyal medyada beğenilme korkusu arasında güçlü bir ilişki olduğunu gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Etgar ve Amichai-Hamburger, 2017; Morf ve Rhodewalt, 2001).

Sonuç olarak, sosyal medyada beğenilmeme korkusu, kırılgan narsisizm ve büyüklenmeci narsisizm arasındaki ilişkilerin belirlenmesi sosyal medya kullanımının psikolojik etkilerine dair aydınlatıcı bilgiler sunacağı öngörülmektedir. Diğer bölümde sosyal medya korkusu üzerinde etkili olabileceği düşünülen diğer bir değişken olan kendini mükemmeliyetçi gösterme değişkenine dair ilgili literatür sunulmuştur.

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme ve İlgili Araştırmalar

Kendini mükemmeliyetçi gösterme, mükemmel olmaktan ziyade mükemmel görünmeye odaklanan bu yönüyle mükemmeliyetçilikten ayrı olarak tanımlanan görece yeni bir kavramdır. Başka bir ifadeyle, mükemmeliyetçi görünme yapısı kişinin kusursuz olma isteğinden çok yalnızca diğerlerinin gözünde kusursuz görünme çabasını odaklanmaktadır. Mükemmeliyetçi kişilik özelliği mükemmel olmayı ve bunun dışardan görünüşünü birlikte içerdiği için kendini mükemmeliyetçi göstermeyi de kapsamaktadır. Bununla birlikte kişinin sevilme, beğenilme ve takdir görmeye değer olduğunu kanıtlama ihtiyacının kendini mükemmeliyetçiyi gösterme eğilimiyle ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Flett vd., 2014). Bu bağlamda mükemmeliyetçi kişilik özelliği aynı zamanda bir çaba ve uğraşmayı da kapsarken mükemmeliyetçi görünme ise bireyin çaba olmadan da kendisini tam ve eksiksiz sunma uğraşısı içerisinde olması şeklinde tanımlanabilir.

Hewitt ve Flett'in (1991) mükemmeliyetçiliğin birden fazla boyutu olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bireylerin toplumsal yapı içinde kendileriyle ilgili gerçekçi olmayan beklentilerini konu alarak geliştirdikleri modelde mükemmeliyetçiliği üç boyutta ele almışlardır. Üç boyuttan ilki olan kendine yönelik mükemmeliyetçilik, kişinin kendine koyduğu yüksek standartları, başarılı olma hissini içerir. İkinci boyutu diğerlerine yönelik mükemmeliyetçilik bireyin diğerleri tarafından kusursuz algılanma isteğini temsil eder. Üçüncü boyut olan diğerleri tarafından belirlenen mükemmeliyetçilik ise bireyin sosyal çevresinde kendisi için önem arz eden kişiler tarafından saygınlık görme beklentisi içerisinde olması şeklinde tanımlanabilir (Hewitt ve Flett, 1991).

Kendini mükemmeliyetçi gösterme Hewitt ve diğerleri (2003) tarafından üç davranış biçiminde sınıflandırılmıştır. Bunlar; mükemmeliyetçi öz tanıtım, hatayı gizleme ve hatayı söylememe olarak tanımlanmıştır. Mükemmeliyetçi öz tanıtım kişinin kendini kusursuz gösterme çabası, hatayı gizleme, kişinin kusurlarının diğerleri tarafından fark edilmesini önlemeye yönelik davranışlarını, hatayı söylememe ise kusurların sözel olarak ifade edilmesine yönelik isteksizlik olarak tanımlanmaktadır. Kendini mükemmeliyetçi

göstermenin tanımlanan alt boyutları çeşitli psikolojik problemlerle ilişkili bulunmuştur (Hewitt vd., 2003, Hewitt vd., 2008). Aynı zamanda yapılan araştırmalarda kendini mükemmeliyetçi göstermeye yatkın bireylerin yarattıkları kusursuz imajlarını korumaya yönelik stres düzeylerinin yüksek olduğu belirtilmiştir (Nepon vd., 2016).

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme ve Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu Arasındaki Bağlantıya Yönelik İlgili Araştırmalar

Bir önceki bölümde teorik olarak tanımlanarak çerçevelendirilen kendini mükemmeliyetçi gösterme yapısının sosyal medyada beğenilme korkusuyla ilişkili olabileceğine dair ilgili literatür bu bölümde sunulmuştur.

Alan yazınında mükemmeliyetçilik ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen geçmiş araştırmalara rastlanmaktadır. Örneğin, Wagner ve diğerleri (2021) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal medya platformlarında mükemmellik sergileme eğiliminin, bireylerin sosyal karşılaştırma yapma sıklığını artırarak olumsuz duygusal sonuçlara yol açtığı ortaya koymuştur. Daha açık bir ifadeyle, sosyal medyanın bireylerin kendilerini ve başkalarını değerlendirme şekilleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceği ifade edilebilir. Ayrıca, Lee ve diğerleri (2018) sosyal medya kullanımının mükemmeliyetçilik üzerindeki etkisini inceleyerek aşırı sosyal medya kullanımının hem sosyal hem de performans mükemmeliyetçiliğini artırabileceğini bulmuştur. Bu bağlamda bireylerin sürekli olarak sosyal medya üzerindeki başarıları ve mükemmel görünüşleri ile karşılaştırılmasından dolayı mükemmeliyetçi eğilimlerin tetiklenebileceği ileri sürülebilir (Chen vd., 2020). Başka bir örnek olarak sosyal medyanın bireylerin kendilik algıları ve sosyal ilişkilerini etkilediği bilinmektedir (Chang ve Zhang, 2019). Diğer bir deyişle, Smith ve diğerleri (2020) tarafından yapılan bir araştırma, sosyal medyada mükemmellik imajı sergileme eğiliminin, bireylerin gerçek hayatta kendilerine yönelik beklentilerini artırarak psikolojik stresle ilişkili olduğunu ortaya konulmuştur. Diğer yandan, Jones ve diğerleri (2019) tarafından yapılan bir çalışma, mükemmeliyetçi bireylerin sosyal medya üzerinden beğeni ve onay arayışının, sosyal kaygı düzeylerinde artışa neden olduğunu göstermiştir.

Bu araştırma bulgularından hareketle, sosyal medya kullanımının, özellikle mükemmeliyetçi eğilimleri olan bireyler üzerinde önemli psikolojik etkilere sahip olabileceği ifade edilebilir. Sosyal medya platformları üzerinde sergilenen mükemmel hayat tasvirleri, bireylerin kendileriyle olan karşılaştırmalarını tetikleyebilir ve bu da yetersizlik hissi ve öz-değerlendirme sorunlarına yol açabilir (Brown ve Tiggemann, 2018).

Sosyal medya platformları kişilerin ideal benliklerini sunmak için geniş olanaklar sunarak birçok kişi için cazip iletişim araçları haline gelmiştir (Cramer vd., 2016). Fotoğraf, video ve yazı paylaşımlarının yapıldığı sosyal ağlar geniş kitlelere ulaşma imkânı verdiği için kullanıcılar kusurlarını gizleme ve ideal görünümünü sunma eğiliminde olabilirler (Horzum-Taylor, 2015). Bu süreçte, bireyler sıklıkla sosyal onay ve takdir toplama amacıyla kişisel başarılarını, fiziksel görünüşlerini ve yaşam tarzlarını idealize edilmiş bir şekilde sergileyebilirler. Böylelikle sosyal medya kullanıcıları kendileriyle veya diğerleriyle sosyal karşılaştırmalar yaparak öz-değer algılarında ve psikolojik iyi oluşlarında olumsuz yönde gelişmeler yaşanabilir (Vogel vd., 2014).

Özellikle sosyal medyada kendisini mükemmel olarak sunma eğilimleri yüksek olan bireyler için artan stres, kaygı ve depresyon riskinin söz konusu olduğunu bildiren çalışmalara rastlanmaktadır (Kim vd., 2017). Bununla birlikte sosyal medya üzerinden sunulan idealize edilmiş imajların, bireylerin gerçek yaşamlarındaki deneyimleriyle uyumsuzluğu, hayal kırıklığı ve yetersizlik duygularına neden olabilir (Liu vd., 2019). Bu bağlamda, sosyal medya kullanımının bireylerin ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin anlaşılmasını ve olası negatif sonuçları hafifletmek için bireylerin sosyal medya platformlarını nasıl kullandıklarını, bu kullanımların altında yatan motivasyonları ele alan araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu, Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeyleri ve İlgili Araştırmalar

Bu bölümde araştırma kapsamında incelenen demografik değişkenlere yönelik ilgili alanyazını sunulmuştur. İlk olarak, beğenilmeme korkusu, bireylerin sosyal medyada

paylaşımlarının yeterince beğenilmeyeceği veya onaylanmayacağına endişe duymaları olarak açıklanmaktadır. Araştırmalar (Valkenburg ve Piotrowski, 2017) kadınların sosyal medyada beğenilmeme korkusunu erkeklere göre daha fazla yaşadığını belirtmiştir. İkinci bir araştırma örneği olarak Dibb ve Haun'un (2020) kadınların sosyal medyada paylaşım yaparken daha fazla onaylanma ihtiyacı duyduklarını ve bu nedenle beğenilmeme korkusunu erkeklere göre daha yoğun yaşadıklarını ortaya koymuştur. Fardouly ve Vartanian (2016), kadınların sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların beğenilmemesi durumunda daha fazla hayal kırıklığı ve özgüven kaybı yaşadıklarını bulmuştur. Kircaburun ve Griffiths'in (2019) kadınların sosyal medyada daha fazla zaman geçirdiklerini ortaya koymuştur. Son olarak, Vogel ve arkadaşları (2014), kadınların sosyal medyada diğer kullanıcılarla kendilerini daha fazla karşılaştırdıklarını bulmuşlardır. Bu bağlamda erkeklere kıyasla kadınların sosyal medyada beğenilmeme korkularının daha yüksek olabileceği ifade edilebilir.

