

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

**YETİŞKİNLERİN BEĞENİLME ARZUSU İLE SANAL
ORTAM YALNIZLIK VE YETERSİZLİK DUYGUSU
İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Büşra Nur GÜVENÇ

İstanbul

Ocak, 2022

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

YETİŞKİNLERİN BEĞENİLME ARZUSU İLE SANAL ORTAM
YALNIZLIK VE YETERSİZLİK DUYGUSU İLİŞKİSİNİN
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Büşra Nur GÜVENÇ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Füsun EKŞİ

İstanbul

Ocak, 2022

TEZ ONAYI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim dalı YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Füsun EKŞİ

Üye Dr. Öğr. Üyesi, Besra TAŞ

Üye Dr. Öğr. Üyesi, Enver ULAŞ

Onay

Yukarıda imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Metin Toprak

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “**Yetişkinlerin Beğenilme Arzusu İle Sanal Ortam Yalnızlık Ve Yetersizlik Duygusu İlişkisinin İncelenmesi**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Büşra Nur GÜVENÇ
İstanbul, 2022

ÖN SÖZ

İlk olarak tez danışmanım Doç. Dr. Füsun EKŞİ'ye tez sürecim boyunca yardımları için şükranlarımı sunuyorum. Çalışmalarımnda bana destek olan, beni motive eden, bana güç veren çok kıymetli aileme sonsuz teşekkür ederim. Tezin oluşturulması aşamasında desteğini esirgemeyen değerli dostum Yeliz CEYLAN'a, eniştem Sedat TULUMDAŞ'a ve bu çalışmaya katılan, anket sorularını cevaplamada yardımcı olan katılımcılara katkıları için minnettarım. Bu çalışmayı bana ilham veren çok sevgili annem Feride GÜVENÇ'e atfediyorum. Öğretici, düşündürücü ve eyleme geçirici okumalar dilerim.

Büşra Nur GÜVENÇ
İstanbul, 2022

ÖZET

YETİŞKİNLERİN BEĞENİLME ARZUSU İLE SANAL ORTAM YALNIZLIK VE YETERSİZLİK DUYGUSU İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Büşra Nur GÜVENÇ

Yüksek Lisans Tezi, Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Füsun EKŞİ
Ocak- 2022, 106 Sayfa

Bu çalışmanın amacı, yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu arasında ilişki olup olmadığını öğrenmektir. Araştırmanın çalışma grubunu, kolayda örnekleme tekniği ile belirlenmiş 2020-2021 yılında İstanbul ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri 464 yetişkin oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak “Yetersizlik Duygusu Ölçeği”, “Sanal Ortam Yalnızlığı Ölçeği (SOYÖ)” , “Beğenilme Arzusu Ölçeği” ve “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi, cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri ile anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için “Bağımsız Grup T Testi Tekniği” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi Tekniği (ANOVA)” kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık düzeyleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönde, beğenilme arzusu ile yetersizlik duygusu düzeyleri arasında ortalama düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Beğenilme arzusunun yaş durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı, cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumuna göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sanal ortam yalnızlığının cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim durumuna göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Yetersizlik duygusunun cinsiyet, medeni durum, yaş durumuna göre farklılaştığı, eğitim durumuna göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Yetişkinlerin beğenilme arzusunun sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusunu düzeylerini anlamlı bir şekilde yordadığı sonucuna varılmıştır. Araştırmanın sonuçları alanyazındaki diğer bulgular ile karşılaştırılarak tartışılmış araştırmacı ve eğitimcilerle öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlığı, Yetersizlik Duygusu.



ABSTRACT

THE INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DESIRE FOR BEING LIKED, VIRTUAL ENVIRONMENTAL LONELINESS AND INFERIORITY FEELINGS OF ADULTS

Büşra Nur GÜVENÇ

Master Thesis, Psychological Counseling And Guidance

Supervisor: Asst. Prof. Füsun EKŞİ

January - 2022, 106 Pages

This study aims to investigate whether there is a relationship between the desire for being liked, inferiority feelings and virtual environmental loneliness in adults. The study group consists of 464 adults selected with convenience sampling technique and aged 18 and older living in Istanbul in the years of 2020-2021. “Desire For Being Liked Scale”, “Virtual Environment Loneliness Scale (VELS)” “Development of Inferiority Feeling Scale” and "Personal Information Form" have been used as data collection tool. In order to determine the relationship between desire for being liked, inferiority feelings and virtual environmental loneliness in adults, correlation analysis was conducted using the "Independent Group T Test Technique" to test whether there is a significant difference with the variables of gender, age, civil status and education level” and “One Way Analysis of Variance Technique (ANOVA)”.

As a result of the research, it was found that there is a low level positive relationship between the desire for being liked levels and virtual environmental loneliness, an average level positive relationship between the desire for being liked levels and the levels of inferiority feelings. It was found that desire for being liked significantly differentiated according to age, and did not differ significantly according to gender, civil status and education level. Virtual environmental loneliness differs significantly according to age, gender, civil status and education level. Inferiority feelings differ significantly according to age, gender, civil status and did not differ significantly according to education level. It has been observed that the desire for being liked predicts virtual environmental loneliness levels and inferiority feelings levels of

adults. The results of the study were compared with other findings in the literature, and suggestions were presented to the researchers and educators.

Keywords: Desire For Being Liked, Virtual Environment Loneliness, Inferiority Feelings.



İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI.....	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖN SÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLO LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR.....	xii
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Amaç.....	4
1.3. Önem.....	4
1.4. Varsayımlar.....	6
1.5. Sınırlılıklar.....	6
1.6. Tanımlar.....	7
İKİNCİ BÖLÜM.....	8
İLGİLİ ALAN YAZIN.....	8
2.1. Beğenilme Arzusu.....	8
2.2. Sanal Ortam Yalnızlığı.....	10
2.2.1. Beğenilme Arzusu ve Sanal Ortam.....	13
2.2.2. Sosyal Medya ve Sanal Ortam.....	18
2.2.3. Sosyal Medyanın Beğenilme Arzusu ve Sanal Ortam Yalnızlığına Etkileri....	20
2.2.4. Çocukların, Gençlerin ve Yetişkinlerin Sanal Ortam İle İlişkisi.....	26
2.2.5. Sanal Ortam ve Yalnızlık İlişkisi.....	29
2.3. Yetersizlik Duygusu.....	35
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	39
YÖNTEM.....	39
3.1. Araştırma Modeli.....	39

3.2. Çalışma Grubu.....	39
3.3. Veri Toplama Araçları.....	40
3.4. Verilerin Toplanması.....	42
3.5. Verilerin Analizi.....	42
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	44
BULGULAR.....	44
4.1. Araştırmanın Birinci Alt Amacına İlişkin Bulgular.....	44
4.2. Araştırmanın İkinci Alt Amacına İlişkin Bulgular.....	44
4.3. Araştırmanın Üçüncü Alt Amacına İlişkin Bulgular.....	48
4.4. Araştırmanın Dördüncü Alt Amacına İlişkin Bulgular.....	49
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	51
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	51
5.1. Sonuç ve Tartışma.....	51
5.1.1. Araştırmanın Birinci Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	51
5.1.2. Araştırmanın İkinci Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	52
5.1.2.1. Cinsiyete Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	52
5.1.2.2. Cinsiyete Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	53
5.1.2.3. Cinsiyete Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	54
5.1.2.4. Medeni Duruma Göre Beğenilme Arzuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	55
5.1.2.5. Medeni Duruma Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma	56
5.1.2.6. Medeni Duruma Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	56
5.1.2.7. Yaşa Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	57
5.1.2.8. Yaşa Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	58

5.1.2.9. Yaşa Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	58
5.1.2.10. Eğitim Durumuna Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma	59
5.1.2.11. Eğitim Durumuna Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	59
5.1.2.12. Eğitim Durumuna Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	60
5.1.3. Araştırmanın Üçüncü Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	61
5.1.4. Araştırmanın Dördüncü Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	63
5.2. Öneriler.....	65
5.2.1. Uygulayıcılara Öneriler.....	65
5.2.2. Araştırmacılara Öneriler.....	65
KAYNAKÇA.....	66
EKLER.....	88
ÖZGEÇMİŞ.....	94

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1: Çalışma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları.....	40
Tablo 3.2: Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlık, Yetersizlik Duygusu Ölçeklerine Ait Betimsel İstatistik Değerler	42
Tablo 4.1: Ölçek Puanlarının Yüzde ve Standart Sapma Değerleri	44
Tablo 4.2: Cinsiyete göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t-Testi Sonuçları.....	45
Tablo 4.3: Medeni Duruma göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t-Testi Sonuçları.....	46
Tablo 4.4: Yaş Değişkeninin Kullanılan Ölçeklerdeki Çarpıklık, Basıklık ve $Sh_{\bar{x}}$ Değerleri.....	47
Tablo 4.5: Eğitim Durumuna göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t-testi Sonuçları.....	48
Tablo 4.6: Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları.....	49
Tablo 4.7: Beğenilme Arzusu Ölçeğinin Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeğini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları.....	49
Tablo 4.8: Beğenilme Arzusu Ölçeğinin Yetersizlik Duygusu Ölçeğini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları.....	50

KISALTMALAR

Akt. : Aktaran

Çev. : Çeviren

Ed. : Editör

vd. : ve diğlerleri

SOYÖ: Sanal Ortam Yalnızlığı Ölçeği

YDÖ: Yetersizlik Duygusu Ölçeği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölümde varsayımlara, araştırmanın problem durumuna, amacına, önemine, sınırlılıklarına ve araştırmada kullanılan kavramların tanımlarına yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

İnsanoğlu yeryüzüne ayak bastığı andan yaşadığı son zamanına kadar temel ihtiyaçlardan biri olarak yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır. İnsan doğası gereği sahip olduğu güçsüzlüğü ve yetersizliğinden dolayı kendisinden başka insanlara bağımlı olarak yaşamaktadır. Aşamalı ve sürekli gelişim süreci içerisinde olan insan, günlük yaşamındaki sosyal ilişkilerde etkileşim içinde aktif olmayı tercih etmektedir. İnsanı ilişki kurmaya yönlendiren, paylaşım duygusuna iten içgüdü, sahip olduğu en eski içgüdü olarak tanımlanmaktadır (Adler, 1993: 135). Bu durum yaşamın ilişki çerçevesinde sürdürüldüğünü, ilişkisiz bir hayatın mümkün olmadığını göstermektedir. Krishnamurti (2000: 12), insanın dağlara çekilip yaşasa veya çöllerde yalnız başına dolaşsa dahi bir ilişki içerisinde olduğunu vurgulamaktadır.

İnsanın sosyal bir varlık olduğundan bahseden Adler ise, insanoğlunda yaradılışından gelen sosyal duygunun evrensel bir şekilde varlığından söz etmektedir. İnsanın zayıf olarak dünyaya doğması ve korunma ihtiyacının olması onu zaruri bir işbirliğine gerekli kılmaktadır. Varlıklarını sürdürmek için tarih boyunca birlikte yaşayan insanlar yaşamlarını diğer insanların desteğinden yoksun bir şekilde sürdürememiştir. Böylece insanın insanla olan ilişkisi sosyal boyutu oluşturmuştur (Elmacıoğlu, 2009: 156). Kişinin sosyal duygusu yaşam boyu devam ederek değişmekte, sınırlandırılmakta veya genişleyip evrensel bir hal alabilmektedir (Özbey, 2004: 11).

İki insan birbirinin farkına vardığı an iletişim başlamakta ve konuştuğu, konuşmadığı, yaptığı, yapmadığı her şeyin bir anlamı olmaktadır (Cüceloğlu, 2002: 45). Böylece insanların birbiriyle olan ilişkisi, mutlak bir olgu olarak görülmektedir. İnsanoğlu günümüze kadar birbirleriyle olan iletişimini arttırmak için ise pek çok yöntem kullanmıştır. Ateş, duman, boru, posta güvercini, mektup, fotoğraf, telgraf, daktilo, matbaa, gazete, radyo, telefon, televizyon, telsiz, bilgisayar, internet, akıllı telefon gibi gelişmelerle iletişim zaman geçtikçe farklı boyutlarla geniş kitlelere yayılmıştır. Her iletişim aracı kendinden önceki iletişim aracından daha geniş kitleye ulaşmıştır. İnsanların ihtiyaçlarına göre sürekli gelişim içinde olan teknoloji ise

iletişim yöntemlerinde de değişimlere sebep olmuştur ve günümüzde yapılan çeşitli teknolojik çalışmalar doğrultusunda yeni iletişim araçlarıyla ileriki zamanlarda kişilerarası iletişimin daha da farklı boyutlara ulaşması ön görülebilmektedir.

Çevresi ile gün geçtikçe daha yakın iletişimde olan insanın içinde bulunduğu ilişkilerde sahip olduğu benliği, duygu, düşünce, arzu ve istekleri nezdinde çevresinden etkilenme derecesi de farklılık göstermektedir. Bu farklılıkla birlikte insan var olduğu sürece, sahip olduğu çeşitli ihtiyaçları karşılamak için farklı çabaları ortaya koyması kaçınılmazdır. Sosyal bir varlık olan insanın tek başına karşılayamayacağı biyolojik, psikolojik, fizyolojik, sosyal olarak birçok ihtiyacı bulunmaktadır (Torlak, 2000: 12-18). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de ihtiyaçların belirli bir sıra halinde sınıflandırıldığı görülmektedir. Maslow'a ait ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde üçüncü sırada bulunan ait olma/sevgi ihtiyacı, her insan için önemli bir sosyal ihtiyaç olarak belirtilmektedir. Kişiler fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını giderdikten sonra sosyal ihtiyaçlarını karşılamak istemektedir. Aidiyet, kabul görme, sosyal yaşam gibi ihtiyaçlar bu basamakta yer almakta, Maslow'a göre ancak bu sosyal ihtiyaçları karşılanan birey kendini gerçekleştirebilme durumuna sahip olabilmektedir. Kişinin ait olma ve sevgi ihtiyaç düzeyi ne kadar karşılanırsa, iyilik halinin de o kadar devam etmesi beklenmektedir.