Başka bir açıdan cinsiyete göre narsisizm düzeyleri incelendiğinde ise Grijalva ve arkadaşlarının (2015) yaptığı meta-analiz, erkeklerin kadınlara göre genel olarak daha yüksek narsisizm seviyelerine sahip olduğunu göstermiştir. Foster ve arkadaşları (2003) ise narsisizmin farklı boyutlarını inceleyerek erkeklerin narsistik liderlik ve otorite boyutlarında kadınlara göre daha yüksek puan aldığını, ancak kadınların narsistik manipülasyon ve sömürü boyutlarında erkeklerle benzer düzeylerde olduklarını bulmuştur. Başka bir çalışmada ise Bussy ve Chodorow (1999), erkek çocuklarının daha fazla narsistik eğilimler sergilediğini ve bu eğilimlerin yetişkinlikte de devam ettiğini ortaya koymuştur. Zeigler-Hill ve arkadaşları (2011) ise erkeklerin daha yüksek düzeyde büyüklenmeci narsisizm gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda geçmiş çalışmalar bir bütün halinde değerlendirildiğinde cinsiyete göre narsistik belirtilerin toplumsal cinsiyet rollerinin ve beklentilerinin bir yansıması olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Alanyazın kendini mükemmeliyetçi gösterme bağlamında incelendiğinde ise Chae (2017), kadınların erkeklere göre sosyal medyada kendilerini daha fazla mükemmeliyetçi

gösterme eğiliminde olduklarını bulmuştur. De Vries ve Kühne (2015) ise kadınların sosyal medyada daha fazla mükemmeliyetçi gösterme eğiliminde olduklarından sosyal karşılaştırma ve benlik saygısı üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermiştir. Dohnt ve Tiggemann (2006) genç kızların sosyal medyada daha fazla mükemmeliyetçi gösterme eğiliminde olduklarını ve bu durumun beden imajı kaygılarına yol açtığını ortaya koymuştur. Son olarak ise

Wang ve arkadaşları (2012) kadınların sosyal medyada daha fazla mükemmeliyetçi gösterme eğiliminde olduklarını ve bu durumun depresyon ve anksiyete düzeylerini artırdığını bulmuşlardır. Bu bağlamda sosyal medyada kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimlerinin cinsiyete göre farklılaşabileceği ifade edilebilir.

Yukarıda sunulan geçmiş araştırma bulgularına dayanarak cinsiyete göre narsisizm, sosyal medyada beğenilmeme korkusu ve kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimlerinin araştırılmasına gereksinim duyulduğu ifade edilebilir.

Bölüm 3

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, örnekleme biçimi veri toplama araçları ve kullanılan istatistiksel testlere yönelik bilgiler sunulmuştur. Ardından çalışmanın bulguları aktarılmıştır.

Araştırma Yöntemi

Bu araştırma sosyal medyada beğenilmeme korkusunun kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm ile ilişkisini incelemeyi hedeflemektedir. Bu ana amaçtan hareketle araştırma modeli, nicel yöntemde yer alan ilişkiyel araştırma modeliyle yürütülmüştür. İlişkiyel araştırmalar, herhangi bir manipüle girişiminde bulunmadan iki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalardır. Bununla birlikte ilişkiyel araştırmalar, değişkenler arasındaki ilişkileri betimledikleri için bir tür betimsel araştırma olarak da kabul edilmektedirler (Fraenkel vd., 2012).

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın katılımcı grubunu 18-35 yaş arası 425 genç yetişkin oluşturmuştur. Araştırmanın katılımcı grubu kolay örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Kolay örnekleme araştırmacının çalışmaya ulaşabildiği ve imkânlarını dâhilinde olan kişileri seçkisiz olarak eklemesidir (Fraenkel ve Wallen, 1993). Çalışmada araştırmacının ekonomik ve ulaşılabilir bir şekilde data kaynağına sahip olabilmesinden dolayı bu örnekleme türü tercih edilmiştir.

Araştırmanın katılımcı grubuna ilişkin demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1*Demografik Bilgilere İlişkin Betimleyici İstatistikler*

Değişken	Grup	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kadın	333	78.4
	Erkek	92	21.6
En sık kullanılan sosyal medya hesabı	Instagram	351	82.6
	Facebook	10	2.4
	Twitter	59	13.9
	TikTok	5	1.2
Günlük sosyal medya kullanımı	0-2 saat	141	33.2
	3-4 saat	189	44.5
	5 ve üzeri	95	22.4
Photoshop kullanma durumu	Evet	73	17.2
	Hayır	352	82.8

Tablo 1'e göre katılımcıların %78.4'ü kadın (n = 333), %21.6'sı ise erkektir (n = 92). En sık kullanılan sosyal medya platformu olarak Instagram %82.6 (n = 351) ile öne çıkmakta, bunu %13.9 (n = 59) ile Twitter, %2.4 (n = 10) ile Facebook ve %1.2 (n = 5) ile TikTok takip etmektedir. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri incelendiğinde, %33.2'si (n = 141) 0-2 saat, %44.5'i (n = 189) 3-4 saat ve %22.4'ü (n = 95) 5 saat ve üzerinde sosyal medya kullanmaktadır. Photoshop kullanımı ile ilgili olarak, katılımcıların %17.2'si (n = 73) Photoshop kullanırken, %82.8'i (n = 352) kullanmadığını belirtmiştir.

Veri Toplama Süreci

Araştırma verileri çevrim içi ortamda toplanmıştır. Katılımcılar araştırmaya dahil edilmeden önce araştırmanın amacı, gizliliği ve araştırmaya gönüllü katılım konusunda araştırmaya gönüllü katılım formu ile bilgilendirilmişlerdir. Katılımcılar, çeşitli sosyal medya platformları ve üniversite e-posta listeleri aracılığıyla araştırmaya davet edilmiştir. Çevrim içi anket platformları kullanılarak, katılımcıların anonim olarak katılımı sağlanmıştır. Verilerin çevrim içi toplanması, katılımcıların coğrafi konularından bağımsız olarak araştırmaya katılabilmelerini ve daha geniş bir katılımcı kitlesine ulaşılabilmesini sağlamıştır. Katılımcılar araştırmaya dahil edilmeden önce, araştırmanın amacı, gizliliği ve gönüllü katılım hakkında detaylı olarak bilgilendirilmişlerdir. Katılımcılar, bilgilendirme formunu okuduktan sonra, araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul edip etmediklerini belirten bir onam kutusunu işaretleyerek onam vermişlerdir. Onam kutusunun işaretlenmesi, katılımcının bilgilendirme formunu anladığını ve araştırmaya katılmayı kabul ettiğini göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Bu bölümde çalışma kapsamında kullanılan veri toplama araçları sunulmuştur. Sosyal Medya Korkusu, Patolojik Narsisizm Envanteri, Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği gibi ölçme araçlarına dair bilgiler sunulmuştur.

Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan bireylerin yaş aralığı, cinsiyeti, kullandıkları sosyal medya platformları, sosyal medya kullanımına ayırdıkları süreye ait veri toplayabilmek için araştırmacı tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği (SMBKÖ)

Ölçek Söner tarafından (2019) geliştirilmiştir. Sosyal medya beğenilmeme korkusu ölçeği 24 maddeden ve beş alt boyuttan (Mutsuzluk, Takıntılı Düşünce, Anonim Kimlik, Empati ve Beğenilme İsteği) oluşmaktadır. SMBKÖ' nün toplamında alınabilecek en

yüksek puan 96 olup en düşük puan da 24' dür. Sosyal Medya Ölçeğın geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları kapsamında çeşitli analizler gerçekleştirilmiştir. İç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alpha) ölçeğın geneli için .814 olarak bulunmuştur. Bununla birlikte, alt boyutlar için ise sırasıyla Mutsuzluk alt boyutu .761, Takıntılı Düşünce alt boyutu .688, Empati alt boyutu .542, Beğenilme İsteğı alt boyutu .604 ve Anonim Kimlik alt boyutu .446 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan puanın yükselmesi sosyal medya beğenilmeme korkusunun da yükselmesi anlamına gelmektedir. Ölçeğın test tekrar test güvenilirliğı ise 66 katılımcı ile üç hafta arayla yapılan test-tekrar test uygulamasıyla toplam ölçek için güvenilirlik katsayısı .87 olarak bulunmuştur. Ölçekte "Sosyal medyada az sayıda beğeni alırsam diğerleri tarafından beğenilmediğimi düşünürüm" şeklinde maddeler bulunmaktadır. Son olarak Söner (2019) ölçek maddelerinin faktör yüklerinin tüm maddelerle yüksek korelasyon gösterdiğini belirtmiştir. Diğer bir deyişle maddelerin faktör yüklerinin .404 ile .833 arasında değıştiğı rapor edilmiştir. Ölçeğın Cronbach's Alpha değeri bu çalışma kapsamında .92 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak ölçek Türkiye kültüründe uygulanabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğı ifade edilebilir.

Patolojik Narsisizm Envanteri

Patolojik Narsisizm Envanteri (PNE), Pincus ve diğerleri (2013) tarafından geliştirilmiştir. Envanterin Türk kültürüne uyarlanması ise Şen ve Barışkın (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Envanter, bireylerin narsistik eğilimlerini ölçmek amacıyla kullanılan kapsamlı bir ölçüm aracıdır. Artan puanlar, bireylerin narsistik eğilimlerinin yüksek olduğunu göstermektedir. PNE kırılğan narsisizm ve büyüklenmeci narsisizm olmak üzere iki alt boyuta sahiptir. Bu alt boyutlar, bireylerin narsistik eğilimlerini farklı açılardan değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Kırılğan Narsisizm, bireyin kendine olan güven eksikliğı ve başkaları tarafından eleştirilme veya reddedilme korkusuyla alakalıdır. Büyüklenmeci narsisizm ise bireyin kendini aşırı derecede önemli ve üstün görmesi olarak açıklanmaktadır. PNE, beşli Likert tipi toplamda 49 maddeden oluşmaktadır. Likert tipi derecelendirme, katılımcıların her bir maddeye ne derece katıldıklarını belirlemek için

"Kesinlikle Katılmıyorum" ile "Kesinlikle Katılıyorum" arasında değişen beş seçenekli maddeleri ifade etmektedir. Ölçekte "İnsanlar beni eleştirdiğinde, kendimi çok kötü hissederim." şeklinde maddeler bulunmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri bu çalışma kapsamında .97 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak ölçek Türkiye kültüründe uygulanabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu ifade edilebilir.