Gruplara ait olma duygusunu hissetmek, akıl sağlığının temel evrensel konusudur. Adler, ait olma duygusunun bireyin ve toplumun sağlıklı olmasında temel bir faktör olduğunu vurgulamaktadır (Shifron, 2010: 10-11). Ait olma ve sevgi ihtiyacına bağlı olarak kişide beğenilme arzusunun var olduğu söylenebilir. Bu durum beğenilmenin sadece bir arzu olmadığını, ayrıca bir ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Beğenilmek, kişilerin davranışlarını belirleyen etkenlerden biri ve kişilerin ruh sağlığı için önemli bir unsurdur. Günümüzde de her yaşta kişiler çevresindekilerden beğenilme üzerine geri bildirimler almayı önemsemektedir. Özellikle ergen bireyler için en mühim mesele akranları tarafından beğenilmeleridir (Taylor, 2015: 1222). İnsanın beğenilme arzusunu karşılayan en iyi mecralardan birinin ise sosyal medya olduğu görülmektedir.

Sosyal medya uygulamalarıyla birlikte paylaşımda bulunan ve başkalarını takip eden kişi, daha fazla beğenilmek amacıyla paylaşımlar yapabilmektedir. Beğenilme arzusu ile kendi hayatını istediği gibi şekillendirip, olmak istediği kişi olarak hikâyesini istediği tarzda yazabilen birey paylaşımları için ise yakışanı bulmaya çalışmaktadır.

Kişilerin benzer düşüncelerinin iletişim ağı olarak hızlı yayılmasını kolaylaştıran sosyal medyada, paylaşım akımına katılan kişiler sanal ortamda zaman zaman mahremiyetini (özelini) de kişilere sunmaktan çekinmeyebilmektedir (Tokgöz, 2017: 266). Kişiler yediği, içtiği veya gittiği yeri paylaşmadığında kendilerini eksik hissedebilmektedir. Descartes'in "Düşünüyorum öyleyse varım" sözü günümüzde "Sosyal medyadayım, öyleyse varım" durumuna evrilmiş durumdadır ve sanal ortam, bu mecrada var olabilmeleri için kullanıcılarına sahte ve zorlayıcı imajlar sunmaktadır (Parlak ve Canel, 2020: 75). Sanal ortamda yaptığı paylaşımlarla beğenilme duygusunu tatmin eden kişilerin kendilerini daha az yalnız hissettikleri belirtilmektedir (İnanç ve Yerlikaya, 2008). Ancak bunun yanısıra sanal ortam ilişkilerini daha tatminkâr bulan ve sanal ortamdaki ilişkilerini önemseyen kişi sosyal ortamından uzaklaşarak yalnızlığı yaşayabilmektedir.

Sanal ortam yalnızlığı, bireyin sanal ortamda geçirdiği vaktin artmasıyla birlikte toplumdan uzaklaşması ve sosyal ilişkilerinin zayıflama durumuna denir (Yeşildal ve Ertaş, 2020: 516). Çoğu bireyin sağlıklı bir psikolojiye sahip olmadığı, gerçek hayatlarındaki sosyal ilişkilerini ve internet kullanımlarını düzenlemekte zorlanmasıyla birlikte bir de sanal ortam yalnızlığı çektikleri görülmektedir (Kim vd., 2009: 454-455). Sorunların üstesinden gelemeyen, sorumluluklarından kaçmak isteyen kişiler internetin sunduğu eğlenceli ve çekici içeriklerle sorunlarından veya yalnızlığından kaçmak isteyebilmektedir. Yapılan bir çalışmaya katılan bireylerin sosyal medya kullanım oranlarında artış oldukça yalnızlıklarının arttığı ve psikolojik iyi oluşlarının ise bu durumla ilişkili olarak azalma görüldüğü belirlenmiş (Şensoy vd., 2020: 49), ayrıca kişinin yalnızlık düzeyinin artmasıyla beğenilme arzusunun arttığı belirtilmiştir (Şahin, 2019: 88). Yaşamı olumlu olarak algılayan birey sorunlarının üstesinden gelebilip kendini topluma ait hissetmekte ancak yaşamı olumsuz algılayan birey sorunlarını çözemeyerek kendini yetersizlik duygusuna kaptırabilmektedir (Özbey, 2004: 19). Yetersizlik duygusu, kişinin yeterli ölçüde uyum sağlayamaması veya bir güçlüğün üstesinden gelebilecek donanıma sahip olmaması inancı sebebiyle açığa çıkan duygudur (Adler, 1993: 30). Yapılan bir çalışma (Akdoğan, 2017: 23) yalnızlık, yetersizlik duygusu ve güvensiz bağlanma arasında istatistiksel olarak önemli pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır ve yetersizlik duygusunun, yalnızlık ile güvensiz bağlanma arasında karar veren aracı role sahip olduğu belirtilmektedir. Böylece beğenilme arzusunu doyumak isteyen

kişilerde sanal ortam yalnızlığıyla beraber yetersizlik duygusunun görülmesi olağan bir durumdur. Bu bağlamda mevcut çalışma yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu ilişkisini değerlendirmek; araştırmaya katılan yetişkinlerin demografik bilgilerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırmak istenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusu arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir.

1.2.1. Alt Amaçlar

Bu durumda araştırmanın genel amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu ne düzeydedir?
2. Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
4. Yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusunu yordamakta mıdır?

1.3. Önem

Ailedeki yetişkinlerin bilgili, görgülü, ruhsal ve bedensel olarak sağlıklı olmaları insanlık için mühim bir haldir. Yetişkinlerin insani, ahlaki ve toplumsal değerlerinden mahrum olması, toplumu oluşturan en küçük birimi ailenin niteliğini de düşürme tehlikesiyle karşı karşıya getirmektedir. Ailelerin niteliğinin düşmesi, değerlerinin kaybolması ve aile yapısının bozulması, toplumların niteliğinin düşmesine, değerlerinin unutulmasına ve toplum yapısının bozulmasına sebebiyet verecektir (Göktürk, 2012: 13). Yetişkin bireylerin sosyal olması, sosyal ortamlarda etkin bulunması, çevrelerinde söz sahibi olması, olaylara yaklaşım tarzlarının dikkat

çekmesi, özgür seçimler yapması pek çok alanda etkilerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Yetişkinlerin yaptığı seçimlerin çevrelerine olan büyük etkisinden dolayı onların sanal ortamda harcadıkları sürenin artmasıyla, şüphesiz diğer gelişim dönemlerindeki (bebek, çocuk, ergen, yaşlı) kişilerin sanal ortama karşı tepkilerini de iyi veya kötü yönlü etkileyecektir. Sanal ortamın kişilerin yaşamının büyük bir bölümünü oluşturmasıyla beraber her gün binlerce yeni hesap oluşturularak sosyal ağ sitelerine daha çok kişi katılmaktadır. Yetişkinlerin sanal ortamda vakit geçirmesiyle birlikte hissettikleri yalnızlık ve beğenilme arzusu düzeyleri belirli oranda etkilenecektir. Bu nedenle yetişkinlerin beğenilme arzusu ve sanal ortamdaki yalnızlık düzeyleri ve yetersizlik duygusu arasındaki ilişkiyi belirlemek oldukça önem taşımaktadır.

Literatür incelendiğinde, kişilerin gerçek hayat yalnızlığı ile sanal ortam yalnızlığı arasında bir ilişki olup olmadığı üzerine yapılan araştırma bireyin yalnızlık düzeyindeki artış, beraberinde sanal ortam sosyalleşmesi ve paylaşımının arttığını göstermektedir (Ümmet ve Ekşi, 2016: 48). Yalnızlık ile beğenilme duygusu arasında bir ilişki olup olmadığı üzerine yapılan araştırma kişinin yalnızlık düzeyinin artmasıyla beğenilme arzusunun arttığını belirtmektedir (Şahin, 2019: 88). Yetersizlik duygusu ile psikolojik doğum sırasının ve yetişkinlik hayatındaki bağlanma stilleri arasında bir ilişki olup olmadığı üzerine yapılan çalışma yetersizlik duygusu ile psikolojik doğum sırasının, kişinin yetişkinlik hayatındaki bağlanma stillerini anlamlı olarak nitelediğini belirtmektedir (Ekşi vd., 2016: 1063). Beğenilme arzusu ile cinsiyet arasında bir farklılık olup olmadığını araştıran çalışma beğenilmeme durumunun özellikle kızlarda depresif problemlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir. (Oldehinkel vd., 2007: 424). Yetersizlik duygusu, olumsuz otomatik düşünceler, çaresizlik hissetme, olumsuz benlik ve kaçınma (Aysan ve Bozkurt, 1998: 6) aralarında anlamlı düzeyde ilişkili olup olmadığı üzerine araştırma yapılmış ve değişkenler arasında anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur. Kişinin yetersizlik duygusunun kendini saklaması sonucu yalnızlığın yordayıcısı olduğu ve kişilerin kendilerini sosyal ilişkilerden uzak tutarak yalnız kaldığı sonucuna varılmıştır (Çimşir ve Akdoğan, 2019: 122). Yapılan bu çalışmalar sonucundan hareketle kişilerin sahip olduğu beğenilme arzusuyla yaşadıkları sanal ortam yalnızları arasında ilişki olduğu ve yetersizlik duygusu ile kişinin benliği ve

yalnızlığı arasında da ilişkinin olması bu üç değişkenin ilişkisini araştırmaya yönlendirmiştir.

Çalışmalar incelendiğinde beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu değişkenlerinin başka değişkenlerle ilişkisinin incelendiğinin ve bu üç değişkene yönelik ayrı ayrı çalışmalar yapıldığını göstermektedir. Ancak yapılan literatür taramasında Türkiye’de yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik bir araştırmaya rastlanmamıştır. Türkiye’de yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu arasında ilişki olup olmadığını ortaya koyan bir çalışma olmaması, bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır ve alinyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

İlgili alanyazın incelemesi neticesinde çeşitli kaynaklara ulaşılması sebebiyle, hazırlanmış olan bu çalışmanın aynı ya da benzer konularda çalışma yapacak araştırmacılara, rehberlik hizmetlerine, psikolojik ve rehberlik danışmanlığı veya psikoloji alanlarının teorik ve uygulamalı çalışmalarına katkı sunması ve bilgi veren bir kaynak olması hedeflenmiştir. Araştırmadan elde edilecek bulguların, literatüre katkıda bulunması, araştırma sonucunda elde edilecek verilerin yetişkinlerin kendi durumlarının farkına varmalarına ve bununla birlikte araştırmayı inceleyerek bilgi sahibi olmaları beklenmektedir.

1.4. Varsayımlar

1. Öğrencilerin veri toplama araçlarına samimi ve tarafsız cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.
2. Araştırmanın çalışma grubunun evreni yeterli düzeyde temsil edecek büyüklükte olduğu varsayılmıştır.
3. Araştırmada kullanılan ölçeklerin doğru sonuçlar vermesi varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırmadan elde edilen sonuçların ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmesinin yanı sıra veri toplama, yöntem ve örneklem açısından sınırlılıklar bulunmaktadır.

1. Araştırma, çalışmaya katılan kişiler ile sınırlıdır.
2. Çalışma, veri toplama teknikleri yönünden, araştırmada kullanılan ölçeğin ölçtüğü özellikler ile sınırlıdır.

3. Veriler, öğrencilerin araştırmada kullanılan ölçme araçlarına verdikleri yanıtlarla sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Beğenilme Arzusu: Çevredeki insanların kişi hakkında olumlu düşünceye sahip olması ve beğenmesi için kişinin kendisiyle ilgili olumlu izlenim bırakmaya uygun davranmasıdır (Goffman, 2014: 17). Beğenilme arzusu, kişinin kendi benliğinin ötesinde çevresindeki başka insanların istediğı davranışları sergilemesidir (Kaya Erdem ve Kaya, 2019: 1459).

Sanal Ortam Yalnızlığı: Bireyin sanal ortamda geçirdiğı vaktin artmasıyla birlikte toplumdaki uzaklaşması ve sosyal ilişkilerinin zayıflama durumudur (Yeşildal ve Ertaş, 2020: 516). Kişilerin sanal ortamdaki ilişkileri önemsemesiyle yaşadıkları yalnız kalma durumudur (Ümmet ve Ekşi, 2016: 34).

Yetersizlik Duygusu: Kişinin yeterli ölçüde uyum sağlayamaması veya bir güçlüğün üstesinden gelebilecek donanıma sahip olmaması inancı sebebiyle açığa çıkan duygudur (Adler, 1993: 30). Yetersizlik duygusu kişinin hayatı içinde motivasyon destekleyicisi olarak doğal duygu olmasının yanında, tam zıttı olacak şekilde kişinin yaşam karşısında sahip olduğı cesareti de kırabilmektedir (Akdoğan ve Ceyhan, 2014: 118).

İKİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ ALANYAZIN

Bu bölümde araştırmanın değişkenlerinden beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu ile ilgili bilgi ve çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. Beğenilme Arzusu

Beğenilmek, Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2020) göre “iyi ve güzel bulunmak” olarak açıklanır. Bu tanımlama üzerinden, güzel bulunmaya karşı duyulan arzu ve bireyin etrafındaki insanlardan istendik yönde geri bildirim almaya karşı duyduğu istek, beğenilme arzusu olarak tanımlanabilir. Aristotle yazılarında beğenilme ve sevilmenin kişinin kendi yararı için çok değerli ve saygıdeğer olduğunu ifade etmektedir (Meredith-Cope, 1877: 214). Maslow'un hiyerarşisinde de bir sosyal ihtiyaç olarak belirtilen kişinin sevgi ve saygı ihtiyacı, kişilerin olumlu benlik algısının sürdürülmesi ve bu ihtiyacın karşılanması için beğenilme arzusu önemli bir unsurdur (Sarıgül, 2019: 3-33). İnsan sosyalleşme süresi boyunca beğenilme, onaylanma, takdir edilmeye ihtiyaç duymaktadır (Horzum-Taylor, 2015: 1220). Kişinin beğenilmesi, takdir edilmesi sosyal desteği içermektedir ve Seligman pozitif psikoloji kuramında (Kamen & Seligman, 1987: 213), sağlıklı bir kişilik için sosyal desteğin önemini vurgulamaktadır.

Beğenilme arzusu evrensel bir olgu ve insanın toplumsal onaya olan ihtiyacının sonucudur (Savcı vd., 2019: 88). Beğenilme arzusunun bebeklikten başladığı söylenebilir çünkü yetişkinler bebekleri severken bebekler de kendilerinin sevilmesinden hoşnut olmaktadır (Parker-Rees, 2007: 5). Sonra çocuk okula başladığında arkadaşları tarafından kabul edilmesi, beğenilmesi son derece değerli ve önemlidir (Ellemers vd., 2004: 155). Kişi yaşamı boyunca egemen olan çoğunluk tarafından beğenilmek istemekte (Brown, 2006: 20), çevresi tarafından beğenildikçe, onaylandıkça ve sosyal destek aldıkça ise kişi kendini değerli hissetmektedir.

İnsanların tavır ve davranışlarının zamanla değişmesinden dolayı kişiler çoğunlukla bu değişimle uyum halinde olmaktadır. Bu nedenle güzellik/beğenilme ölçütünün belirlenmesi çok zor olmakla birlikte, çağın ahlaki değerleri, duyguları ve modasına göre değişiklik göstermesiyle göreceli bir hal içindedir (Baudelaire, 2003: 92).

Beğenilme algısının zamana, mekâna, bireye göre değişmesi, kişilerin güzellik anlayışının ve beğenilme arzusunun sabit şekilde kalmadığını işaret etmektedir. Kişilerin onaylanma isteği ve sosyal kabul beklentisi beğenilme arzularının artmasına neden olmaktadır (Taylor, 2015: 1222).

Ait olma ve sevgi ihtiyacından ortaya çıkan beğenilme arzusu, kişinin kendisini olduğundan daha olumlu şekilde algılamasına yol açabilmektedir (Kaşıkara ve Doğan, 2017: 52). Beğenilme arzusunun sağlıklı düzeyde kalmayıp, kişinin kendini olduğundan daha olumlu bulması ve başka kişilerden gerçekçi olmayan beklentileri istemesi sorunlara sebep olabilmektedir. Bu beklentilerin karşılanması için insanın fitri duygularının yanında, normalüstü arzular da ortaya çıkabilmektedir. Başkaları tarafından beğenilmek kişilerin öz kimlikleri hakkında daha olumlu düşündüğünü ve olumlu değerlendirmelerde bulunduğunu göstermektedir (Srivastava & Beer, 2005: 967). Bu nedenle kişiler beğenilme ve beğenilmemelerine göre davranışlarını değiştirmek için uğraşmakta (Çakmak, 2018: 151), ihtiyaç duydukları kabullenme ve beğenilme için kendilerini tatmin edecek mevkileri araştırmaktadırlar (Anderson vd., 2015: 5). Beğenilme arzusuna sahip kişi tanıştığı kişilere kendini beğendirmek için oluşturduğu kimlikle kendini sunmakta, idealize ettiği kimliğiyle kendini tanıtmaktadır (Tokgöz, 2013: 1051). İnsanların çoğu başkalarıyla ilişki içinde olmayı seçerken, çevresindeki tanımadığı insanlar tarafından beğenilmemek düşüncesi onların korku hissine kapılmasına neden olabilmektedir (Walster & Walster, 1963: 402). Kişinin beğenilme ihtiyacının karşılanmaması kişiye özgüven eksikliği yaşatabilmekte, özgüvensiz birey ise diğer insanlardan soyutlanarak yalnızlık hissiyatına kapılabilmektedir (Kahraman, 2021: 16). Bu konu hakkında eski Birleşik Krallık Başbakanı Margaret Thatcher, kişinin sadece beğenilmek için yola çıkmasının, her an her şeyden ödün vermeye hazır olacağını ve hiçbir şeyi elde edemeyeceğini belirtmektedir.

Sosyal medyanın kişinin beğenilme arzusunu kolaylıkla tatmin eden bir mecra olmasıyla, problemleri sosyal medya kullanımının ortaya çıktığı görülmektedir (Savcı vd., 2020). Bir çalışmada da kişilerin beğenilme arzusu ve sosyal medya kullanımları arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Erdoğan ve Aydoğdu, 2021: 54). Histrionik kişilik inancının toplum onayı ihtiyacı ve beğenilme arzusuna etkisini inceleyen bir çalışma ise, histrionik kişilik inancının toplum onayı ihtiyacı ve beğenilme arzusunu pozitif yönlü etkilediği, toplum onayı ihtiyacı ve

beğenilme arzusunun da sosyal medya bağıllığını etkilediği belirtmektedir (Savcı vd., 2019: 996).

Davis'in araştırmasına göre sosyal medyanın kişilere kimliklerini değiştirme imkânı sunması, kişilerin kendilerini sanal ortamda daha özgür hissetmelerine sebep olmaktadır (Davis, 2012: 648). Kişisel web sayfaları, kişilerin nelerden hoşlandığı hakkında bilgiler sunarken (Vazire & Gosling, 2004: 131), kişi beğenilmesi, var olduğunun farkına varılması ve başkalarının ilgisini çekmesi arzusuyla yaptığı paylaşımlara da sosyal medyadan beğeni ve yorum beklemektedir (Özal, 2019: 99). Beğeniler, yorumlar, paylaşımlar yoluyla alınan olumlu geri dönüşler ise kişilerin selfie (öz çekim) gibi olumlu benlik imajını sergilemeye yönelik paylaşımlar yapmasına neden olmaktadır (Kearney, 2018: 14). Sanal ortam dünyasında fotoğraflar üzerinde genellikle daha çok beğeni almak için oynandığı belirtilmektedir (Tyer, 2016: 30). Yapılan bir araştırmaya (Whiting & William, 2013: 366) katılan katılımcıların bir kısmı düşüncelerini paylaşmak, sosyal medyada var olmak, farkına varılmak için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir.

Seidman (2013: 406), sosyal medya kullanımının (Facebook) kişiliği açığa çıkarma için bir araç olduğu ve benlik sunumunun kullanıcıları motive eden bir etken olduğunu vurgulamaktadır. Çoğu kişi sanal ortamda paylaşımlarını arkadaşlarına ayak uydurmak için yapmaktadır (Bradley, 2015: 60). Ancak alınan az beğeni, kişilerin mutluluğunu ve temel ihtiyaçlarını tehdit etmekte ve kişilerin önemsenmediği duygusunu ortaya çıkarmaktadır (Timeo vd., 2020: 18). Kişilerin beğeni arayışına yönelik davranışları kaygıyla birleşmektedir. Beğeni arayışı, kişilerin problemlili sosyal medya kullanımına (Facebook) sebep olmakta bu da kişilerin az da olsa endişelenmesine yol açmaktadır (Vaillancourt vd., 2019: 7). Nesi & Prinstein'in (2015) yaptığı araştırmada, teknolojideki sosyal karşılaştırmanın ve kişilerin desteklenme isteklerinin depresif hallere sebep olabileceği sonucuna varılmıştır. Kişilerin beğenilme ve takdir görme arzusuyla benliklerini sunmaları da onları depresif hallere dönüştürebilmektedir.

2.2. Sanal Ortam Yalnızlığı

İnternetin insan hayatına girmesiyle beraber ise sanal yalnızlık kavramı da ortaya çıkmaktadır. Sanal yalnızlık kavramı kişilerin zaman zaman yaşadığı gerçek yalnızlıktan ayrılarak farklı bir boyut kazanmıştır. Sanal yalnızlık, bireyin sanal

ortamda rahatlıkla var olabilirken, gerçek yaşamda başkalarıyla etkileşime girmekten çekinmesidir. Bu haliyle kişi rahatsız olmadan toplumdan uzaklaşabilmektedir (Korkmaz vd., 2014: 145-154). Bireyin var olan sosyal ilişkileri ve sanal çevrelerindeki arzu edilen sosyal ilişkileri arasında kararsızlık yaşaması sanal yalnızlık olarak tanımlanabilir (Usta vd., 2014: 215). Sosyal medyada kişi yalnız başına olmasına rağmen pek çok insanla aynı anda tanışabilmektedir. Bu durum kalabalıklar içinde yalnız yaşayan kişilerin artmasına sebep olmaktadır (Karakoç ve Taydaş, 2013: 36). Yalnızlık çeken bireylerin internet kullanmalarıyla ilgili şu söylenebilir ki, sanal topluluklardaki dikkati çekebilen şeyleri paylaşmak, içeriği doğru bir şekilde organize etmek ve grup tartışmalarında görev dağılımı yapmak, bireylerin bilgi paylaşımında katılımını etkileyebilmektedir (Yılmaz, 2019: 1711).

Yalnız kişiler sosyal ilişkilerini sanal ortamda oluşturmak amacıyla internete başvurabilmekte, yanlış anlaşıldığını hisseden yalnız bireyler kendilerini teselli etme duygularını aramak için sanal ilişkileri kullanabilmektedir (Young, 1998: 243). Yalnız bireyler negatif yaşam koşullarına (zarar gören iş, okul veya diğer ilişkileri) çare bulmak ve eksik sosyal becerilerini telafi etmek yerine internet kullanmayı tercih edebilmektedir (Kim vd., 2009: 454). Sanal sosyal dünya, sosyal bağlanmayı durdurmasına rağmen yalnızlık acısını dindirmek isteyen kişilere cazip gelebilmektedir. Yalnız kişiler, sanal dünyada daha arkadaş canlısı olabilmekte, sosyal ilişkilerinde sorun yaşarken sanal ilişkilerinde etkileşim halinde bulunabilmektedir. Bu nedenle yalnızlık çeken kişiler, ihtiyaç duydukları dijital dünyadan yararlanmayı sürdürecekler ve bu sayede yalnızlıklarının azaldığını destekleyeceklerdir (Nowland, 2017: 26).

Yalnızlık ve kaygı hislerinden uzaklaşmak için gerçek yaşam ilişkileri yerine sanal ortam ilişkilerini tercih edebilirler ve bu kişilerin internete bağımlı olma düzeyleri de epeyce yüksek olarak açıklanabilmektedir (Koyuncu vd., 2014: 1001). Kişiler internette isimsiz bir şekilde sohbet ettiğinde yalnızlık ve depresyonlarının önemli ölçüde azaldığını düşündükleri sonucuna varılmıştır (Shaw & Gant, 2002: 168). Görsel içerikli sanal platformlar kullanan kişilerin ise mutlu, hayatla barışık ve daha az yalnız hissetmeye meyilli oldukları gözlenmiştir ve bu sonuç çağdaş dijital toplumda yalnızlığın doğasına ve sosyal medyanın yan etkilerine ışık yakmıştır (Pittman & Reich, 2016: 164). Ancak diğer yandan, modern yaşantının getirisi olan bireyselleşme ile birlikte, sosyal ilişkilerini geliştiremeyen gençler yaşadıkları boşluk

duygusunu sanal ortamla gidermeye çalışmakta bu sürede ise internetin zararlarına maruz kalmaya ve bağışıklığa neden olan virüse kapılmaktadırlar (Genç vd., 2018: 307). Morahan Martin & Schumacher (2003: 659), internet kullanımının artmasını yalnızlıkla ilişkilendirmekte ve internetin kişileri gerçek olan yaşamdan uzaklaştırarak yalnızlığa ittiğini, yalnız olan kişinin sanal ortamdaki insanlarla kendini tatmin etmeye çalışmasıyla internet kullanımının bağımlı hale geldiğini belirtmektedir. Yao & Zhong (2014: 165) araştırmalarında, kişilerin depresyonda olduğu veya kendilerini yalnız hissettiklerinde internete olan bağılıklarının arttığı ve yalnızlık duygularının azalmasıyla ise sanal sosyal bağlarının azaldığı gözlemlenmiştir.

Sanal ortam yalnızlığı ile ilgili yapılan bir çalışmada, iletişim becerileri eğitimi sonrası kişilerin sanal ortam yalnızlıklarının düştüğü sonucuna varılmıştır (Temel ve Şişman, 2017: 177). Bu durum problemlili internet kullanımının kişilerin hayatında büyük bir etkiye sahip olabildiğini göstermektedir. Pornografik sahneler izleme, online oyunlar oynama, web üzerinden alışveriş yapma, tanıdıklarla anlık mesajlaşma ya da dürtüsel olarak internette sörf yapma yetişkinlerin internet aktiviteleri arasındadır. Yetişkinlerin problemlili internet kullanımı ilişkilerinin etkilenmesine sebep olan yollardan biridir. Aile mahkemesi, sanal zina, sanal seks ve diğer uygunsuz internet kullanımlarıyla ilgili boşanmaların arttığına ve bu uygunsuz kullanımın hapis hükümlerine sebep olduğunu vurgulamaktadır (Recupero, 2008: 506).

Teknolojik imkânların artmasıyla, eğlence dünyası ve sanal oyun, sanal cinsellik, sanal dünyadaki sahte ilişkiler, hazzı arttıran sanal alışveriş ve çeşitli sosyal medya sitelerinin içerikleri bazı kişiler için gün geçtikçe daha cezbedici bir hal almaktadır. Bu durum kişilerde bağımlılık ve patolojik durumları ortaya çıkartmaktadır (Merter, 2012: 3). Yapılan başka bir araştırma, üniversite öğrencilerinin üniversite yaşamına olan uyumlarının azalmasıyla sosyal rahatlama için problemlili internet kullanımlarında artış olduğunu (İkiz vd., 2015: 43) ve sosyal medyayı yoğun kullanan öğrencilerin özel sorunlarını aile üyeleriyle paylaşmaktansa sosyal medyadaki arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih ettikleri belirtilmektedir (Demir, 2016: 45). Lise öğrencileriyle yapılan başka bir araştırma ise, lise öğrencilerin sanal risk düzeylerinin artması ile sanal ortamda yalnız hissettiklerini ortaya koymaktadır (Arslankara ve Ustu, 2019: 298). Köklü'nün çalışmasında (2019: 42) bireylerin

kadınların sosyal medyayı daha çok güncel akımlara uygun içerik paylaşımı yapmaya yönelik kullandıkları, erkeklerin ise yeni insanlarla tanışmak amacıyla kullanma oranının yüksek olduğu saptanmıştır. Erkeklerin kız öğrencilere göre daha yalnız hissettikleri ve daha çok sanal zorbalıkla uğraştıkları sonucuna varılması (Kanbul & Ozansoy, 19: 1363), sanal sosyal dünyanın kullanımına yalnızlığın sebep olduğunu eğitimcilerin anlamasını önemli bir hale getirmektedir (Davidovitch, 2019: 12).