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği (KMGÖ), sosyal medyada kendini mükemmel gösterme eğilimini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, bireylerin sosyal medyada kendilerini mükemmel ve ideal bir şekilde sunma eğilimlerini değerlendirmektedir. KMGÖ, Balcı ve diğerleri (2009) tarafından Türk kültürüne uyarlanmıştır. KMGÖ, beşli Likert tipi 27 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar, bireylerin sosyal medyada kendilerini daha mükemmel gösterme eğiliminde olduklarını gösterir. KMGÖ'nün Cronbach Alfa katsayısı .80 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, iki hafta arayla yapılan test-tekrar test güvenilirliği korelasyonu .82 olarak bulunmuştur. Bu bağlamda ölçeğin güvenilir ve tutarlı sonuçlar verebildiği ifade edilebilir. Ölçekte "Başarılarımı ve en iyi yönlerimi sosyal medyada paylaşmaktan hoşlanırım." şeklinde maddeler bulunmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri bu çalışma kapsamında .83 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak ölçek Türkiye kültüründe uygulanabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu ifade edilebilir.

Verilerin Analizi

Nitelikli araştırma verilerinin elde edilebilmesi için kaliteli bir veri setiyle çalışılması gerekmektedir. Bu nedenle, araştırma soruları test edilmeden önce katılımcılardan toplanan veriler analizlere hazırlanmıştır. Bunun için ilk olarak veri setinde kayıp değer olup olmadığı kontrol edilmiştir. Ardından ölçek maddelerinde eğer var ise ters puanlanan maddeler yeniden kodlanmıştır. Veri setinde bulunan tek yönlü uç değerler Z standart puanıyla; çok yönlü uç değerler ise Mahalanobis Uzaklık değeriyle analiz edilmiştir. Veri setinde bulunan değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermedikleri histogram, Q-Q

plot gibi grafiklerin yanı sıra çarpıklık ve basıklık katsayıları yoluyla incelenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2015). Araştırma hipotezleri SPSS IBM 29 versiyonu ile analiz edilmiştir. Regresyon analizinin yapılabilmesi için normallik, doğrusallık, eş varyanslılık gibi varsayımları analizler öncesi incelenmiştir. Durbin Watson katsayısı 2'ye yakın olarak elde edilmiştir. Bu varsayımlar incelendikten sonra araştırma sorularının analiz edilmesine geçilmiştir. Araştırma soruları Pearson Korelasyon Testi, Tek Yönlü ANOVA, Bağımsız Örneklem T Testi ve Çoklu Regresyon Testiyle analiz edilmiştir. Pearson Korelasyon Testi, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkileri incelemek için kullanılmıştır. Tek Yönlü ANOVA, bağımsız örneklem t testi grup farklılıklarını incelemek için kullanılmıştır. Çoklu regresyon ise bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki yordayıcı rolünü değerlendirmek amacıyla uygulanmıştır. Veriler SPSS IBM 29 versiyonunda analiz edilmiştir.

Bölüm 4

Bulgular

Bu bölümde araştırma soruları ilgili analizler yoluyla test edilip bulgular bölümünde sunulmuştur. Ardından elde edilen bulgular ilgili literatür çerçevesinde tartışılmıştır. Elde edilen bulgular yoluyla sonuç ve öneriler sıralanmıştır. Son olarak araştırmanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için öneriler paylaşılmıştır.

Tablo 2

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu	38.00	114.00	59.85	13.92	1.204	1.847
Kırılgan Narsisizm	26.00	144.00	83.14	28.17	-.007	-.947
Büyükleme Narsisizm	27.00	155.00	81.07	31.02	.159	-.868
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme	52.00	291.00	160.57	56.43	.050	-.918
Narsisizm Toplam	41.00	164.00	108.34	21.25	-.163	.164

Tablo 2’de araştırma değişkenlerine ilişkin betimsel istatistikler sunulmuştur. Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ölçeğinde skorlar 38 ile 114 arasında değişmektedir. Ortalama skor 59.85 (SS = 13.92) olarak hesaplanmıştır. Veri seti, çarpıklık değeri olarak 1.204 ve basıklık değeri olarak 1.847 aralığını göstermiştir. Kırılgan Narsisizm ölçeğinde minimum skor 26, maksimum skor 144 olarak belirlenmiştir. Ortalama skor 83.14 (SS = 28.17) bulunmuş, çarpıklık -.007 ve basıklık -.947 olarak ölçülmüştür. Büyükleme Narsisizm için skorlar 27 ile 155 arasında yer almaktadır. Ortalama 81.07 (SS = 31.02)

olarak saptanmıştır; çarpıklık .159 ve basıklık -.868 değerlerine sahiptir. Mükemmeliyetçilik ölçeğindeki skorlar 52 ile 291 arasında değişmekte olup, ortalama skor 160.57 (SS = 56.43) olarak tespit edilmiştir. Çarpıklık .050 ve basıklık -.918 olarak hesaplanmıştır. Son olarak toplam puan narsisizmde ise minimum skor 41, maksimum skor 164 olarak belirlenmiş, ortalama skor 108.34 (SS = 21.25) olarak bulunmuştur. Çarpıklık değeri -.163 ve basıklık .164 olarak ölçülmüştür. Araştırma değişkenlerine ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri +2 ile -2 aralığında olduğundan araştırma değişkenlerinin normal dağılıma sahip olduğu ve dolayısıyla parametrik testlerin kullanılabilmesi sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3

Araştırma Değişkenleri Arasındaki İkili İlişkilerin İncelenmesi

Değişken	1	2	3	4	5
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu (1)	-	.423**	.481**	.469**	.293**
Kırılgan Narsisizm (2)			.896**	.971**	.425**
Büyüklenmeci Narsisizm(3)				.976**	.511**
Narsisizm Toplamı (4)					.483**
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme (5)					

Tablo 3 incelendiğinde Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ile Kırılgan Narsisizm arasındaki korelasyon .423 ($p < .01$) olarak bulunmuştur. Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ile Büyüklenmeci Narsisizm arasındaki korelasyon .481 ($p < .01$) olarak tespit edilmiştir. Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ve Narsisizm Toplamı arasında .469 ($p < .01$) değerinde korelasyon saptanmıştır. Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu ile Mükemmeliyetçilik arasında .293 ($p < .01$) değerinde korelasyon ölçülmüştür. Kırılgan Narsisizm ile Büyüklenmeci Narsisizm arasında .896 ($p < .01$) korelasyon kaydedilmiştir.

Kırılğan Narsisizm ve Narsisizm Toplamı arasındaki korelasyon .971 ($p < .01$) olarak belirlenmiştir. Kırılğan Narsisizm ile Mükemmeliyetçilik arasında .425 ($p < .01$) korelasyon gözlenmiştir. Büyüklenmeci Narsisizm ile Narsisizm Toplamı arasında .976 ($p < .01$) korelasyon bulunmuştur. Büyüklenmeci Narsisizm ve Mükemmeliyetçilik arasındaki korelasyon .511 ($p < .01$) olarak ölçülmüştür. Narsisizm Toplamı ile Mükemmeliyetçilik arasında .483 ($p < .01$) korelasyon tespit edilmiştir. Aktarılanlar ışığında araştırma değişkenleri arasında anlamlı ilişkilerin tespit edildiği ifade edilebilir.

Sosyal Medyada Beğenilme Korkusunun Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Tarafından Yordanması

Araştırma sorusu Çoklu Regresyon Analizi yoluyla incelenmiştir. Bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 4

Çoklu Regresyon Bulguları

Değişken	<i>B</i>	<i>S.H</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Sabit	39.307	3.253	12.084	<.001
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme	.063	.033	1.265	.207
Kırılğan Narsisizm	-.031	.048	-.322	.748
Büyüklenmeci Narsisizm	.477	.046	4.704	<.001

F(3;421) = 43.08, R² = .23

Not. Standardize edilmiş regresyon katsayıları rapor edilmiştir.

Yapılan regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde kurulan model anlamlı bulunmuştur ($F(3;421) = 43.08$). Bununla birlikte açıklanan değişkenler sosyal medyada beğenilme korkusuna ait toplam varyansın %23'ünü açıklayabilmektedir ($R^2 = .23$). Sosyal medyada beğenilme korkusunun bağımlı değişken olduğu modelde Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme değişkeni için regresyon katsayısı anlamlı bulunmamıştır ($B =$

.063, $p = .207$). Kırılgan Narsisizm değişkeni için de benzer şekilde $B = -.031$, $p = .748$ olarak tespit edilmiştir. Son olarak Büyüklenmeci Narsisizm değişkeni için $B = .477$, $p < .001$ olarak belirlenmiştir, bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır. Diğer bir değişle bireylerin büyüklenmeci narsisizm eğilimleri arttıkça sosyal medyada beğenilme korkuları da artmaktadır. Buna karşılık kırılgan narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme değişkenleri sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı bir şekilde yordamadığı görülmüştür.

Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu, Narsisizm ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeylerinin İncelenmesi

İlgili araştırma sorusu Bağımsız Örneklemeler t testi ile analiz edilmiştir. Bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5

Cinsiyete Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu	Kadın	333	59.42	13.37	-1.21	.11
	Erkek	92	61.41	15.71		
Kırılgan Narsisizm	Kadın	333	83.39	27.98	.34	.36
	Erkek	92	82.26	29.00		
Büyüklenmeci Narsisizm	Kadın	333	81.08	31.11	.02	.49
	Erkek	92	81.01	30.83		
Narsisizm	Kadın	333	160.90	56.47	.22	.41
	Erkek	92	159.40	56.58		
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme	Kadın	333	107.93	20.56	-.76	.22
	Erkek	92	109.83	23.66		

* $p < .05$

Tablo 5 incelendiğinde Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu değişkeni için kadınların ortalaması 59.42 ($SS = 13.37$), erkeklerin ise ortalama 61.41 ($SS = 15.71$) olarak bulunmuştur. Bu değişken için yapılan t-testi sonucunda $t = -1.21$, $p = .11$ olarak hesaplanmıştır, bu sonuç istatistiksel olarak anlamlı değildir. Cinsiyete göre kırılan narsisizm düzeyleri incelendiğinde kadınlara ait ortalamanın 83.39 ($SS = 27.98$), erkeklere ait ortalamanın ise 82.26 olduğu görülmektedir. T-testi sonucunda $t = .34$, $p = .36$ olarak tespit edilmiştir, bu da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığını göstermektedir. Büyüklenmeci narsisizm düzeylerinde kadınların ortalaması 81.08 ($SS = 31.11$), erkeklerin ortalaması 81.01 ($SS = 30.83$) olarak belirlenmiştir. T-testi sonucunda $t = .02$, $p = .49$ elde edilmiştir, istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Narsisizm ölçeği toplam puanlarında ise kadınların ortalama değeri 160.90 ($SS = 56.47$), erkeklerin ortalama değeri 159.40 ($SS = 56.58$) olarak belirlenmiştir. Yapılan t-testi sonucunda $t = .22$, $p = .41$ olarak bulunmuş, istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Son olarak Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme değişkeninde ise kadınlar için ortalama 107.93 ($SS = 20.56$), erkekler için ortalama 109.83 ($SS = 23.66$) olarak hesaplanmıştır. Yapılan T-testi sonucunda $t = -.76$, $p = .22$ olarak hesaplanmış, bu sonucun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak narsisizm, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve sosyal medyada beğenilme korkusu değişkenlerinin cinsiyete göre anlamlı olarak farklılaşmadığı araştırma örneğinde tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle bu değişkenler söz konusu olduğunda cinsiyetler istatistiksel açıdan birbirinden anlamlı derecede fark bulunmamıştır.

Photoshop Yapma Durumuna Göre Araştırma Değişkenlerine İlişkin Ortalama Farklılıklarının İncelenmesi

İlgili araştırma sorusu bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 6*Photoshop Kullanma Durumuna Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi*

	Photoshop	N	Ortalama	Standart sapma	t	p
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu	Evet	73	64.87	15.73	3.431	.001
	Hayır	352	58.80	13.30		
Kırılgan Narsisizm	Evet	73	91.69	29.41	2.874	.002
	Hayır	352	81.37	27.62		
Büyükleme Narsisizm	Evet	73	91.90	32.19	3.317	.001
	Hayır	352	78.82	30.33		
Narsisizm	Evet	73	179.50	59.00	3.183	.001
	Hayır	352	156.65	55.16		
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme	Evet	73	117.54	19.74	4.142	.001
	Hayır	352	106.43	21.08		

Tablo 6'da Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu değişkeni için Photoshop kullananlar için ortalama 64.87 ($SS = 15.73$), kullanmayanlar için ortalama 58.80 ($SS = 13.30$) olarak bulunmuştur. T-testi sonucunda $t = 3.431$, $p = .001$ olarak hesaplanmış, bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır. Daha açık bir ifadeyle photoshop kullananlar kullanmayanlara kıyasla sosyal medyada beğenilme korkusu daha yüksek bulunmuştur.

Kırılgan Narsisizm değişkeni için Photoshop kullananların ortalama skoru 91.69 ($SS = 29.41$), kullanmayanların ortalama skoru 81.37 ($SS = 27.62$) olarak ölçülmüştür. T-testi sonucunda $t = 2.874$, $p = .002$ elde edilmiştir, bu istatistiksel olarak anlamlı bir farktır. Daha açık bir ifadeyle photoshop kullananlar kullanmayanlara kıyasla kırılğan narsisizm düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Büyükleme Narsisizm değişkeni için Photoshop kullananlar için ortalama 91.90 ($SS = 32.19$), kullanmayanlar için ortalama 78.82 ($SS = 30.33$). T-testi sonucunda $t =$

3.317, $p = .001$ olarak bulunmuş, bu istatistiksel olarak anlamlı bir farktır. Daha açık bir ifadeyle photoshop kullananların kullanmayanlara kıyasla büyüklenmeci narsisizm düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Narsisizm değişkeni için Photoshop kullananların ortalama değeri 179.50 ($SS = 59.00$), kullanmayanların ortalama değeri 156.65 ($SS = 55.16$). Yapılan t-testi sonucunda $t = 3.183$, $p = .001$ olarak hesaplanmış, istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmıştır. Daha açık bir ifadeyle photoshop kullananların kullanmayanlara kıyasla narsisizm toplam puanları daha yüksek bulunmuştur.

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme değişkeni için photoshop kullananların ortalaması 117.54 ($SS = 19.74$), kullanmayanlar için ortalama 106.43 ($SS = 21.08$). T-testi sonucunda $t = 4.142$, $p = .001$ olarak belirlenmiş, bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır. Daha açık bir ifadeyle photoshop kullananların kullanmayanlara kıyasla kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Narsisizm, Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu ve Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Düzeylerinin İncelenmesi

İlgili araştırma sorusu Tek Yönlü ANOVA testiyle analiz edilmiştir. ANOVA testi sonucunda elde edilen anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğu tamamlayıcı post hoc testleriyle incelenmiştir. Varyansların eşit dağılması durumunda Tukey Testi kullanırken eşit dağılmaması durumunda ise Dunnett'nin T3 testi kullanılmıştır.

Tablo 7

Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Araştırma Değişkenlerinin İncelenmesi

	Süre	N	Ortalama	Standart sapma	t	p
Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu	0-2 saat	141	56.58	13.42	6.969	.001
	3-4 saat	189	60.65	13.41		
	5 ve üzeri	95	63.10	14.77		
Kırılgan Narsisizm	0-2 saat	141	73.59	26.69	13.206	<.001
	3-4 saat	189	86.86	27.14		
	5 ve üzeri	95	89.91	28.92		
Büyükleme Narsisizm	0-2 saat	141	70.49	29.76	13.327	<.001
	3-4 saat	189	85.24	29.02		
	5 ve üzeri	95	88.45	32.84		
Narsisizm	0-2 saat	141	140.92	53.52	13.968	<.001
	3-4 saat	189	168.30	53.31		
	5 ve üzeri	95	174.37	59.34		
Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme	0-2 saat	141	102.26	20.60	10.561	<.001
	3-4 saat	189	109.81	21.12		
	5 ve üzeri	95	114.43	20.39		

Tablo 7'de görüldüğü üzere, sosyal medya kullanım sürelerine göre değişkenler arasında anlamlı farklar bulunmaktadır. Sosyal Medyada Beğenilme Korkusu, günlük 0-2 saat sosyal medya kullananlar için ortalama 56.58 (SS = 13.42) iken, 3-4 saat kullananlarda 60.65 (SS = 13.41) ve 5 saat ve üzeri kullananlarda 63.10 (SS = 14.77) olarak ölçülmüştür; $t = 6.969$, $p = .001$ ile bu farklar istatistiksel olarak anlamlıdır. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan ikili karşılaştırmalarda sosyal medyayı en çok kullanan grubun diğer gruplara kıyasla beğenilme korkusunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kırılgan Narsisizm için 0-2 saat kullananların ortalaması 73.59 (SS = 26.69), 3-4 saat kullananların 86.86 (SS = 27.14) ve 5 saat ve üzeri kullananların 89.91 (SS = 28.92) olup; $t = 13.206$, $p < .001$ ile bu farklar yine anlamlıdır. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan ikili karşılaştırmalarda sosyal medyayı en çok kullanan grubun diğer gruplara kıyasla kırılğan narsisizm düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Büyüklenmeci Narsisizm ve genel Narsisizm puanları da benzer şekilde, sosyal medya kullanım süresi arttıkça artış göstermektedir; $t = 13.327$ ve $t = 13.968$, her ikisi için de $p < .001$. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan ikili karşılaştırmalarda sosyal medyayı en çok kullanan grubun diğer gruplara kıyasla büyüklenmeci narsisizm düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme değişkeni de, 0-2 saat kullananlarda 102.26 (SS = 20.60), 3-4 saat kullananlarda 109.81 (SS = 21.12) ve 5 saat ve üzeri kullananlarda 114.43 (SS = 20.39) ile $t = 10.561$, $p < .001$ olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan ikili karşılaştırmalarda sosyal medyayı en çok kullanan grubun diğer gruplara kıyasla kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bölüm 5

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın temel amacı sosyal medyada beğenilme korkusunun kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsisizm tarafından anlamlı olarak yordanıp yordanmadığının incelenmesidir. Bununla birlikte çalışmada araştırma değişkenlerinin demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular ışığında ilk olarak, korelasyon analizleri sosyal medyada beğenilme korkusunun kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm ve narsisizm toplam puanı ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, narsisistik eğilimlerin bireylerin sosyal medyada beğenilme korkusunu artırabileceği öngörüsünü desteklemektedir. Benzer şekilde elde edilen bu bulgular alan yazınında yer alan geçmiş araştırma bulguları ile uyumludur (Morf ve Rhodewalt, 2001; Pincus ve Lukowitsky, 2010). Aynı şekilde, sosyal medyada beğenilme korkusu ile kendini mükemmeliyetçi gösterme arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Hewitt vd., 2003). Bu bağlamda sosyal medya platformlarında beğenilme ve kabul edilme arzusunun, bireylerin kendilerini mükemmeliyetçi bir şekilde sunma eğilimini artırabileceğini ifade edilebilir. Buna karşılık literatürde narsistik belirtilerin sosyal medyada beğenilmeme korkusunu tetiklemeyeceğini bildiren araştırmalara rastlanmaktadır. Örneğin, Pan ve diğerleri (2017) tarafından yapılan bir araştırma, sosyal medyada beğenilme korkusunun bazı bireylerde narsisistik eğilimler ve mükemmeliyetçilikle negatif ilişkilere sahip olabileceğini ortaya koymuştur. Pan ve diğerlerinin (2017) çalışmalarına göre sosyal medya kullanımı ve narsisistik eğilimler arasındaki ilişkinin karmaşık olduğunu ve her zaman pozitif yönde olmadığını göstermektedir.