Kişiler sanal ortama ne kadar maruz kalırsa, gerçek hayattan da o kadar kopmakta ve yalnızlık düzeyleri artmaktadır. Çünkü kişilerin düzenli sosyal ya da spor aktivitelerine katılması sosyal ortam yalnızlığını azaltmakta kişinin kendisini geliştirmesine pozitif etki etmektedir (İbili & Billinghamurst, 2019: 51). Sanal ortamın bireyin yalnızlığı giderici bir rolü olmamakla birlikte, geçici ve gerçek olmayan bir dünyaya kişileri adapte etmektedir. Kişi sanal ortama bağlandığı teknolojik aletleri kapattığında, gerçek yalnızlığıyla yüz yüze gelmekte, yalnızlık duygusunu daha fazla hissetmektedir.

2.2.1. Beğenilme Arzusu ve Sanal Ortam

Beğenilme arzusu, yazılı ve görsel basında medyanın ve sanal ortamın her alanında görülmektedir. Sanal ortamda beğenilmek isteyen kişi, sosyal rollerini bir kenara bırakarak, istediği yaş veya cinsiyette kendini gösterebilmektedir. Sanal ortamın kusursuzluğu kutsallaştıran, beğenilmeyi kutsayan, beğenilmeyeni ise silikleştiren özelliği, kullanıcılarının sanal benlik/kimlik oluşturmasını sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının dijital ortamda kendi düşünceleriyle kimliklerini istediği şekilde oluşturması sanal kimlik olarak adlandırılmaktadır. Kişiler özgür şekilde kimliklerini olduğundan farklı profillerle yansıtabilmekte ve istediğinde değişiklik yapabilmektedir (Türkmen, 2020: 34-36). Farklı sosyal veya sosyal olmayan davranışlarla meşgul olan kişiler ise sanal bir kimliği kontrol edebilmektedir (Luhmann vd., 2014: 2). Kişilerin oluşturdukları profil sayfası, başkalarının kişinin profili hakkında olumlu/olumsuz bir algıya sahip olmasını sağlayan en güçlü verilerdir (Saruhan, 2018: 156). Kişiler ortamlarını sanat eseri gibi düzenlemeyi amaçlamakta, gündelik yaşamdaki algılarını aynı andalıkta zirve noktaya çıkarmaya çalışmaktadırlar (McLuhan, 2019: 68). Bu durum sosyal medya içerisinde kişilere 'kimliksizleşme' ya da 'çoklu kimliklilik' seçenekleri sunmaktadır. Kişilerin sosyal medyada sosyalleşmesi, onları gerçek yaşantılardan uzaklaştırıp sahte kimlikler

oluşturmasına sebep olabilmektedir (Öcal, 2018: 35). Goffman (2009: 35-66), kişinin cinsiyet, yaş, görünüş gibi özelliklerini 'kişisel vitrin' olarak tanımlamıştır. İmge, kişinin özünden önce gelmekte, kişilerin ne olduğu değil nasıl görüldüğü önem taşımaktadır. Sosyal medyada kullanıcıların profil fotoğrafları ve görünüşleriyle takıntılı şekilde ilgilenmesi dış görünüme verilen önemin etkisidir (Sayar, 2019: 82). Sahte vitrin sunan kişilerin oluşturduğu dekoratif görünüşle gerçek olanın arasında uyumsuzluk olması ise kaçınılmazdır.

Günümüzdeki kişilerin önce yapacakları paylaşımın planını yapıp, sonra beğenilme kaygısıyla paylaşımlarını sosyal ağlarda paylaşılabilir duruma getirme çabası içinde oldukları görülmektedir. Beğenilme amacıyla kurgulayıp paylaşılan gönderiler kişinin gerçek benliği ve ideal benliği arasında farklılıklar oluşturmakta ve gerçek dışı, yapay bir hal almaktadır (Barıtcı ve Fidan, 2018: 57). Sosyal medya kullanımının zaman geçtikçe artması, kişilerin nesneleşmesine neden olmakta ve beraberinde kişilerde beğenilme arzusunun arttığı vurgulanmaktadır (Özgüngör ve Arıcıoğlu, 2020: 35). Yapılan bir anket sonucu, kişiler beğenilme arzusuyla, sosyal hayatını başka kişilerle paylaşmak istemekle beraber, kendilerini paylaşarak karşı cinsten bireylerin dikkatini çekme ve kendilerini ifade etme amaçları taşıdıkları belirtilmektedir (Alemdar vd., 2017: 85). Başka bir araştırma, beğenilmeme durumunun özellikle kızlarda depresif problemlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir. Böylelikle kızların bu konuda erkeklerden daha hassas olduğu vurgulanmaktadır (Oldehinkel vd., 2007: 424). Sosyal medyanın kullanımı kendini mükemmeliyetçi gösterme amacı olan kişilerin beğeni alma, kusur saklama ve kendilerini mükemmeliyetçi gösterme düzeyleri yüksek bulunmuştur (Köklü, 2019: 75).

Kişilerin kendilerini nesneleştirilmesi başkaları tarafından beklenen beğenilme arzularının artmasıyla ilişkili olmasıyla beraber sosyal medya kullanımı kadınların nesneleşmeyi erkeklere oranla daha çok benimsemesine rol oynamaktadır (Özgüngör ve Arıcıoğlu, 2020: 41). Teşhir ve gözetleme, sosyal medya sayesinde şiddetlenmektedir. Kişilerin takip edilmesi, gözetlenmesi ve söylediklerine tepki alması kişilerin sosyal medyaya bağlı olmasını sağlamakta ve bu durum onları mutlu etmektedir. Sosyal medya iş amaçlı veya özel amaçlı kullanılsa da teşhir boyutu etkin olmaktadır (Uyanık, 2013: 3). Gerçek hayatında yaşadığı eksik duyguları telafi etmek, sanal ortamda kendi benliğini kabul ettirmek ve beğenilmek isteyen birey

kendini olduğundan daha iyi, daha yardımsever, daha bilgili veya daha güzel gösterme çabasına girebilmektedir.

Sosyal medya pazarlama ve ilişkilerin kaynaşması, müşterilerin ilgi duyduğu bilgi veya eğlence ile ilişkilerinin inşa edilmesi ve temas kurdukları kişilerle beğenme, izleme ya da paylaşımlarını giderek kaynaştıran önemli bir kısımdır (Burton, vd., 2019: 392). Kitlesele olarak üretim ve tüketime dayanan sistem içinde, kişilerin istenilen ürünleri tüketmesi ve sunulan görüşlerin kabul görmesi için en uygun alanın kitlesele iletişim araçları olmasıyla birlikte (Yaylagül, 2006: 18), sosyal medya kullanıcıları döngüsel hızlı tüketim sisteminin içinde yalnız dış görünüşle var oldukları düşüncesine odaklatılmaktadır. Görsel reklamlar tüketicilerin ilgisini çekmede önemli bir rol oynayarak, reklam ikna ediciliği ve satış imkânını artırmaktadır (Shin vd., 2020: 1461). Reklam yapaylığı şişirilmekte ve insanlar diğerleri tarafından beğenilmek için hatalı bir şekilde reklamlara gereğinden fazla değer verebilmektedir (Covin, 2011: 136). Sosyal medya, marka müdürlerinin müşterinin markaya karşı tavırları ve kabullerini daha iyi öğrenmesi için yardımcı olabilmekte böylece markanın popülaritesi sosyal medyada müşterilerin markayı tercih etme kapsamına göre artabilmektedir (Kim, vd., 2019: 25). Örneğin; İntagram uygulaması reklam sektörünün ilgisini çekmiş ve sosyal ağdaki şöhretleriyle kanaat önderi haline gelen sosyal medya fenomenleri (Karaçelik, 2019: 70-94) ve influencer gibi sosyal medyada etkili olan kişiler yoluyla pazarlamacılar gitgide markası ve ürünlerinin bilgisini yaymıştır (Valsesia vd., 2020: 1165). Influencer Marketing olarak adlandırılan bu sistem, kullanıcıların markalar hakkında karar vermeleri için büyük etkiye sahip ve aynı zamanda büyük kitlelere ulaşabilmektedir. Bu pazarlama sistemi reklamlardan daha çok etkili olmasıyla birlikte markalara güvence ve itibarlarını oluşturma ve koruma imkânı vermektedir (Yalçın, 2016: 284-285).

Sosyal medya gönderileri firmaların takipçileriyle hemen iletişime geçmesine izin vermektedir (Wang vd., 2020: 1521). İnternet sitesinden bir ürün aldığıında kişiler kendisi hakkında da bilgi bırakmakta, şirketler ise ürünlerini iyi şekilde pazarlamak amacıyla kişilerin bilgilerini toplayıp, benzer ürünleri veya kullanıcıların hoşuna giden ürünleri kategorize edip karşısına çıkararak tüketimi hızlandırmaktadır (Toktaş vd., 2012: 56). Kişilerin beğenilmeye olan düşkünlükleri, pazarlama sahasında da hileliklere yol açmış, fazla satış yapmak isteyen kurumlar ve daha fazla kişilere ulaşmak isteyen influencerlar beğeni sayısını arttırmak için takipçi ve beğeni satın

almaya başvurmuşlardır. Sosyal medya uygulamalarındaki “Beğen” butonu, bir bakıma kişilerin sosyal gereksinimlerini tatmin etme ve sosyalleşme güdüsünü karşılama görevi görmesi dolayısıyla kullanıcılar tarafından beğeni sayısı önem arz etmektedir (Taylor, 2015: 1223). Öğrenciler için takipçi ve beğeni sayısının prestij değerinde olduğu, paylaşılan fotoğraflar kişinin hedeflediği sayıya ulaşmadığında silindiği belirtilmektedir. Takipçiler kullanıcıların paylaştığı fotoğrafları beğenmek için bazı şartlar beklemektedir ve o şartlar karşılandığında beğeni yapmaktadırlar. Beklenen şartları karşılamak için kullanıcılar benliklerini şekillendirme çabasına girmektedir (Cansever, 2019: 19). Kullanıcılar tanımadıkları kişiler hakkında dış görünüşlerine göre yargıya varmakta bu durum kullanıcıların kişisel imajlarını istenilen ölçüte göre oluşturmaları beklentisini meydana getirmektedir. Araba, ev, telefon, kıyafet statü sembolü olarak algılanmakta, kişinin bindiği arabaya, yaşadığı eve, kullandığı telefona, giydiği kıyafete bakılıp kişi hakkında yargıya varılmaktadır. Eğer marka değerleri yüksekse kişi zengin olarak algılanıp, eğitim ve kariyelerine bakılmayıp kişi hakkında olumlu düşünceler oluşmaktadır. Madde ilişkilerine bağlı ilişkiler meydana gelmekte, insanlar manevi özelliklerini ikinci sıraya koymaktadır (Öztürk, 2019: 104). Böylece kişilerin ihtiyaçtan çok statü, kimlik, imaj için tüketmeye çekilmesine neden olmakta ve gösteriş tüketimi meydana gelmektedir. Sosyal medya ile gösteriş tüketimi yayılmaktadır (Okmeydan, 2017: 52).

Bununla birlikte diğer kişilerle olan benzerlikleri ve toplumun beklentisi olan farklı olma baskısı arasında kalan kişi, moda olan ürünlerle kendini eşsiz yapmak için uğraşmakta ve tüketim odaklı olmaktadır (Eryılmaz, 2020: 385). Reklamlar, dizi ve filmlerin yanında ayrıca sosyal medyanın güzellik, estetik algısının fazla olması ve giderek atması, beğenilme ölçütünü sorgulamakta ve bu ölçüt devamlı olarak değişmektedir. Kişi ise sanal ortamda sunduğu kusursuz kimlikle fiziksel yaşantısında karşılaşamadığında benlik ve kimliği arasında sorunlarla karşılaşabilmektedir (Uğurlu, 2015: 241). Erkekler beğenilmeyi belirlemede çekiciliğe kadınlardan daha çok değer vermektedir ancak bir kullanıcı beğenisindeki kadınların algısı, yüksek sayıdaki takipçi veya beğenilerle daha artmakta ve çekicilikle ilgili benliklerin ise yüzdesi az olduğu ortaya konmuştur (Bradley, vd., 2017: 10).

Kişilerin beğenilme arzusu sebebiyle sosyal medyada kendilerini çoğunlukla kısıtlandıkları ve takipçilerin beklentisine göre paylaşım yapıldığı görülmektedir

(Kaya Erdem ve Kaya, 2019: 1464). Yoğun olan beğenilme arzusu, çeşitli stratejilerle kişilerde sahne önüne geçme isteği oluşturmaktadır. Böylece sosyal medyada kişiler kendini kabul ettirici sunumlar ve stratejik paylaşımlar yaparak beğenilme arzularını tatmin etmek istemektedir (Gündüz vd., 2018: 1883). Kişinin sosyal hayat içindeki durumu, sosyal duygusunun düzeyi ve sosyal ilişkileri kişi hakkında bilgi verebilirken, sosyal medyada kişinin sunduğu bilgiler gerçek dışı olabilmektedir. Sosyal medya paylaşımlarıyla narsistik kişilik arasında anlamlı ilişki de bulunmaktadır. Çünkü sosyal medyada kişiler yazı paylaşımları yapmak yerine kendi fotoğraflarını paylaşmayı tercih etmektedir (Şafak ve Kahraman, 2019: 67). Bu durum kişileri narsist benlik riskiyle karşı karşıya getirebilmektedir. Narsist benlik, kişinin sadece kendine güvenmesi veya kendine sağlıklı değer vermesi durumunun dışında, aşırı bir tutumla kişinin kendisine hayranlığı olarak tanımlanabilir. Narsist olarak tanımlanan kişiler, kendilerini ortalama insandan daha çok severken, başkalarını önemsemenin çok da önemli olmadığına inanmaktadır. Ayrıca narsist kişi isteklerinin gerçekleşmesine engel olan her şeye öfkeli, ele geçiremediğine ise düşman olması öngörülen bir durumdur (Cangöz, 2008: 25).

Sosyal medya sitelerinin narsisizmi besleyen bir kanal özelliğinin olması, bunun etkisi olarak ise kişilerin kendilerini kişisel marka olarak oluşturmak için çaba halinde oldukları görülmektedir. Örneğin; Facebook ve Twitter kullanıcı paylaşımları ile narsisizm arasında pozitif ilişki bulunmuştur (Panek vd., 2013: 2009). Facebook kullanıcılarının, kullanmayanlara göre daha narsist oldukları ortaya çıkmıştır (Skues vd., 2012: 2415). Yine Brailovskaia ve arkadaşlarının çalışması (2020: 3), Facebook kullanımıyla kişilerin narsistlikleri arasında pozitif anlamlı ilişki olduğunu belirtmektedir. Akbulut'un çalışması da (2020: 140), sosyal medya bağımlılığı ile narsisizm arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal medyada çok kullanılan instagram uygulamasının kişilerin beğenilme arzusuyla yakından ilişkisinin olduğu belirtilmekte (Sadık ve Kardaş, 2018: 44), instagram hesaplarında narsisizmle bağlantılı olarak gösteriş, kişinin kendini yüceltmesi ve benmerkezci gibi bulgulara saptanmıştır (Nacaklı, 2018: 266). Üstelik instagram kullanıcılarının çekici görünme motivasyonlarının artması narsisizm düzeylerinin de arttığı sonucuna varılmıştır (Akkaş vd., 2019: 152). Yine Kristinsdottir ve arkadaşlarının çalışması (2021: 11), toplumsal narsisizmle sosyal medyayı kullanmanın arasında kuvvetli ilişki olduğu ve kişileri sosyal medya

kullanımı için motive ettiği vurgulanmıştır. Zell & Moeller çalışmasında (2017: 8) ise yüksek narsist kişilerin, diğer kişiler tarafından görünür ve popüler olmak için görsel paylaşımlar yaptığından bahsetmektedir. Böylece sosyal paylaşım sitelerinin, gerçeklikle hayal dünyası arasında olan mesafeyi gün be gün açtığı ve sanal ortamdaki kişilerin, gerçek hayatlarından daha iyi kimlik seçme eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Twenge & Campbell, 2015: 25).

Sıradan insanların bile sanal internet ortamında şöhreti bulabilmesi, kendi adına web sayfası hazırlayabilmesi, kişilerin beğenilme arzusunu doyurabilmektedir. Ancak kişi profil oluşturup, beklemeye başladığında reddedilme endişesi ya da cevap verilmeme tehlikesiyle de karşı karşıya kalmaktadır (Twenge: 2009: 48-126). Yalnızlık ve olumsuz değerlendirilme korkusu arasında düşük, beğenilme arzusu ile orta düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğu ortaya konmuştur (Bingül, 2020: 38). İnternetteki sosyal medya uygulamaları, arkadaş siteleri, insanların tanışmasını kolaylaştırmasıyla birlikte kaygı sendromunu da aşılamaktadır (Twenge, 2009: 155). Bu durum kişide kaygı ve yalnızlık korkusunu oluşturabilmektedir.

2.2.2. Sosyal Medya ve Sanal Ortam

İletişimi kolaylaştıran, kullanımı hızlı ve hesaplı olan sosyal medya, bireylerin ve toplumların paylaşması, sanal ortamda bir şeyleri birlikte oluşturması, tartışması ve kullanıcılarının geliştirdiği içeriği değiştirmesi yoluyla birbirini etkileyen mobil ve web tabanlı teknolojik platformlar olarak kullanılmaktadır (Kietzmann vd., 2011: 241). Dijital çağ olarak adlandırılan bu dönemde, sosyal medya kullanıcıların gün geçtikçe arttığını yapılan çeşitli araştırmalar sonucu elde edilen veriler göstermektedir. Statista veri tabanı (2021) verileri, 2021 yılının ocak ayında 4.66 milyar aktif internet kullanıcısı, 4.32 milyar aktif mobil internet kullanıcısı ile 4.2 milyar etkin sosyal medya kullanıcısının olduğunu, 4.15 milyar ise etkin olarak mobil sosyal medya kullanıcısının olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya ve sanal ortam uygulamalarının her yaş grubu insan tarafından kullanılmasından dolayı insanlar yaşam düzeninin çoğunu sanal ortamda geçirebilmektedir. Sanal ortamın sundukları imkânlarla beraber insanın sanal yalnızlık yaşaması ise olası bir durumdur. Sanal ortam yalnızlığını daha iyi anlamak için sosyal medyayı ve sosyal medyanın etkilerini, yalnızlıkla ilişkisini tanımak gerekmektedir.

Sosyal medya iki terim olarak incelendiğinde, sosyal; bilginin alınması veya paylaşılmasıyla insanların etkileşimde olma hali, medya ise; televizyon, radyo, gazete gibi toplu iletişimi içeren sanal ortam aracı olarak tanımlanmaktadır (Kanwar & Taprial, 2012: 9). Sosyal medya düşünceleri, aktiviteleri, duyguları ve daha fazlasını iletişim ağıyla paylaşılan bir uygulamadır (Rahman & Razak, 2019: 3). Medya kitle iletişim araçlarıyla belirli mesajlar ve görüntüler topluma iletilmektedir. Kitle iletişim araçları uydu ve bilgisayar teknolojileriyle daha da yaygın hale gelmiştir (Yaylagül, 2006: 4). 1990'lı senelerin sonlarında sosyal medya siteleri kurulmaya 2000'li senelerin ortalarında ise internet kullanılmaya başlanmıştır (Kıvanç, 2019: 95). Her yaş grubundan insanın hayat düzeninin büyük bir çoğunluğunu oluşturan sanal ortam bebeklerin bile ilgisini çekmesi, günlük hayatta herkesin şahit olduğu olaylardan biridir. Bunun en önemli kanıtlarından birisi "Baby Shark" çocuk şarkısının son yıllarda rekor kırmasıdır (Statista, 2021). Çocuklar, gençler, yetişkin ve yaşlılar olarak tüm yaş grubundan insanlar kolaylıkla sosyal medya kullanımına ulaşabilmektedir.

Doan ve arkadaşları (2011: 88), sosyal medyayı kendi içerisinde farklı kategorilere ayırmışlardır:

- Fotoğraf paylaşım (Flickr, Picasa vb.)
- Sosyal ağ (Facebook, MySpace, LinkedIn vb.),
- İçerik yayınlama (Blogger.com, WordPress vb.),
- İçerik oluşturma (Wikipedia vb.),
- İçerik araştırma (Google Search, Yahoo! Search, Microsoft vb.),
- İçerik paylaşma (Napster, YouTube, Flickr)
- İçerik değerlendirme (Amazon)
- Mobil uygulamalar (AOL Mobile, SMS.ac. vb.),
- Kişilerarası iletişim kurma (iChat, Skype vb.).

Gün geçtikçe sosyal medyada var olanlarının arasına yeni sosyal medya araçlarının katıldığı ve gruplandırılmalarının ise zorlaştığı görülebilmektedir. Bugün toplumun bel kemiği olan internet; kişisel bilgisayarlar, dijital video ve ses kaydediciler, video kameralar, akıllı telefonlar ve giyilebilir akıllı saatler gibi yaygın erişimi birleştirmekle birlikte oluşturulabilir ve paylaşılabilir sanal bir dünyanın parçası halinde tüketicilerin yaşamasını sağlamaktadır (Tuten, 2012: 4). Zamanla gelişen iletişim ağı kapasitesiyle beraber akıllı telefonlar, internette sörf yapmak, mail

göndermek, arama motorunu kullanmak, video seyretmek, fotoğraf paylaşmak, çok kullanıcıli online oyunlar oynamak gibi işlevler için kullanıcıların istediği yerde internete bağlanmasını sağlamaktadır (Bian & Leung, 2014: 13). Böylece bilgisayara gerek duymadan akıllı telefonlarla kişiler sosyal ortamı kolaylıkla kullanabilmektedir.

2.2.3. Sosyal Medyanın Beğenilme Arzusu ve Sanal Ortam Yalnızlığına Etkileri

Kişilerin sosyal medya kullanımı, sosyal medyadan beklentisi ve amacı farklılık göstermektedir. Yapılan bir araştırmaya (Whiting & William, 2013: 366) katılan katılımcıların %88'i sosyal medyayı aile, dost, iş arkadaşları veya eski/yeni arkadaşlarıyla iletişimde olmak için kullandıklarını söylerken, %80'i indirimleri kaçırmamak, işleri haklarında bilgi sahibi olmak ve özel günleri (doğum günleri, partiler vs.) takip etmek için kullandıklarını belirtmektedir. Bazı kişiler ise yalnız kalmak amaçlı kullanabilirken, bazıları beğenilmek, takdir toplamak, sosyal ortamda sosyalleşmek için kullanabilmektedir. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyayı farklı kullandıklarını ve farklı doyumlara sahip olduklarını göstermektedir (Tektaş, 2014: 853). İnternet kullanıcılarının çoğu, fikirlerini ve tecrübelerini online olarak paylaşmak, seslerini ucuz yoldan direkt olarak duyurmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadır (Li & Xie, 2020: 16). Sosyal medya, bilginin paylaşılmasını kolaylaştırmakta ve sahip olduğu bilgiler asla kaybolmamakla birlikte kişiler istediği bilgiye anında ulaşabilmektedir. Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Skype, Youtube, Tiktok, WhatsApp, Pinterest, Vine ve daha birçok sosyal medya uygulamaları gün geçtikçe çeşitli özelliklerle güncellenmekte, bu platformların bazıları zaman geçtikçe popülerliğini kaybederken, bazıları da kullanıcılarının sayılarını giderek artmakta ve kullanıcılar hakkında yaygın olarak bilgiler sunmaktadır.

Toplumsal iletişimdeki kişiler, iletişim kurmak, kendi düşünce ve duygularını başka insanlara aktarmak amacıyla daima bir araç veya mecraya ihtiyaç duymaktadırlar. Örneğin; WhatsApp 2009 yılından beri en çok tercih edilen mobil mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanımının basit, işlevsel olması ve kişiler arası iletişimi hızla yaymasından dolayı herkes tarafından tercih edilebilir olmasını sağlamıştır. WhatsApp, kullanıcıların günde yaklaşık 30 milyar mesajlaşmanın yanında 400 milyon fotoğraf paylaştıkları yaygın olarak kullanılan bir araçtır (Yalçın, 2016: 249). Kullanıcılar fotoğraf paylaşmanın yanı sıra video, ses, lokasyon paylaşımını da yapabilmektedir. 24 saatlik anlık durum paylaşımı ve sesli, görüntülü arama

yapılabilmektedir. Kişiler birbirleriyle özel olarak konuşmalarına ek olarak çoklu kişileri içeren gruplar da kurabilmektedir. Kişilerin WhatsApp uygulamasına son giriş saatinin görünmesi ve gönderilen mesajın kişiye iletiildiği (iki tik), mesajın görünüp görünmediği (mavi renkli iki tik) gönderici tarafından görülebilmektedir. Böylece her sosyal medya uygulaması sayesinde kişilerin karakterleri, yaşam biçimleri, fikirleri, hayatı hakkında az çok bilgi sahibi olunmaktadır.

Sosyal medyanın içeriği inceleme, beğenme, beğenilme ve kullanıcıların benzerlik duygularının canlandırılması özelliği de sosyal medyayı kişiler için cazip kılmaktadır. Öyleki sosyal medya değerlendirmeleri işe alım müdürlerinin dahi bu durumdan etkilendiğini göstermektedir. İşe alım müdürlerinin aday değerlendirmesi için adayların Facebook, LinkedIn gibi sosyal medya platformlarında paylaşımlarını (politik üyelik veya dini tercihi vs.) gözden geçirdikleri sonucuna varılmıştır (Wade vd., 2020: 1303). Çünkü sosyal medya kullanıcıları kişilik bilgilerini, görüşlerini, fotoğraflarını sosyal medya uygulamalarında paylaşmaktan çekinmemektedir. Örneğin; kişilerin en çok kullanmayı tercih ettikleri uygulamalardan biri de Instagram'dır.

Popülerliğini arttıran sosyal medya uygulamasından biri olan Instagram, kullanıcıların yaşadığı anları, seri (ayarlanmış filtreli) fotoğraf ve videoları çekip akıllı telefonlar aracılığıyla arkadaşlarıyla anlık paylaşımlarını sağlayan bir yoldur (Hu vd., 2014: 1). Sosyal ağ paylaşımı olan Instagram, kullanıcıların kişisel profil oluşturmasını ve diğer kullanıcılarla takipleşme ilişkisine bağlı olarak fotoğrafları genellikle filtreleme, kırpma, bulanıklaştırma gibi tekniklerle düzenlenip paylaşılmasını sağlayan bir uygulamadır (Zappavinga, 2016: 272). Ayrıca direkt mesaj özelliğiyle kişilerin iletişim halinde olmasını sağlamaktadır. Ayarlanmış filtrelerle kişilerin güzellik algısı, sosyal medyanın etkisi altına alınmakta ve kişiler filtreli fotoğraf ve videolar paylaşarak kendilerini olduğundan daha güzel/yakışıklı görmekte ve kendilerini ise paylaşımlarıyla o algıda göstermektedir. Instagramla bütünleşmiş durumda olan selfie (özçekim) ile kullanıcılar kendilerini filtreli/filtresiz paylaşabilmektedir. Selfie şeklinde paylaşılan fotoğraflarda büzülmüş dudaklar (duck face), dudakları hafif şekilde açık bırakma (fish gape) gibi farklı pozlar tercih edilebilmektedir. Kadınların daha çok çekici, erkeklerin ise daha çok güçlü görünen fotoğrafları paylaşmayı tercih ettikleri belirtilmektedir (Manago, Graham, Greenfield & Salimkhan, 2008: 455). Bu tarz pozların, erotik ve kaslı vücudun fotoğraflarla

sergilenmesi kişinin sağlıklı öz sevgisinden çıktığını göstermektedir (Nacaklı, 2018: 266).