Bu çalışmada büyüklenmeci narsisizmin sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı bir şekilde yordadığı saptanmıştır. Diğer bir deyişle, büyüklenmeci narsisizmin bireylerin sosyal medyada beğenilme korkusunu artırmada önemli bir rol oynayabileceği

sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşılık, kırılğan narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme değişkenlerinin sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı bir şekilde yordamadığı bulunmuştur. Bu bağlamda, bu araştırma kapsamında sosyal medyada beğenilme korkusunun daha çok büyüklenmeci narsisizmden kaynaklanabileceğini ve kırılğan narsisizm ile mükemmeliyetçilik arasında doğrudan bir ilişki olmadığını düşündürmektedir.

Geçmiş çalışmalarda da narsisizmin bireyin öz sunumu gerçek dışı bir şekilde vurguladığı belirtilmiştir (Cain vd., 2008; Wink, 1991). Narsisizm özü itibariyle bireyin kendi varlığını diğerlerinden önemli ölçüde büyüklük bağlamında ayırması ya da kendi varlığına dair onayın diğerlerinin yüksek kabulüne dayandırmasıdır. Bu bağlamda sosyal medya ortamlarında bireyin kırılğan veya narsistik eğilimlerinin tetiklenmesi olasıdır.

Çalışmanın üçüncü aşamasında ise araştırma değişkenlerinin demografik değişkenlere göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. İlk olarak cinsiyete göre sosyal medyada beğenilme korkusu, kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm ve narsisizm toplam puanları ile kendini mükemmeliyetçi gösterme arasında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Buna karşılık geçmiş çalışmalarda elde edilen yaygın bulgu ise erkeklerin kadınlara kıyasla narsisizm seviyelerinin daha yüksek olduğu yönündedir. Örneğin, Grijalva ve diğerlerinin (2015) 355 adet makaleyi inceledikleri meta-analiz çalışmalarında erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek seviyelerde narsisizme sahip oldukları ortaya konmuştur. Grijalva ve diğerlerinin (2015) meta-analiz araştırması narsisizmde cinsiyet farklılıklarının toplumsal ve kültürel normlarla ilişkili olabileceğini göstermektedir. Erkeklerin liderlik ve otorite arayışı ile başkalarını sömürme eğilimlerinin kadınlardan daha yüksek olması, narsisizmdeki cinsiyet farklarına yol açabilir (Grijalva vd., 2015). Araştırma örnekleminde cinsiyetler arasında bir fark elde edilememesi çalışma örnekleminin yaş ortalamasının beliren yetişkinlik düzeyiyle ilişkili olmasından dolayı olabilir. Narsisizm ve özseverlik düzeylerinin gençlik yıllarında yüksek olduğu bilinmektedir (Campbell vd., 2002). Bunlara ek olarak, sosyal medya kullanım süresi arttıkça araştırma

değişkenlerinin tutarlı olarak anlamlı bir şekilde arttığı tespit edilmiştir. Nitekim geçmiş çalışmalarda da artan sosyal medya kullanımları (Andreassen vd., 2017) narsisizmle ilişkilendirilmiştir. Diğer bir deyişle, sosyal medya kullanım süresinin narsisistik eğilimler ve mükemmeliyetçilik üzerinde önemli bir rolü olabileceğini söylenebilir.

Araştırmada photoshop yapma durumu ve türüne göre de araştırma değişkenlerinin ortalamaları arasındaki farklara bakılmıştır. Buna göre photoshop kullanan bireylerin sosyal medyada beğenilme korkusu, kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm, narsisizm toplam puanı ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin daha yüksek olduğunu elde edilmiştir. Daha açık bir deyişle sosyal medya paylaşımlarında photoshop kullanan bireylerin narsisizm düzeyleri ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeyleri daha yüksektir. Bu bağlamda, bireylerin kendilerini sosyal medyada daha çekici veya kusursuz göstermek amacıyla photoshop kullanmasının, narsisistik eğilimleri ve mükemmeliyetçilik düzeyleriyle ilişkili olabileceği ifade edilebilir. Bu konuda geçmiş çalışmalarda da benzer bulgular elde edilmiştir (McLean vd., 2015). Örneğin Chua ve Chang (2016) tarafından yapılan çalışmada başkaları tarafından beğenilme isteği ve kendini diğerleriyle karşılaştırma eğilimi arttıkça sosyal medya kullanımının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir örnek olarak, McLean ve diğerleri (2015) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımı ve narsisizm arasındaki ilişkiler araştırılmış ve bu çalışmaya benzer bulgular elde edilmiştir. McLean ve diğerleri (2015), sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin, narsisistik özelliklerinin daha belirgin olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Chua ve Chang (2016) tarafından yapılan çalışmada da başkaları tarafından beğenilme isteği ve kendini diğerleriyle karşılaştırma eğiliminin, sosyal medya kullanımını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, sosyal medyada beğenilme ve onaylanma arzusunun, bireylerin narsisistik ve mükemmeliyetçi eğilimlerini tetikleyebileceği düşünülebilir.

Bu çalışmanın bulguları, sosyal medyada beğenilme korkusunun narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimleriyle ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, dijital ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında değerlendirildiğinde daha anlamlı hale gelmektedir. Dijital ihtiyaçlar hiyerarşisi, Maslow'un temel ihtiyaçlar hiyerarşisine benzer şekilde, bireylerin dijital ortamda tatmin etmeye çalıştıkları ihtiyaçları sıralamaktadır. Bu dijital ihtiyaçlar temel dijital erişim, dijital güvenlik, dijital aidiyet, dijital saygınlık ve dijital kendini gerçekleştirme olarak sıralanabilir. Bu çalışmanın bulguları, özellikle dijital aidiyet ve dijital saygınlık düzeylerinde önemli bilgiler sunduğu düşünülmektedir.

Dijital aidiyet, bireylerin sosyal medya gibi platformlarda kabul görme ve bir topluluğun parçası olma ihtiyacını ifade etmektedir. Araştırmada sosyal medyada beğenilme korkusunun narsisizmle ilişkili olduğu bulunmuştur. Geçmiş çalışmalarda (Morf ve Rhodewalt, 2001; Pincus ve Lukowitsky, 2010) sosyal medya kullanıcılarının dijital aidiyet ihtiyacını karşılamak için sık sık kendilerini idealize edilmiş bir biçimde sunduklarına değinilmiştir.

İkinci olarak ise dijital saygınlık ise bireylerin sosyal medya ortamlarında saygı görme, tanınma ve onaylanma ihtiyaçlarını ifade etmektedir. Araştırma bulguları büyüklenmeci narsisizmin sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı şekilde yordadığını göstermiştir. Kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimleri de dijital saygınlık ihtiyacının bir yansıması olarak değerlendirilebilir; kullanıcılar, sosyal medya paylaşımlarında başarılarını ve en iyi yönlerini vurgulayarak saygı ve takdir kazanma peşindedirler (Hewitt et al., 2003). Özellikle büyüklenmeci narsisizmin sosyal medyada beğenilme korkusunu artırması, bireylerin dijital ortamda saygı ve takdir kazanma çabalarının önemli bir göstergesi olarak nitelendirilebilir.

Bu çalışmanın bulguları sosyal medyada beğenilme korkusunun kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm ve narsisizm toplam puanı ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler gösterdiğini ortaya konulmuştur. Büyüklenmeci narsisizm, sosyal medyada beğenilme

orkusunu anlamlı bir şekilde yordar iken, kırılğan narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı bir şekilde yordamamıştır. Ek olarak araştırma değişkenlerinde cinsiyetler arasında anlamlı farklılıklar bulunmazken, sosyal medya kullanım süresi arttıkça narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, photoshop kullanan bireylerin narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu bulgular, literatürde yer alan bazı çalışmaları destekler niteliktedir. Örneğin, Barry ve diğerleri (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, narsisizmin sosyal medya kullanım süresi ile pozitif yönde ilişkili olduğu, ancak kırılğan narsisizmin sosyal medya beğenilme korkusu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirtilmiştir. Bu çalışma, sosyal medya kullanımının narsisistik özellikleri artırabileceğini, ancak kırılğan narsisizmin bu tür korkular üzerinde beklenen etkileri göstermediğini ortaya koymaktadır. Cinsiyetler arasında anlamlı farklılık bulunmaması, sosyal medya kullanımı ile ilgili literatürdeki bazı çalışmalarla uyumludur. Örneğin, Chua ve Chang (2016) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımının cinsiyet farkı gözetmeksizin narsisistik eğilimleri artırabileceği belirtilmiştir. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulguya paralel olarak sosyal medya kullanımının bireylerin kendilerini mükemmel gösterme eğilimlerini cinsiyet farkı olmaksızın artırabileceğini göstermektedir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin artması, McLean ve diğerlerinin (2015) çalışmalarıyla da desteklenmektedir. Bu çalışmada, sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin narsisistik eğilimlerinin ve mükemmeliyetçi gösterme davranışlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Başka bir örnek olarak Mehdizadeh (2010) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal medya platformlarının, bireylerin narsisistik eğilimlerini artırabileceğini öne sürmektedir. Benzer şekilde bu çalışmada da sosyal medya kullanım süresi ve narsisizm arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Araştırma kapsamında elde edilen bulguların Türkiye'nin kültürel ve sosyal faktörleriyle ilişkili olabileceği söylenebilir. Türkiye'de sosyal medyanın popülerliği ve

kullanım süresi son yıllarda önemli ölçüde artmıştır (Kemp, 2020). Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının bireylerin kendilerini ifade etme, beğenilme ve onaylanma arzusunu artırdığı söylenebilir. Ayrıca, Türkiye’de bireylerin sosyal statü ve kabul görme isteği oldukça yaygındır (Kağıtçıbaşı, 2007). Bu durum, narsisizm ve mükemmeliyetçilik eğilimlerinin sosyal medya kullanımıyla daha belirgin hale gelmesine yol açabilir. Özellikle gençler arasında, sosyal medya üzerinden olumlu geri bildirim alma ve kendini idealize etme eğilimleri yaygındır (Balcı ve Ayhan, 2020). Bu bağlamda narsisistik eğilimler ve mükemmeliyetçiliğin sosyal medya kullanımını belirleme noktasında kültürel bağlamın da önem arz ettiği ifade edilebilir.