Instagram'daki fotoğraflara bakıldığında en göz alıcı doğa manzaraları, en sevimli bebek/hayvan fotoğrafları, en çekici yemekler, moda üzerine alışveriş fotoğrafları, spor, sağlıklı beslenme, kişisel bakım, arabalar, elektronik aletler, etkinlikler, popülaritesi olan mekânlar, tatiller, en eğlenceli anlar vb. paylaşılmakta ve paylaşan kişiler takipçileri tarafından beğeni (like) ve yorum (comment) beklemektedir. Kişilerarası etkileşim ile yaratıcı amaçlarla inceleme yapma ve instagramı kullanma arasında pozitif ilişki olduğu vurgulanmaktadır. Bu durum kişilerin yaratıcı yeteneklerini sergilemek için (yorum ve beğeni almak amaçlı) arkadaşlarını inceleyerek onlara ayak uydurduğunu göstermektedir (Sheldon & Bryant, 2016: 95). Sosyal platformda merak edip birini gizliden gözlemleyen kişiye stalker (iz süren), iz sürme durumuna ise stalklamak adı verilmektedir. Kişiler sevdiği, sevmediği, görüştüğü, görüşmediği, sıradan veya ünlü kişileri sosyal medyada gözetlemek isteyebilmektedir. Gözetlenen kişi ise beğenilmek, onaylanmak ve takip edilmek için bilinçli şekilde özellikle stalklanmak için paylaşım yapmaktadır (Akmeşe ve Deniz, 2017: 30). Niedzwiecki' ye (2010: 788) göre, kişiler başkaları tarafından yaşamını izlenir kılarak birey olduğu bilincine varmakta ve başkaları tarafından fark edilerek var olma arzularını tatmin etmektedirler.

Görsel uygulamalarda kişiler çoğunlukla fotoğraf veya video paylaşımlarında 'mutluyum, sosyalim' mesajını vermek amacıyla paylaşımlar yapmaktadır. Kişilerin çoğu yaşadığı anları, yediği yemekleri, gittiği yerleri, kendisiyle ilgili mahrem bilgileri sosyal medya uygulamalarında video, fotoğraf veya yazı olarak paylaşmaktan çekinmemektedirler. Göstermeye dayalı bir sosyal medya uygulaması olan Instagram'da ise, kişilerin mahremiyet alanları olarak adlandırılan dini ritüelleri, sembolleri ve ilişkilerini göstermesi, gizliliğe dayalı mahremiyet anlayışını değiştirmiştir. Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2020) göre "gizlilik" anlamına gelen mahremiyet, kişinin kendisine ait özeldir ve her insan için aynı anlama gelmemekle birlikte kültürden kültüre göre değişim içindedir. Dijital yaşamdaki bu süregelen değişimin devam etmesiyle birlikte mahremiyet ve dindarlık ilişkisinin etkileneceği de belirtilmektedir (Karlı ve Aycan, 2020: 264).

Kişiler sosyal medyada mahremiyet sınırlarını diğer kullanıcılara göre belirlemektedir. Aslında sosyal medya, kullanıcılarına neyi paylaşıp neyi saklı

tutacağı arasında dengeli bir şekilde karar vermesi için izin vermektedir (Papacharissi, 2009: 209). Ancak yapılan bir araştırma ile (Korkmaz, 2012: 120), sosyal medyada kişilerin gönüllü olarak kendi benliklerini sunmak ve paylaşmaktan çekinmediklerini, örneğin Facebook uygulamasında kişilerin mahremiyet sınırlarını genişlettiğini vurgulamıştır. Bu nedenle kişiler gizli tutması gereken mahrem yaşayışları ile paylaşım yapabilecekleri gönderiler arasında dengesizlik yaşayabilmekte sosyal medya uygulamalarının her geçen gün güncellenen özelliklerine kendilerini adapte etmeye çalışmaktadırlar. Facebook kullanıcıların mahremiyete dikkat etmeden benlik sunumlarına, Twitter ve Intagram kullanıcılarının ise abartılı paylaşımlar yapmaya odaklandıkları vurgulanmaktadır (Algül, 2017: 41).

Yapılan instagram güncellemeleriyle 2016 yılında 'instagram stories' özelliği eklenerek 24 saatlik anlık fotoğraf ve videolar paylaşılmaktadır, 2017 yılında ise 'instagram stories' paylaşımlarının kalıcı hikâye arşivi olarak sayfaya sabitleme özelliği getirilmiştir (Wikipedia, 2020). Getirilen bu özellikle kişiler artık istediği her anını kolaylıkla paylaşabilmektedir. Böylece kişiler görünür olma isteklerini karşılamakta, görünür oldukça var olduğu duygusuna ulaşmaktadır (Nacaklı, 2018: 256). Hashtag (#) özelliğini paylaşımlarının altına kullanan kişiler ise paylaşımlarının çok insana ulaşmasını sağlayabilmekte ve ilgi duyduğu şeyleri hashtag paylaşımlarına bakıp takip edebilmektedir. Ayrıca anket, reel, boomerang, IGTV, gif (hareketli resim), müzik ekleme, canlı yayın yapma, seçenekli soru sorma gibi özelliklerde instagram uygulamasına eklenmiştir. Son yapılan güncellemelerle (2020) ise 'shop' adında alışverişle ilgili bir buton eklenerek fiyatlarıyla birlikte kişinin ilgi alanına göre giyim, teknoloji aletleri gibi ürünler sergilenmektedir. Alışverişe önem veren, trend parçaları, son model ürünleri takip etmek isteyen kişilerin bu sayede instagramda daha fazla vakit geçirmeleri sağlanmaktadır.

Instagram, kitlelerin çok tercih ettiği bir mecra olmasıyla beraber sermaye ve tüketim şekline de yeni bir yöntem getirmiştir. Instagram'daki influencer (fazla kişi tarafından takip edilen sosyal etkiye sahip olan kişi) olarak adlandırılan kişilerin markalarla işbirlikleri yaparak markaların kıyafetlerini giymesi veya ürünleri tanıtmasıyla çok fazla kişiye kısa sürede bu ürünler tanıtılmakta, reklamı yapılmakta ve istenilen alışveriş kolaylıkla gerçekleşmektedir. Influencerlar paylaşımlarında çok fazla hediye anketi yapmakta ve takipçilerine tanıttığı ürünü hediye etmek için sıralı

koşullar sunmaktadır. Takipçilerden (follower) influencer'ın sayfasını ve ürünün marka sayfasını takibe alma (follow), paylaşımları beğenme (like), başka kişileri paylaşımın altına etiketleme (tag) gibi koşullar istenilmektedir. Instagram mecrasının kullanıcılarını gün geçtikçe tüketime odaklamasıyla beraber kullanıcıların paylaştıkları iletilerde etkisinin görülmesi de eş oranlı olarak devam etmektedir.

Bireyler birbirlerinin algı ve yargılarına güvendiğinden dolayı, sosyal etkiye karşı duyarlıdır ve sosyal medyadan alınan tepkiler de büyük oranda güvenilirliğe sahiptir. Sosyal etkiye büyük oranda sahip olan sosyal medyanın kişilerin düşünce ve davranışlarını değiştirme etkisi taşımamasından dolayı artı ve eksi yönleri bulunmaktadır. Popüler kültür haline gelen sosyal medyanın kişilerin hayatında eğitim, sağlık, ekonomi, politika, sanat, haberleşme ve daha pek çok alanda önemli bir veri kaynağı olarak hayatı kolaylaştıran yararları yadsınamaz gerçekliktir. Örneğin; Covid-19 pandemi döneminde bireylerin akıl sağlıklarının yükselmesinde ve streslerinin azalmasında geleneksel medya ve sosyal medyanın yararlı etkisi bir kez daha görülmüştür. İnsanlar telefon veya video iletişimlerini sürdürerek birbirini cesaretlendirmeye ihtiyaç duymuşlar ve iletişim sayesinde birbirlerine bağlı kalabilmişlerdir (Sher, 2020: 9). Yine sosyal medya, geleneksel metotların ötesinde sağlığın korunması ve tedavi süreçlerinin geliştirilmesi, dünyadaki sağlık gelişmelerin takibi için önemli bir yere sahiptir (Darı, 2017: 755). Kişiler istediği alanda doğru bilgilere istediği ölçüde ulaşabilmektedir. Yapılan bir çalışma sonucu (Aktan, 2018: 419), sosyal medya ortamına katılan katılımcıların aralarında genel olarak çatışma yaşamadıklarını bu nedenle sosyal medya kullandıkları süre boyunca ve sonrasında huzursuz olmadıklarını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte bilinçsizce kullanımından dolayı kültürel ve sosyal zararlarının etkisinde kalınması da kaçınılmazdır. Sosyal medyadaki içeriklerin her gün değişmesi ve sık sık güncellenmesi sosyal medyaya popüler kültür özelliğini katmaktadır. Popüler kültür, “geniş halk kitlelerinin zevkine uygun oluşan” olarak tanımlanabilir (Kasır, 2012: 82). Bu sebeple popüler olgusuna kalıcı gözüyle bakılmamakla birlikte süreksizlik ön plana çıkmaktadır. Kültür iletişimle başlayıp iletişimle devam ettiği için ise popüler kitle iletişim araçlarının üzerinden kültürün işlediği görülmektedir.

Düşünceleri, duyguları, davranışları ve dünyayı algılama biçimini anlamak için kişiler üzerinde hangi iletişim aracının daha çok söz sahibi olduğuna yoğunlaşmak

gerekmektedir (Karaçelik, 2019: 66). Ayrıca aşırı ilgiyle tutkulu şekilde toplumun bir nesneyi, olayı ya da insanı kutsaması ve bu olağandışı değer toplumdaki yayılması yüceltme kültürü olarak tanımlanmaktadır. Bu yönüyle de sosyal medya yüceltme kültürünün unsurlarından görülmektedir (Kasır, 2012: 88). Sosyal medyanın artmasıyla birlikte sosyal medya ve geleneksel medyadaki biçimlenen bilginin akışı rekabet haline gelmiş ve sosyal medyada bilginin hızlı şekilde yayılması risk meydana getirmiştir (Kintu & Ben-Slimane, 2020: 667). Sosyal medyanın doğruların yanında yanlış bilgilerin de çok çabuk yayıldığı bir ortam olması zaman zaman taşıdığı riski arttırabilmektedir.

Çoğu dünya ülkelerine ait farklı şirketler tarafından sosyal medya kullanımıyla ilgili düzenli raporlar yayımlandığı görülmektedir. Statista'nın verilerine göre 2020'de yaklaşık %54'e ulaşan yaklaşık 3.6 milyar olan sosyal medya kullanıcıları, 2025 yılında 4.4 milyarın üzerinde olmasıyla yaklaşık dünya nüfusunun yarısına ulaşılması bekleniyor (Statista, 2021). We Are Social ve Hootsuite (2020) Dijital İnceleme Raporu verilerine göre ise sosyal medya kullanıcıları 3,8 milyarı geçmişken, şuan 4,5 milyar insandan daha fazlası internet kullanmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık %60'nın sosyal medyada aktif olduğu ve dünyanın toplam nüfusunun yarısından fazlasının sosyal medyayı bu yılın ortasına kadar kullanacağını son trendler göstermektedir. Yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen raporlar, Türkiye'de bulunan 16-64 yaş arasındaki vatandaşların mobil internet kullanım sürelerinin gün içerisinde 4 saat olduğu ve ortalama 2 saat 55 dakikasının sosyal medya için kullanıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum Türkiye'nin dünya ortalamasının üzerinde yer aldığını göstermektedir (Webrazzi, 2020).

TÜİK verilerine göre (2020) "internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal, hizmet siparişi veren veya satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin oranı, 2019 yılı Nisan ayı ile 2020 yılı Mart ayını kapsayan on iki aylık dönemde %36,5 oldu, bu oran önceki yılın aynı döneminde %34,1 olarak gözlemlendi". Elde edilen sonuçlar, internet kullanım oranının geçen yıllara göre yükseldiğini belirtmektedir. 2020 yılında dünyayı saran Covid-19 salgın hastalık sebebiyle kişilerin evlerinde çalışmak zorunda kalması, öğrencilerin evlerinden online dersleri takip etmesi, online alışverişin daha çok tercih edilmesi sanal ortamın kullanımının artmasına sebep olmuştur. Covid-19 süresince, sanal sosyal etkileşimin yararlı etkilerinin görüldüğü, sanal ortamın kişilere deva olduğu sonucuna varılmıştır (Towner, 2021: 23").

Nielsen Company (2018) araştırmasına göre, Türk alışverişçisinin dünya ortalamasının üzerinde online profile sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum Türkiye’de internet üzerinden yapılan alışveriş oranının yüksek olduğu ve gün geçtikçe bu oranda artış olacağı beklentisini göstermektedir. Kişiler satın almak istediği ürünü tüketicilerin internetteki yorum ve değerlendirmelerine göre almaktadır. Tüketiciler çok düşük maliyetle örgütlenebilmekte ve yaptırım gücüne sahip olabilmektedir. Bu durum sosyal medyanın pazarlama sektörünü ve tüketicilerin algısını değiştirdiğini göstermektedir (Özata, 2013: 27-29). İnternet kullanımının 2020 yılında 16-74 yaş aralığında oranca %79,0 olduğu ve internet kullanımının cinsiyete göre oranlar incelendiğinde ise; oransal olarak erkeklerde %84,7 olduğu kadınlarda ise %73,3 olduğu belirtilmektedir (TÜİK, 2020). Kadınlara oranla erkeklerin daha fazla internet bağımlısı olmaları, erkeklerin kendilerini kontrol edememe ve sürekli çatışma hali içinde olmalarına sebep olduğu belirtilmektedir (Çiftçi, 2018: 431).

2.2.4. Çocukların, Gençlerin ve Yetişkinlerin Sanal Ortam İle İlişkisi

Cognizant’a ait bir araştırma, Z kuşağının (15-22 yaş arası) %38’i internete giriş yapmadıklarında stresli hissettiklerini ve çok gergin, huzursuz olduklarını göstermiştir (Saruhan, 2020: 39). Çocukların ve gençlerin internete düşkün olmalarına sebep olacak çeşitli görsel oyunlar, videolar, içerik oluşturma, üretme uygulamaları ve daha pek çok şey bulunmaktadır. Çocukların ve gençlerin çoğunun sanal gerçeklik ve bilgisayar oyunlarına düşkünlüğü gün geçtikçe artmaktadır. Oyunlar, oynayan kişilerin oyun içerisinde sürekli biçimde yol katetmeleri amacıyla daha fazla zaman ve efor sarfetmeleri için tasarlanan aktivitelerdir (King vd., 2017: 133). Bu sanal oyunların bazı yararlı etkileri gözlemlenmiştir. Bilgisayar oyunlarının çocukların diyabet hastalıklarını iyi yönetmeleri için öğretici olduğu ve fobileri azaltmak için terapi olarak kullanıldığı sosyal ilişkileri arttırdığı belirtilmektedir (Lieberman, 2012: 803). Aktif bilgisayar oyunları da, ekran karşısında veya televizyon izlerken oyun oynayanları harekete geçirerek fiziksel hareketlerle obeziteye karşı yardımcı olabilmektedir (Lyons vd., 2012: 840). Sanal gerçeklik oyunlarının öğrenciler arasında yalnızlık hislerini azalttığı sonucuna varılmıştır (Antunes, 2017: 7). Sanal gerçekliğin alternatif bir çevre sunduğu, sosyal ve duygusal olarak kişilerin iyi oluşuna olumlu etkisinin olduğu, depresyonu azalttığı, kişilerin sağlığı hakkında iyi düşüncelerini sağladığı ve pozitif duygularını arttırdığı

sonucuna varılmıştır (Lin, vd., 2018: 99). Bunun yanı sıra, öğrencilerle yapılan bir çalışma (Karadağ ve Akçınar, 2019: 161), öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları, depresyon ile pozitif yönde ilişkili olduğunu elde etmiştir. Şiddet içerikli oyunları oynamanın veya bu oyunlara maruz kalmanın sonucunda saldırgan düşünce ve davranışların ortaya çıkacağı, epilepsi ya da kriz ataklarının yaşanabileceği vurgulanmaktadır (Khan, 2007: 3). Çocukların oyuna olan ilgisiyle birlikte internete olan bağımlılıkları arttıkça psikolojik iyi oluş düşüşe geçmektedir. Böylelikle çocukların, öğrencilerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin artması, internete olan bağımlılığa karşı korunmayla mümkün olmaktadır (Çardak: 2013: 139).

14-19 yaş arasındaki öğrencilerin çoğunun(%56,7) her gün en az bir kere sosyal medya ağlarını kullandıkları görülmektedir (Otrar ve Arın, 2015: 9). Lise gençleriyle yapılan çalışmayla, interneti ödev için araştırma yapmaktan çok oyun ve sohbet için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Yılmaz, vd. 2014: 140). Yine öğrencilerle yapılan bir araştırma, öğrencilerin Facebook kullanımlarının artmasıyla akademik başarılarının azalması arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Facebook kullanıcıların, kullanmayanlara oranla daha az ders çalıştığı sonucuna varılmıştır (Kirschner & Karpinski, 2010: 1244). Başka bir araştırma ise (Yıldırım ve Taştan, 2020: 90), üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımlarının orta düzeyde olduğu ancak internet kullanım oranlarının yüksek olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışma da (Aslan ve Ballı, 2020: 70), katılımcıların cinsiyet durumlarına göre sosyal medyaya olan bağımlılık düzeyleri incelendiğinde hiçbir bağlamda anlamlı farklılık ortaya koymamıştır. Bu durum öğrencilerde kız veya erkek farketmez sosyal medyadan etkilendiklerini göstermektedir. Çocuklar ve gençlerin belli bir olgunluğa ulaşana kadar güvenceleri toplum tarafından sağlandığından dolayı çocukların sosyal medya uygulamalarını sağlıklı kullanabilmeleri için ebeveynlerin çocuklarına karşı bilinçli davranması gerekmektedir. Ancak çocukların internete olan düşkünlüğü, son zamanlarda çoğu yetişkin grupta da görülmektedir.

Yetişkin, Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2020) göre “kanunların belirttiği belli bir yaşı aşmış, toplumsal sorumluluklarını bilme durumunda olan genç” olarak tanımlanmaktadır. Yetişkinliğin eğitimi bitirme, kariyerde yer edinme, evlenme, ebeveyn olma, çocukla ilgilenme gibi çeşitli kriterleri vardır (Arnett, 2001: 133). Zaman zaman yetişkinlik, belirleyicilere göre dönemlere (genç/orta/ileri/son

yetişkinlik olarak) ayrılıp bu dönemler ise yaş aralıklarıyla birbirinden ayrılmaktadır. Bee & Bjorklund (2000: 361), 18-25 yaş arasını genç yetişkinlik, 25-40 yaş arasını erken yetişkinlik, 40-65 yaş arasını orta yetişkinlik, 65-75 yaş arasını ileri yetişkinlik, 75 ve üstü yaş grubunu ise son yetişkinlik olarak ayırmaktadır. Ayrılan bu dönemler ülkelerin kültür yapısına göre de değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin; ABD’de yetişkinlik için belirleyici unsur; kişinin okulunu bitirip sürekli ve tam zamanlı olarak bir işte çalışması olarak kabul edilmektedir (Santrock, 2018: 417).

Yirmili yaşların başı ve ortası genellikle yetişkinler aldıkları eğitimi bitirip, işe başlayarak çalışmakta, ortalama gelir sahibi olmakta, evlenmekte ve ebeveyn olmaktadır. Ancak dünya genelinde uzun zamandır yaşanan sosyal değişimler sebebiyle bekâr yetişkinlerin sayısında inanılmaz bir çoğalma vardır. Endüstriyel şehirlerdeki son yarım yüzyıldan fazla olan bu değişimler, ergenlerin ve yirmili yaşların başındaki genç yetişkinlerin gelişim seyrini değiştirmektedir. Çünkü yirminci yüzyıl ile beraber evlenme, ebeveyn olma ve yetişkinlik rollerini erteleme normalleşmiştir (Arnett, 1998: 299). Türkiye’de de yapılan araştırma sonuç raporları, yıldan yıla evliliklerin azaldığı bununla beraber boşanmaların arttığı bildirilmektedir (TÜİK, 2020). Böylece 30 yaş civarındaki yalnız yetişkinler genellikle evlenmeleri için çevresi tarafından ağır bir sosyal etkiye maruz kalmaktadırlar.

Kişilerin boş vakitlerini değerlendirmek/eğlenmek, araştırma yapmak, politik konuları takip etmek veya çevreleriyle iletişim kurma amaçlı sosyal medya kullanımlarının dört alana ayrıldığı belirtilmektedir (Acun vd., 2017: 577). Yetişkinler, sosyal ağ sitelerini kullanarak görüşemediği arkadaş veya ailesiyle iletişime geçebilmekte, anlık mesajlaşmalarla iletişimlerini güçlendirebilmektedirler (Subrahmanyam vd., 2008: 432). Güncel hayatından daha çok sosyal olmak isteyen yetişkinler, sosyal medyada ilişki sitelerinde arkadaş bulmayı deneme, online oyunlar oynayabilme, alışveriş sitelerinde gezinme, haber/magazin takip etme, film/video izleme gibi çeşitli sanal uygulamalarda vakit geçirebilmektedir. Yapılan bir çalışmada (Çömlekçi ve Başol, 2019: 180), katılımcıların sosyal medyayı daha çok eğlence ve gündem takibi yapmak için kullandıkları, daha az olarak kişilere ulaşabilmek, bilgi paylaşımı yapmak ve insanları yakından tanımak için kullandıkları sonucu elde edilmiştir. Akan’ın çalışması (2020: 91) ise, sosyal medya kullanımı ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık ortaya koymakla birlikte

katılımcılardan kadınların sosyal medyayı eğlenmek için erkek katılımcılardan daha çok kullandığı sonucu elde edilmiştir.

Kadınların çoğunluğu Youtube uygulamasında daha çok yemek yapımı videoları izleyerek yeni yemek tariflerine ulaşmakta veya el işi gibi videolarla yeteneklerini geliştirmekte, çoğu erkekler ise daha çok maç/maç yorum videolarını izlemeyi tercih etmektedirler. Videolar kullanıcıların en çok tercih ettiği içeriktir. Öyleki sosyal medyada kullanıcıların %53'ü markalardan video içerik beklemektedir. Markaya ait bir ürün satın alınmadan önce tüm yaş grupları tarafından ürünün video izlemesinin tercih edildiği Hubspot yaptığı bir araştırma ile ortaya koymuştur (Saruhan, 2020: 28). Bu durum markaları, içerik üreticilerini, fenomenleri, influencerları video çekmeye youtube kanalı açmaya, vlog gibi bilgilendirici videolar çekerek kişilerin bloglarında yayınlamasına ve benzeri durumlara kişileri yönlendirmiştir.

2.2.5. Sanal Ortam ve Yalnızlık İlişkisi

“Yalnızlık: yalnız olma durumu, kimsesizlik” anlamına gelmektedir (TDK, 2020). Yalnızlık, bireyin kendisini diğer kişilerden farklı olarak hissetmesi ve bununla beraber istenmeyen kaygı, öfke deneyimlerinin yaşanmasıdır (Erbaş vd., 2020: 235). Bir kişinin sosyal ilişki ağı nitel ve nicel olarak önemli ölçüde zayıf olduğunda meydana gelen yalnızlık, hoş olmayan bir deneyimdir (Gierveld, 1998: 73). Sosyal iletişim ağı yetersiz olarak algılandığında, hoş olmayan, gergin durum olarak tanımlanmaktadır (Schedlowski & Tewes, 1999: 118). Yalnızlık beraberinde kızgın, üzgün, depresif, değersiz, kötümser duyguları beraberinde getirir. Yalnızlığa depresyon ya da başka bir psikolojik hastalık eşlik edebilir ve kişilerin belirli zamanlarda kendilerini yaralanabilir hissetmesine neden olabilir (Griffin, 2010: 15). Yalnızlık çeken kişilerde yüksek kan basıncı ve depresyonun birleşmesiyle alkol ve sigara tüketimi gerçekleşmekte ve ölüm düşüncesinin oranı artmaktadır (Seccombe, 2016: 7). Yapılan bir araştırma, sosyal ilişkilerden yoksun olmanın günde 15 adet sigara içmeyle kıyaslanmakta ve obezite, fiziksel hareketsizlik gibi sağlığın kötüye gitmesine sebep olan risk faktörlerini içerdiğini göstermektedir (Griffiths, 2017: 2). Sosyal ilişkiler yoksun ya da yetersiz olduğunda, yalnızlık kronikleşip, zihinsel ve fiziksel sağlık sonuçlarında meydana çıkmaktadır (Macdonald vd., 2020: 1).

Yalnızlığında yer ve duruma göre farklılaştığı bilinmektedir. Duygusal yalnızlık, özel ilişkilerden uzak olmakla birlikte ruhsal beklentinin karşılanmama durumu olarak

nitelendirilirken, gizli yalnızlık, içsel kederin dışarı yansıtılmama durumu olarak belirtilmektedir (Yaşar, 2007: 238). Weiss'e göre ise duygusal yalnızlık, kişinin yakın ilişkiden (eş, ebeveyn, kardeş ilişkileri) yoksun olması iken, sosyal yalnızlık kişinin sosyal ilişkilerinden (arkadaş ilişkileri) mahrum olmasıdır (Weiss, 1989'dan akt., Bondevik & Skogstad, 1998: 327). Bir partner ilişkisi terk etme, mahzun olma, anlamsızlık duygularıyla beraber boşanmayla sonlanması veya bireyin dul kalması kişinin duygusal yalnızlığını arttırmaktadır (Gierveld vd., 2006: 487). Yalnızlık, kişinin sevdiği ölmesinden dolayı hissettiği duygu, romantik bir ayrılık, sosyal olarak istenilmeyen hisler olarak geçici veya kalıcı olabilir. İnsan olmanın parçası olan yalnızlık, kişinin duygusal ve fiziksel iyi oluşuna sancılı ve korkutucu bir durum olarak etki etmektedir (Balma, 2019: 6). Yalnızlık, yaygın olarak insan duygusu olmasıyla birlikte her birey için karmaşık, eşsiz bir deneyimdir ve değiştirilmez değil aksine üstesinden gelinebilen bir durumdur. Kişinin aile ve arkadaşlarıyla iletişim halinde olması, duyguları paylaşması, başkalarına yardım etmesi, güzel düşünceleri biriktirmesi, ilgileri/değerleri benzer olan insanlarla paylaşıp nitelikli ilişkiler kurarak yalnızlığa karşı mücadele edilebilir (Tiwari, 2021: 321). Teknoloji ve yalnızlık arasındaki ilişkiye bakıldığında ise sosyal robotların teknolojiye pozitif etkisinin olduğu ve yalnızlığı azalttığı sonucuna varılmıştır (Jang, 2020: 129).

Kişilerin cep telefonları veya bilgisayarları yoluyla internete bağlanarak sanal benlikleriyle başka insanlarla iletişim kurması kendi benliklerini kaybetmelerine sebebiyet verebilmektedir (Agger, 2011: 73). Sosyal medya kullanıcılarının yaşamlarını sürekli olumlu gösterme amacı, sanal ortamda paylaştıkları gönderilere etki etmektedir. Diğer kullanıcıların ise olumlu paylaşımları görmesi kişilerin yaşamlarını olumsuz değerlendirmelerine ve kendilerini mutsuz bireyler olarak tanımlamalarına sebep olabilmektedir. Böylece sosyal ortamdaki gönderilerin kişilerin içe kapanıp yalnız hissetmesine neden olduğu belirtilmektedir (Türkel ve Dilmaç, 2019: 66). Yapılan bir araştırma ile (Aydın, 2017: 62), kişilerin sosyal ilişkilerini karşılıklı olarak buluşmalar sayesinde ait olma hislerini ve sevme-sevilme ihtiyaçlarını karşılayabilirken, internetin sosyal ortamında rahatlık kapsamında düşük puan aldıkları görülmektedir. Kişilerin gerçek hayatlarındaki yalnızlıklarıyla, sanal ortam yalnızlıkları arasında pozitif anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bireyin yalnızlık düzeyindeki artış, beraberinde sanal ortam sosyalleşmesi ve paylaşımının arttığını gösterirken (Ümmet ve Ekşi, 2016: 48), başka bir çalışma ise

kişinin yalnızlığı arttıkça sosyal ağların kullanımının azaldığını belirtmiştir (Akyazı ve Ünal, 2013: 22). Üniversite öğrencilerinin ortalama 2.86'sının sanal ortam yalnızlığı yaşadığı (Çimen, 2018: 1444), sanal ortamlarda sosyal arkadaşlıklar kurması ve bu arkadaşlıkların devam etmeme durumunda ise sanal ortam yalnızlığı yaşadıkları sonucuna varılmıştır (Yeşildal ve Ertaş, 2020: 524). Ancak bir yandan da başka bir çalışma ise (Pittman & Reich, 2016: 164), sanal ortamda bulunan Instagram ve Snapchat gibi görsel platformların kullanıcılarının yalnızlıklarını önemli derecede azalttığını belirtmiştir. Aileleri aylık geliri yüksek olan öğrencilerin, düşük gelirli öğrencilere göre sanal ortam yalnızlıklarının daha düşük olduğu ve internet bağlantısı olmayan akıllı telefon ile bilgisayarlara sahip öğrencilerin sanal ortam yalnızlığı, internet bağlantısı olan akıllı telefon ve bilgisayarlara sahip öğrencilerden daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır (Bingöl, 2017: 3775).