Araştırmanın literatüre kattığı özgün katkılarla birlikte birtakım sınırlılıkları da bulunmaktadır. İlk olarak, örneklem grubunun demografik dağılımı sınırlıdır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu kadınlardan (%78.4) oluşmaktadır. Erkek katılımcıların sayısının az olması (%21.6), cinsiyetler arası karşılaştırmaların güvenilirliğini düşürebilir. Gelecekteki çalışmalar cinsiyetler açısından daha dengeli örneklemelere ulaşabilir.

İkinci olarak, katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya platformları büyük ölçüde Instagram (%82.6) ile sınırlıdır. Diğer platformlar (Facebook, Twitter, TikTok) çok az sayıda katılımcı tarafından tercih edilmiştir. Bu durum, sosyal medya kullanımının farklı platformlardaki etkilerini incelemek açısından sınırlı bilgi sağlamaktadır. Gelecekteki çalışmalar sosyal medya türüne göre narsistik eğilimleri ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerini inceleyebilir.

Son olarak, çalışmanın öz-bildirim yöntemi ile gerçekleştirilmesi de sınırlayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir. Öz-bildirim anketleri, katılımcıların dürüstlüğüne ve doğru hatırlamalarına dayanmaktadır. Sosyal beğenirlik yanlılığı gibi ölçme hataları, katılımcıların yanıtlarını etkileyerek verilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini azaltabilir. Gelecekte elde edilen bulgular deneysel bir araştırma deseninde incelenerek tekrar edilebilirliği ele alınabilir. Araştırma bulguları bu sınırlılıklar çerçevesinde ele alınmalıdır.

Sonuç

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

1. Sosyal medyada beğenilme korkusu, kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm ve narsisizm toplam puanı ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler göstermektedir.
2. Sosyal medyada beğenilme korkusu ile kendini mükemmeliyetçi gösterme arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
3. Çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre, büyüklenmeci narsisizmin sosyal medyada beğenilme korkusunu anlamlı bir şekilde yordadığı saptanmıştır
4. Cinsiyete göre sosyal medyada beğenilme korkusu, kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm, narsisizm toplam puanları ve kendini mükemmeliyetçi gösterme arasında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır.
5. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça, narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir.
6. Photoshop kullanan bireylerin sosyal medyada beğenilme korkusu, kırılğan narsisizm, büyüklenmeci narsisizm, narsisizm toplam puanı ve kendini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Öneriler

Bu araştırmanın sonucunda sosyal medyada beğenilme korkusunun narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme ile ilişkili olduğu elde edilmiştir. Bulgular ışığında, psikolojik danışma ve rehberlik alanındaki araştırmacılara ve uygulamacılara birtakım öneriler sunulmuştur. Bununla birlikte araştırma sonuçlarından yola çıkılarak gençlere, yetişkinlere ve politika yapıcılara yönelik önerilere aşağıda yer verilmiştir.

Araştırmacılar ve Saha Çalışanlarına Yönelik Öneriler

1. Sosyal medyada beğenilme korkusunun narsisizm ve kendini mükemmeliyetçi gösterme eğilimleriyle ilişkili olduğu göz önüne alındığında, sosyal medya

kullanıcılarına yönelik psikolojik danışma sürecinde kişiselleştirilmiş psikolojik destek programları geliştirilebilir.

2. Sosyal medyada beğenilmeme korkusunun, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve narsistik eğilimlerle ilişkili olması bireylerin sosyal medya kullanımına daha eleştirel ve bilinçli bir şekilde yaklaşmalarının önemini gündeme getirmektedir. Bu konuda dijital okuryazarlık eğitimleri düzenlenebilir.

3. Bu çalışmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurularak, daha geniş ve dengeli örneklerle, farklı sosyal medya platformları ve farklı yaş gruplarında benzer araştırmalar yapılması önerilir. Özellikle cinsiyetler arası farkların daha net anlaşılabilmesi için dengeli örnekler kullanılabilir.

4. Sosyal medya platformlarında photoshop ve benzeri uygulamaların kullanımı hakkında farkındalık yaratmak önemlidir. Bu tür uygulamaların narsistik eğilimler ve mükemmeliyetçi gösterme üzerindeki etkileri hakkında kullanıcılar bilinçlendirilmelidir. Gerçekçi olmayan güzellik standartlarına yönelik farkındalık çalışmaları yapılabilir.

5. Okullarda ve üniversitelerde ve toplum merkezlerinde psikolojik danışmanlık hizmetlerinin artırılarak gençlerin sosyal medya ile ilgili sorunlarını profesyonel destek alarak çözmeleri kolaylaştırılabilir.

6. Sosyal medya kullanıcılarının narsisizm ve mükemmeliyetçilik eğilimlerine yönelik bireysel ve grup danışmanlık programları geliştirilebilir. Sosyal medya kullanımının uzun vadeli etkilerini daha iyi anlayabilmek için boylamsal desende araştırmalar yürütülebilir.

Politika Yapıcılar ve Yöneticilere Yönelik Öneriler

1. Sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla dijital sağlık politikalarının geliştirilmesine gereksinim duyulmaktadır. Sosyal medya platformlarında kendilerini mükemmeliyetçi ve idealize bir şekilde sunma eğilimlerinin belirleyicileri gelecek araştırmalarda incelenmelidir.

2. Yükseköğretimde bilinçli sosyal medya kullanımı ve sosyal medya okuryazarlığı derslerinin seçmeli olarak müfredatlara eklenmesine ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir. Sosyal medyanın bilinçli, dengeli ve sağlıklı kullanılmasına dönük odak grup görüşmeleri ve psikososyal eğitimler tasarlanabilir. Gençlerin ve yetişkinlerin sosyal medya kullanım sürelerini sınırlandıran ve daha dengeli bir dijital yaşam tarzı benimsemeyi teşvik eden uygulamalara ihtiyaç vardır.

Kaynaklar

- Akhtar, S., & Ja, T. (1982). Overview: narcissistic personality disorder. *American Journal of Psychiatry*, 139(1), 12–20.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Atan, Y. (2011). *Akdeniz Mitologyasından Efsaneler*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Balta, S., Jonason, P. K., Denes, A., Emirtekin, E., Tosuntaş, Ş. B., Kırçaburun, K., & Griffiths, M. D. (2019). Dark personality traits and problematic smartphone use: The mediating role of fearful attachment. *Personality and Individual Differences*, 149, 214–219.
- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N. J., & Herrington, L. L. (2015). "Let Me Take a Selfie": Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(1), 48-60. doi:10.1037/ppm0000089
- Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why? *Personality and Individual Differences*, 50(5), 706–711.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2022). *Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü: Üç Aylık Pazar Verileri Raporu*. <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/2022-2-kurumdisi.pdf> adresinden alındı.

- Booker, C. L., Kelly, Y. J., & Sacker, A. (2018). Gender differences in the associations between age trends of social media interaction and well-being among 10-15 year olds in the UK. *BMC public health*, *18*(1), 1-12.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, *19*, 37–43.
- Brummelman, E., Thomaes, S., & Sedikides, C. (2016). Separating narcissism from Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, *25*(1), 8–13.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *34*(10), 1303-1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. *Proceedings of the 29th international conference on human factors in computing systems (CHI'11)*: 571-580
- Bussy, K., & Chodorow, N. (1999). The making of narcissists: The origins of narcissism in the family. *Journal of Psychoanalytic Psychology*, *16*(2), 213-234. <https://doi.org/10.1037/h0086432>
- Büyükoztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara. *Pegem Akademi Yayıncılık*.
- Cain, N. M., Pincus, A. L., & Ansell, E. B. (2008). Narcissism at the crossroads: Phenotypic description of pathological narcissism across clinical theory, social/personality psychology, and psychiatric diagnosis. *Clinical Psychology Review*, *28*(4), 638–656. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2007.09.006>
- Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides & S. J. Spencer (Eds.), *The self* (pp. 115–138). Psychology Press.

- Casale, S., & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports, 11*, 100252.
- Casale, S., & Banchi, V. (2020b). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports, 11*, 100252. Casale, S., & Banchi, V. (2020b). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports, 11*, 100252.
- Casale, S., & Fioravanti, G. (2018). Why narcissists are at risk for developing Facebook addiction: The need to be admired and the need to belong. *Addictive Behaviors, 76*, 312–318.
- Chang, E., & Zhang, W. (2019). Social media stress and academic performance among university students: A mediation role of psychological well-being. *Internet Research, 29*(3), 563-586.
- Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior, 27*(2), 755–762.
- Chou, H. G., & Edge, N. (2012). “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others’ Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 117–121.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls’ Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior, 55*, 190-197.
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social

- media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Clicks'us. (2023, August 1). We Are Social 2023 *Global ve Türkiye Raporu*. Clicks'us. <https://clicksus.com/we-are-social-2023-global-ve-turkiye-raporu>
- Cramer, E., Song, H., & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739–746.
- Çaycı, B., Çaycı, A. E., & Eken, İ. (2019). Narsisizm ve Selfie Paylaşımı İlişkisi Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 60–88.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 27-50.
- Demirci, İ., & Ekşi, F. (2017). Büyüklenmeci Narsisizmin İki Farklı Yüzü: Narsistik Hayranlık ve Rekabetin Mutlulukla İlişkisi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 37–58.
- Dibb, B., & Haun, A. (2020). Social media use and perceptions of social media effects on health during the Covid-19 pandemic: A cross-sectional survey study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(12), e22600. <https://doi.org/10.2196/22600>
- Dickinson, K. A., & Pincus, A. L. (2003). Interpersonal analysis of grandiose and vulnerable narcissism. *Journal of Personality Disorders*, 17(3), 188–207.
- Donoso, V., & Roe, K. (2006). Are they really learning online? The impact of the internet on Chilean adolescents' learning experiences. In *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications* (Eds: E. Pearson, P. Bohmon): 1679-1686, Orlando, Florida
- Duradoni, M., Innocenti, F., & Guazzini, A. (2020). Well-Being and Social Media: A Systematic Review of Bergen Addiction Scales. *Future Internet*, 12(2), 24. <https://doi.org/10.3390/fi12020024>

- Ekşi, F. (2012). Narsistik kişilik özelliklerinin internet bağımlılığı ve siber zorbalığı yordama düzeyinin yol analizi ile incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(3), 1683-1706.
- Etgar, S., & Amichai-Hamburger, Y. (2017). Not all selfies took alike: distinct selfie motivations are related to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00842>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2002). Perfectionism: Theory, research, and treatment. In *American Psychological Association eBooks*. <https://doi.org/10.1037/10458-000>
- Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2002b). Perfectionism: Theory, research, and treatment. In *American Psychological Association eBooks*. <https://doi.org/10.1037/10458-000>
- Flett, G. L., Coulter, L., & Hewitt, P. L. (2012). The Perfectionistic Self-Presentation Scale–Junior form. *Canadian Journal of School Psychology*, 27(2), 136–149. <https://doi.org/10.1177/0829573511431406>
- Foster, J. D., Campbell, W. K., & Twenge, J. M. (2003). Individual differences in narcissism: Inflated self-views across the lifespan and around the world. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 469-486. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00026-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00026-6)

- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1993). *How to design and evaluate research in education* (2nd ed.). Boston, MA: McGraw Hill.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59.
- Grijalva, E., Newman, D. A., Tay, L., Donnellan, M. B., Harms, P. D., Robins, R. W., & Yan, T. (2015). Gender differences in narcissism: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(2), 261–310. <https://doi.org/10.1037/a0038231>
- Grijalva, E., Newman, D. A., Tay, L., Donnellan, M. B., Harms, P. D., Robins, R. W., & Yan, T. (2015). Gender differences in narcissism: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(2), 261-310. <https://doi.org/10.1037/a0038231>
- Hamachek, D. E. (1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology: A journal of human behavior*.
- Hanson, J. L., Albert, D., Iselin, A. R., Carré, J. M., Dodge, K. A., & Hariri, A. R. (2015). Cumulative stress in childhood is associated with blunted reward-related brain activity in adulthood. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 11(3), 405–412.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach* (Methodology in the Social Sciences) (2nd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(3), 456–470. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>

- Hewitt, P. L., Flett, G. L., Sherry, S. B., Habke, M., Parkin, M., Lam, R. W., McMurtry, B., Ediger, E., Fairlie, P., & Stein, M. B. (2003). The interpersonal expression of perfection: Perfectionistic self-presentation and psychological distress. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*(6), 1303–1325. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.6.1303>
- Hewitt, P. L., Flett, G. L., Sherry, S. B., Habke, M., Parkin, M., Lam, R. W., ... & Stein, M. B. (2003). The interpersonal expression of perfection: Perfectionistic self-presentation and psychological distress. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*(6), 1303-1325. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.6.1303>
- Hewitt, P. L., Flett, G. L., Sherry, S., Habke, M., Parkin, M., Lam, R. W., McMurtry, B., Ediger, E., Fairlie, P., & Stein, M. B. (2003). The interpersonal expression of perfection: Perfectionistic self-presentation and psychological distress. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*(6), 1303–1325. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.6.1303>
- Hewitt, P. L., Habke, A. M., Lee-Baggley, D. L., Sherry, S. B., & Flett, G. L. (2008). The impact of perfectionistic self-presentation on the cognitive, affective, and physiological experience of a clinical interview. *Psychiatry, 71*(2), 93–122. <https://doi.org/10.1521/psyc.2008.71.2.93>
- Horzum-Taylor, M. B. (2015). Social media and self-presentation: The impact of digital communication on social comparison and body image. *Current Psychology, 34*(4), 681-691.
- IWS (2022). Internet World Stats: *Usage and population statistics. Top 20 countries with the highest number of internet users.* <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>
- Jarman, H. K., McLean, S. A., Griffiths, S., Teague, S., Rodgers, R. F., Paxton, S. J., Austen, E., Harris, E. A., Steward, T., Shatte, A., Le, L. K., Anwar, T., Mihalopoulos, C., Parker, A., Yager, Z., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Critical measurement issues in

- the assessment of social media influence on body image. *Body Image*, 40, 225–236.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.007>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010b). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kaşıkkara, G., & Doğan, U. (2017). Beğenilme Arzusu: Ölçek Geliştirme, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 51–60.
<https://doi.org/10.21666/muefd.345573>
- Kim, J., Lee, J., & Choi, D. (2003). Designing emotionally evocative homepages: an empirical study of the quantitative relations between design factors and emotional dimensions. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(6), 899–940.
- Kiral, B. A. (2009). Kendini mükemmeliyetçi gösterme ölçeğinin Türk örnekleminde psikometrik özellikleri. *Kriz Dergisi*, 17(3), 23–32.
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2019). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(2), 133-144. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.1>
- Köklü, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım özelliklerinin beğenilme arzusu, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve sosyal kaygı ile ilişkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Köksal, Y., & Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Lambert, N. M., Gwinn, A. M., Baumeister, R. F., Strachman, A., Washburn, I. J., Gable, S. L., & Fincham, F. D. (2012). A boost of positive affect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 24–43. <https://doi.org/10.1177/0265407512449400>

- Lee, A., Sun, G., & Lin, S. S. (2018). Influence of social media on perfectionism: A mediation model of body image dissatisfaction and depression. *Personality and Individual Differences*, 134, 237-242.
- Lei, Z. (2021). The impact of social media use types and social media addiction on subjective well-being of college students: A comparative analysis of addicted and non-addicted students. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100122. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100122>
- Lin, R., & Utz, S. (2015). The emotional responses of browsing Facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in Human Behavior*, 52, 29–38. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.064>
- Ling, C. S., Ramadass, S., Altaher, A., & Arjuman, N. C. (2011). *Malaysian internet surfing addiction (MISA): Factors affecting the internet use and its consequences*. 2011 IEEE International Conference on Computer Applications and Industrial Electronics (ICCAIE). 585-590. <https://doi.org/10.1109/ICCAIE.2011.6162202>
- Liu, D., Ainsworth, S. E., & Baumeister, R. F. (2016). A Meta-Analysis of Social Networking online and Social Capital. *Review of General Psychology*, 20(4), 369–391.
- MacDonald, P. (2014). Narcissism in the modern world. *Psychodynamic Practice*, 20(2), 144–153. <https://doi.org/10.1080/14753634.2014.894225>
- Marshall, T. C., Lefringhausen, K., & Ferenczi, N. (2015). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*, 85, 35–40. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.04.039>
- McCain, J., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308–327. <https://doi.org/10.1037/ppm0000137>

- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders* 48(8), 1132–1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364. doi:10.1089/cyber.2009.0257
- Miller, J. D., Back, M. D., Lynam, D. R., & Wright, A. G. (2021). Narcissism today: what we know and what we need to learn. *Current Directions in Psychological Science*, 30(6), 519–525. <https://doi.org/10.1177/09637214211044109>
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the Paradoxes of Narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177–196. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1204_1
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177-196. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1204_1Pincus,
- Nepon, T., Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2016). Self-image goals in trait perfectionism and perfectionistic self-presentation: Toward a broader understanding of the drives and motives of perfectionists. *Self and Identity*, 15(6), 683–706. <https://doi.org/10.1080/15298868.2016.1197847>
- Pan, Y., Yan, Y., Wang, L., & Bi, C. (2017). The relationship between social media use and narcissism: a meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 69, 56-65. doi:10.1016/j.chb.2016.12.034
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227–238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>

- Pincus AL (2013) The Pathological Narcissism Inventory. In J. S. Ogrodniczuk (Ed.), *Understanding and treating pathological narcissism* (pp. 93-110). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Pincus, A. L., & Lukowitsky, M. R. (2010). Pathological narcissism and narcissistic personality disorder. *Annual Review of Clinical Psychology*, 6(1), 421–446. <https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.121208.131215>
- Reed, M. (2015). Narcissism and the selfie: Investigating millennial narcissism on Instagram.
- Reed, P., Vile, R., Osborne, L. A., Romano, M., & Truzoli, R. (2015). Correction: Problematic internet usage and immune function. *PLOS ONE*, 10(10). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0140692>
- S Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Antony, M. G., & Car, S. (2017). A cross-cultural comparison of Croatian and American social network sites: Exploring cultural differences in motives for Instagram use. *Computers in Human Behavior*, 75, 643-651. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.032>
- Schoemann, A. M., Boulton, A. J., & Short, S. D. (2017). Determining power and sample size for simple and complex mediation models. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 379–386. <https://doi.org/10.1177/1948550617715068>
- Scott, C. N. (2009). The Alice M. Baldwin Scholars Program. *Naspa Journal About Women in Higher Education*, 2(1). <https://doi.org/10.2202/1940-7890.1033>
- Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Antony, M. G., & Car, S. (2017). A cross-cultural comparison of Croatian and American social network sites: Exploring cultural differences in motives for Instagram use. *Computers in Human Behavior*, 75, 643-651. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.032>
- Sherlock, M. K., & Wagstaff, D. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women.

Psychology of Popular Media Culture, 8(4), 482–490.

<https://doi.org/10.1037/ppm0000182>

Smith, K. L., Cornelissen, P. L., & Tovée, M. J. (2020). The impact of self-presentation on social media on the self-esteem and body image of young adults. *Psychology of Popular Media*, 9(3), 339-348.

Soner, O., & Yılmaz, O. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Beğenilmeme Korkusu Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 533-554.

Steers, M. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014b). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701–731. <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>

Stuart, J., & Kurek, A. (2019). Looking hot in selfies: Narcissistic beginnings, aggressive outcomes? *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 500–506. <https://doi.org/10.1177/0165025419865621>

Şen, G., & Barışkın, E. (2019). Patolojik narsisizm envanterinin Türkçe standardizasyonu, geçerlik ve güvenilirliğinin sınanması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 30(2), 118-129.

Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>

Taylor, I. H. (2015). Facebook and the being liked motive. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1216–1227. <https://doi.org/10.24289/ijsser.279131>

Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Journal of History School*, 7(XVII), 851-870. <https://doi.org/10.14225/joh474>

- Teo, W. J. S., & Lee, C. S. (2016). Sharing brings happiness?: Effects of sharing in social media among adult users. In *Lecture Notes in Computer Science* (pp. 351–365). https://doi.org/10.1007/978-3-319-49304-6_39
- Topcuoğlu, P. (2017). Çabasıız Mükemmeliyetçilik Ölçeği (ÇMÖ) Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çal. *The Journal of Turk-Islam World Social Studies*, 4(10), 480–485. <https://doi.org/10.16989/tidsad.167>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2008). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York: Free Press.
- Üzümcü, E. (2016). Büyüklenmeci ve kırılıan narsisistik kişilik özellikleri ile ilişkili faktörlerin şema terapi modeli çerçevesinde incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged In: How Media Attract and Affect Youth*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wagner, H. T., Lutz, C., & Weitz, B. A. (2021). The dark side of social media: A consumer psychology perspective. *Journal of Consumer Psychology*, 31(2), 240-254.
- Wink, P. (1991). Two faces of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 590–597. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.4.590>
- Wink, P. (1991). Two faces of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 590–597. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.4.590>
- Wittel, A. (2011). Qualities of Sharing and their Transformations in the Digital Age. *International Review of Information Ethics*, 15, 3–8. <https://doi.org/10.29173/irrie218>

Zeigler-Hill, V., Clark, C. B., & Pickard, J. D. (2011). Narcissistic subtypes and contingent self-esteem: Do all narcissists base their self-esteem on the same domains? *Journal of Personality*, 79(3), 689-710. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2011.00694.x>

EK-A: Kişisel Bilgi Formu

1) Cinsiyetiniz:

() Erkek - () Kadın

2) Yaşınız:.....

3) Hangi sosyal medya uygulamalarını aktif olarak kullanmaktasınız?

1. Instagram ()

3. Facebook()

4. Twitter ()

5. Tiktok ()

4) Sosyal Medyada Geçirilen Süre:

0-2 saat: ()

2-4 saat: ()

4 + : ()

5) Fotoğraf/ video paylaşımı yapmadan önce kendi video veya fotoğraflarınız üzerinde photoshop ile değişiklik yapıyor musunuz?

Evet: () Hayır: ()

6) Eğer bir önceki soruya evet dediyseniz düzenleme yaptığınız yerleri işaretleyiniz

Yüzümde: () Vücutumda: () Yüzümde ve Vücutumda: ()

EK-B: Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu Ölçeği

Tüm dünyada gerçekleştirilen benzer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışma da başta bilime hizmet etmeyi ardından da bu çalışmalarını kendine yol gösterici olarak alacak araştırmacılara yol göstermeyi ve dolayısıyla da topluma yararlı olmak amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında cevaplayacağınız bilgiler tamamıyla bilimsel bir çalışmada kullanılacak olup, kesinlikle başka kurum ve kuruluşlarla paylaşılmayacaktır. Soruları eksiksiz ve dikkatli doldurmanız çalışmanın doğru sonuçlanması için önemli olup, göstereceğiniz dikkat ve ayırmış olduğunuz zaman için teşekkür ederim.

M a d d e n o		Hiç bir za ma n	Ba ze n	Sık sık	He r za ma n
1	Paylaşımlarımda başkalarının ne düşündüğünden çok paylaşımı kaç kişinin beğendiği önemlidir				
2	Sosyal medyada fikirlerimi açıkça paylaşırım				
6	Arkadaşlarımda paylaşımlarımı beğenmemesi beni üzer				
11	Sosyal medya paylaşımlarımda beğenilip beğenilmemesini sürekli düşünürüm				
12	Paylaşımlarımda beğenilmemesi korkusuyla paylaşım yapmaktan çekinirim				

EK-C: Patolojik Narsisizm Envanteri

Yönerge: Aşağıda 52 betimleyici ifade bulacaksınız. Lütfen her bir ifadeyi değerlendirmeye alınız ve sizi ne kadar iyi tarif ettiğini belirtiniz. Doğru veya yanlış yanıt söz konusu değildir. İfadenin yanındaki çizgiye tek bir yanıt işaretleyeceksiniz. Her bir ifadenin, 6 derecelik ölçek üzerinden, sizi ne kadar iyi tarif ettiğini belirtiniz:

		Ba na hiç ben ze miy or	B a n a b i r a z b e n z e m i y o r	B a n a ç o k a z b e n z e m i y o r	B a n a ç o k a z b e n z i y o r	B a n a b i r a z b e n z i y o r	B a n a ç o k b e n z i y o r
1	Kendimi sık sık hayran olunan ve saygı duyulan biri olarak hayal ederim.						
2	Kendime olan güvenimde sık sık dalgalanmalar olur.						
4	Genellikle konuşarak her işin içinden çıkabilirim.						
5	Yalnızken kendimi iyi hissetmek benim için zordur.						
8	İnsanlar beni fark etmediğinde kendimi kötü hissetmeye başlarım.						

EK-D: Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ölçeği

Aşağıda bir grup listelenmiş ifade yer almaktadır. Her bir ifadede size en uygun olan seçeneği verilen ölçeğe göre işaretleyiniz. Eğer bu ifadeye kuvvetli katılıyorsanız 7'yi; kuvvetle katılmıyorsanız 1'i ve kararsız iseniz 4'ü işaretleyiniz. Eğer 1 ile 7 arasında bir yerde iseniz ölçekte 1 ile 7 arasındaki bir sayıyı işaretleyiniz. Teşekkür ederim.

(1) Kuvvetli bir şekilde katılmıyorum **(4) Kararsızım** **(7) Kuvvetli bir şekilde katılıyorum**

S. no	İfadeler	Katılım Düzeyleri						
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Başkalarına mükemmel olmadığımı göstermekte bir sorun yok.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
3	Bir yanlışım olduğunda kapatmak için bir şey yapmam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
7	Mükemmel görülebilirimsem başkaları beni çok daha olumlu algılar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
8	Başkalarının önünde yaptığım hatalar için endişe duyarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
13	Problemlerimi her zaman kendime saklamam gerektiğini düşünüyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

EK-E: Etik Komisyonu Onay Bildirim



T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Rektörlük

Sayı : E-35853172-399-00003016524
Konu : Etik Komisyon İzni (Almina GÜL EN)

15/08/2023

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi: 31.07.2023 tarihli ve E-51944218-399-00002986773 sayılı yazınız.

Enstitünüz Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık yüksek lisans programı öğrencisi **Almina GÜL EN, Prof. Dr. İbrahim KEKLİK**'in danışmanlığında yürüttüğü "**Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusunun Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Eğilimi ve Narsisizm İle İlişkisi**" başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **08 Ağustos 2023** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Sibel AKSU YILDIRIM
Rektör Yardımcısı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 3D36D6EF-E559-4429-ADAF-37D23FF7F2D2

Belge Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hu-ebys>

Adres: Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara

Bilgi için: Musa KAYA

E-posta: yazim@hacettepe.edu.tr İnternet Adresi: www.hacettepe.edu.tr Elektronik

Memur

Ağ: www.hacettepe.edu.tr

Telefon: 3051008

Telefon: 0 (312) 305 3001-3002 Faks: 0 (312) 311 9992

Keş: hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr



EK-F: Etik Beyanı

Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- * tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- * görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- * başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- * atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- * kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- * bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı beyan ederim.

.../.../2024

(İmza)

Almina Gül EN

EK-G Yüksek Lisans/Doktora Tez Çalışması Orijinallik Raporu

17/07/2024

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Başkanlığına,

Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusunun Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Eğilimi Ve Narsisizm İle İlişkisi

Yukarıda başlığı verilen tez çalışmamın tamamı (kapak sayfası, özetler, ana bölümler, kaynakça) aşağıdaki filtreler kullanılarak **Turnitin** adlı intihal programı aracılığı ile kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Rapor Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı	Gönderim Numarası
17/07/2024	82	115,018	27/06/2024	%3	2360609801

Uygulanan filtreler:

1. Kaynaklar hariç
2. Alıntılar dâhil
3. 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarını inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan eder, gereğini saygılarımla arz ederim.

Ad Soyadı:	Almina Gül EN	İmza
Öğrenci No.:	N21134209	
Ana Bilim Dalı:	Eğitim Bilimleri	
Programı:	Rehberlik ve Psikolojik Danışma	
Statüsü:	<input checked="" type="checkbox"/> Y.Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Bütünleşik Dr.	

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

(Unvan, Ad Soyadı, İmza)

EK-H: Thesis/Dissertation Originality Report

17/07/2024

HACETTEPE UNIVERSITY
 Graduate School of Educational Sciences
 To The Department of To The Department of Educational Sciences

The Relationship Of Fear Of Not Being Liked On Social Media And Narcissism And Tendency To Show Oneself As Perfectionist

The whole thesis that includes the *title page, introduction, main chapters, conclusions and bibliography section* is checked by using **Turnitin** plagiarism detection software take into the consideration requested filtering options. According to the originality report obtained data are as below.

Time Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defense	Similarity Index	Submission ID
17/07/2024	82	115,018	27/06/2024	%3	2360609801

Filtering options applied:

1. Bibliography excluded
2. Quotes included
3. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Educational Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

Name	Almina Gül EN	Signature
Lastname:		
Student No.:	N21134209	
Department:	Educational Sciences	
Program:	Psychological Counselling and Guidance	
Status:	<input checked="" type="checkbox"/> Masters <input type="checkbox"/> Ph.D. <input type="checkbox"/> Integrated Ph.D.	

ADVISOR APPROVAL

APPROVED

(Title, Name Lastname, Signature)

EK-I: Yayınlama ve Fikrî Mülkiyet Hakları Beyanı

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan "**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**" kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü/Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihinden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü/Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

..... /..... /.....

(imza)

Almina Gül EN

"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç; imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir*. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlerle ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir

*Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.