Yapılan bir çalışmaya katılan bireylerin sosyal medya kullanım oranlarında artış oldukça yalnızlıklarının arttığı ve psikolojik iyi oluşlarının ise bu durumla ilişkili olarak azalma görüldüğü belirlenmiştir (Şensoy vd., 2020: 49). Kuss ve arkadaşlarının (2018) yaptığı çalışmada, akıllı telefon kullanımının sosyal medyayı bağımlı şekilde tehlikeli ve sosyalsizleşerek kullanmayla birleştiği sonucu elde edilmiştir. Yalnız kişilerin problemleri internet kullanım düzeylerinin evli kişilere oranla daha yüksek olduğu (Özgür, vd. 2014: 84) ve bekarların evlilere göre daha çok sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir (Yüksel vd., 2020: 79). İnternet kullanımının kişilerin aileyle ilişkisinin azalması ile yalnızlık ve depresyonun artmasıyla da ilişkili olduğu ortaya koyulmuştur (Kraut vd., 1998: 1028). Sanal ortam yalnızlığı boyutlarından sanal sosyalleşme, kız öğrencilere oranla daha çok erkek öğrencilerde görülmekte erkek öğrencilerin sosyal ortamda daha aktif olması ise, erkeklerde yalnızlık duygusunun daha etkili olduğunu göstermektedir (Özdemir vd., 2017: 134).

Alanyazın incelendiğinde, kişinin yalnızlık derecesine demografik yapının etkide bulunmadığı, bireyin kendine ait değerleri sonucu yalnızlığın meydana geldiği tespit edilmiştir (Uzuner ve Karagün, 2014: 116). Yalnızlığın cinsiyete göre değişip değişmediği üzerine yapılan çalışmalardan biri (Çorapçioğlu, 1998; West ve ark., 1986; Gierveld, 1987), erkeklere göre kadınlar da daha çok yalnızlığın var olduğunu belirtirken, başka bir çalışma (Batıgün, 2005: 36), erkeklerin kadınlara oranla kendilerini daha yalnız hissettiklerine vurgu yapmaktadır. Yüksel ve arkadaşları

(2020: 79) ise, kadınların erkeklere göre yaşam doyumu ve yalnızlıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Yapılan bir çalışma (Batthyány, 2016: 40), kişinin öz saygısı ile yalnızlık hissi arasında negatif bir ilişki elde edilmişken, yine yapılan başka bir araştırma (Yöyen, 2017: 2193), kişinin düşük benlik saygısının artmasıyla, yalnızlığının ve memnuniyetsizliğinin arttığını belirtmektedir. Sosyal medya paylaşımlarında kullanılan duygu ve dil, major depresyonu gösteren değersizlik, suçluluk, savunmasızlık, kendinden nefret etme duygularını ortaya çıkarabildiği (Choudhury vd, 2013: 1), bireylerin benlik saygılarının düşmesiyle ise sosyal medya kullanımlarının arttığı yapılan bir çalışma sonucunda ulaşılmıştır (Hawi & Samaha, 2016: 8).

Yalnızlıklarını gidermek isteyen kişiler ise, sosyal ortamda bulamadığı arkadaş veya eş adayını sanal ortamda bulma amacı güdebilmektedir. Yalnız kişilerin problemleri internet kullanım düzeylerinin evli kişilere oranla daha yüksek olduğu (Özgür, vd. 2014: 84) ve bekarların evlilere göre daha çok sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir (Yüksel vd., 2020: 79). Kadınların sosyal medyada kişisel bilgilerini erkeklere göre daha az ifşa etmeyi ve bilgilerini koruyarak, güvence içinde sosyal ağdaki profillerini oluşturmayı tercih ettikleri ortaya konmuştur (Fogel & Nehmad, 2009: 159). Kişilerin dışa dönük ve içe dönük olmalarının da sanal ortamda kullanıcılarının kişiliklerini göstermelerinde etkili olmaktadır. Örneğin; Facebook uygulamasında fazla dışa dönük olan kişilerin, az dışa dönük kişilere göre kişisel bilgilerini göstermeye daha az eğilimli oldukları ve içe dönük kişilerin dışa dönüklere oranla Facebook profillerinde kişisel bilgilerinin daha fazla yer aldığı belirtilmektedir. Bu durum dışa dönüklerin sosyal becerilerine güvendikleri ve kendilerini daha az yükseltmek istediklerini göstermektedir (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010: 1294). Facebook, yakın arkadaş ilişkilerinin ve uzak ilişkilerin sürdürülmesini kolaylaştırmakta, reddedilme korkularını azaltmasını sağlamakta bu durum ise düşük benlik saygısına sahip olan öğrencilerin yüksek benlik saygısına sahip öğrencilere göre daha fazla Facebook kullanmalarını açıklayabilmektedir (Steinfeld vd., 2008: 443). Böylece kişilerin cinsiyetleri, medeni durumlarının ve kişilik özelliklerinin internet kullanımlarını etkilediği sonucuna varılmaktadır.

Sosyal medya siteleri, web tabanlı servislerde sınırlandırılmış sistemle, bireylerin halka açık veya yarı halka açık profil oluşturmalarına, bağlantıyı başka kullanıcılarla paylaşımlarına ve ilişkiler listesinin incelendiği bir sistemdir (Ellison, 2008: 211).

Sosyal medya siteleri, daha çok görsel merkezli olarak resim, fotoğraf ve video paylaşma odaklı gelişmektedir (Teo vd., 2018: 323). Sosyal medya siteleri (Khasawneh & Abu-Shanab, 2013: 11), işlevlerine göre dört farklı kategoriye sınıflandırılabilir:

- a) Müşteriler ve iş arkadaşlarında görülen yeteneklerin oranlanma işlevi, özgeçmiş yazımına hizmet veren yöneticiler tarafından yerine getirilir; LinkedIn bu türün iyi bir örneğidir.
- b) İletişim kanalları, bilgi ve metin yayım işlevlerini süregelen ve güncel temel olarak sağlar; Twitter ve bütün blog çeşitleri (Blogger gibi) bu türün iyi bir örneğidir.
- c) Kapalı siteler, daha az resmi ilişkilere hizmet veren topluluklar ve değerlendirme sitelerinin tanıtım olayları için kullanılabilir; Facebook ve ona uygun fan sayfaları bu türün iyi bir örneğidir.
- d) Arşivleme ve paylaşım siteleri depolama, videolar, belgeler ve slâytları aktif bir geri bildirim kanallarıyla paylaşma; Youtube ve Slideshare bu türün iyi bir örneğidir.

Facebook, kullanıcılara profil düzenleme, link, fotoğraf, sohbet ve buna benzer gönderi (post) güncelleme imkanı vermektedir. Twitter, kullanıcıların ne yaptığını dair kısa mesaj ve tweetler paylaşmalarını veya ilgi alanlarıyla bağlantı kurmalarını, tweet akışı içinde takip edilmek istenen kişilerin kolaylıkla takip edilmesini sağlayan araçtır. Kişiler hashtag özelliğiyle belli bir konu hakkında çeşitli görüşleri görebilmekte ve düşüncelerini belirtmektedir (Fitzpatrick, 2015: 119). LinkedIn ise, profesyonellerin profesyonel bir iletişim ağında ilgili olmalarını sağlamaktadır. Snapchat, Instagram, Pinterest, Youtube platformları ise özellikle bugünün okul nesli için yeni bir ağ geçitidir (Knight-McCord vd., 2016: 22). Facebook ve MySpace gibi sosyal medya siteleri, insanları, arkadaşları ve sınıf arkadaşları birleştirmek için birçok günlük fırsatlar sunmaktadır. Örneğin; Facebook ve diğer sosyal medya programları, sınıf dışarısında öğrencilerin ödevleri hakkında düşüncelerini karşılıklı olarak değiş tokuş etmeleri ve görevleri belirlemeleri için imkân vermektedir (O’Keeffe vd., 2011: 801-802). Arkadaşların ve ailelerin iletişim kurmasını sağlayan Facebook aynı zamanda patolojik, dürtüsel ve bağımlı kullanım gibi etiketlerle fazla ve problemliler olarak Facebook kullanımının olduğu (Morel vd., 2019: 1) ve daha sık Facebook kullanıcılarının normal kullanıcılara göre yüksek sosyal kaygılara sahip

oldukları belirtilmektedir (McCord vd., 2014: 26). Facebook'un kişilerin ait olma ve kendini sergileme olarak iki temel sosyal ihtiyaç nedeniyle kullanıldığı bir çalışma sonucunda varılmıştır (Nadkarni & Hofmann, 2012: 9).

Sosyal medya siteleri, bireyin düşüncesi, ruh hali, iletişimi, sosyal uyumu ile ilgili bireyin davranışsal tavrını etkileyen bir vasıta olduğu görülmektedir. Sosyal medya paylaşımlarında kullanılan duygu ve dil, major depresyonu gösteren değersizlik, suçluluk, savunmasızlık, kendinden nefret etme duygularını ortaya çıkarabilmektedir (Choudhury vd, 2013: 1). Bireylerin benlik saygılarının düşmesiyle sosyal medya kullanımlarının arttığı yapılan bir çalışma sonucunda ulaşılmıştır (Hawi & Samaha, 2016: 8). Bu sonucu destekleyen başka bir çalışma da kişilerin kendilerine olan saygısı azaldıkça, Instagram kullanımlarında artış olduğunu gözlemlemiştir (Balcı ve Karaman, 2020: 1229).

Sosyal medya sitelerinde başka kullanıcıların paylaşımlarını gören kişiler, diğer insanların kendinden daha mutlu bir hayata sahip olduğuna inanmakta, onlar gibi mutlu bir hayatı olmasa dahi kendini öyle gösterme çabasına girmektedir ve bu durum kişilerin kaygılarını arttırabilmektedir. Örneğin; Facebook gibi sosyal medya sitelerinde gereğinden fazla zaman geçirmenin, kişilerde depresyona sebep olduğu belirtilmiştir (O'Keeffe vd., 2011: 802). Bilgisayar oyunları, haz odaklı alışveriş siteleri, bloglar, kişinin kendini gösterme şansı bulduğu sosyal siteler, arkadaşlık siteleri, chat odaları ve daha birçok sosyal medya uygulaması kişileri gerçek hayattan bir süreliğine ayırıp, sanal bir dünyanın içine hapsetmektedir.

Sosyal medyanın, insanları sanal olan bir dünyaya odaklama ve gerçek hayatı gölgede bırakma noktasına getirmesi son zamanlarda karşılaşılan zararlarından biri olarak nitelendirilmektedir. Başka bir yönden ise, sosyal medyanın yararlı olduğunu gösteren çalışmalar da vardır. Sosyal medyanın depresif karakterli veya intihar düşüncelerine eğilimli kişiler için yararlı bir kaynak olduğu keşfedilmiştir (Skaik & Inkpen: 2020: 21). Fizyolojik, anatomik ve duygusal değişimlerin doğal süreci olan yaşlanma ise kişilerin sosyalleşmesini azaltıp, kişilerin yalnızlık yaşamasına etkendir. Yetişkin kişiler sosyal etkileşim arttırma amacıyla sosyal medya gibi farklı yollarla iletişim aletlerini kullanma gereksinimi duyabilirler (Antunes, 2017: 6).

2.3. Yetersizlik Duygusu

Düşük benlik saygısı veya yetersizlik duygusuyla olan mücadele, dünyada en yaygın duygusal rahatsızlıktır (Hauck, 1997: 57). Evrensel bir duygu olan yetersizlik duygusu, kişilerin hayatı boyunca üstesinden gelmek istediği bir duygu durumudur (Strano & Petrocelli, 2005: 80). Yetersizlik, Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2020) göre "yetersiz olma durumu, kifayetsizlik" olarak nitelendirilir. Kişinin benliği ve ideal benliği arasında tutarsızlık olduğunda yetersizlik duygusu meydana gelmektedir. Kişi kendisini başkalarıyla karşılaştığında kendisini değersiz görmekte ve başkalarının kişiliğine ve tercihlerine saygı duymadığı bakışına sahip olmaktadır (Steckermeler & Delhey, 2018: 1077). Kişi için yetersizlik duygusu rahatsız edici olsa da, normal ve evrensel bir durum olarak tanımlanmakta (Corsini & Wedding 2011: 79-80) ve öznel bir değerlendirme olup duyuşsal algıda kaçınılmaz bir duygu olduğu belirtilmektedir (Mosak & Maniacci, 2013: 56).

Bireysel psikoloji kişilerin psikolojik olarak doğuştan yetersizlik duygularıyla doğduğunu belirtmektedir. Kişinin yetersizlik duygusunun üstesinden gelmesi, insanın doğal motivasyonu olarak görülmektedir (Akdoğan ve Ceyhan, 2014: 118). Zayıf iradeli, karar vermede zorlanan, kendine güveni olmayan, daima başkalarının desteğine muhtaç duyan kişiler yetersiz kişilik olarak adlandırılmaktadır (Kalyoncu, 2009: 94). Yetersizlik duygusuyla kişi diğer insanların kendisine değer vermediğine inanıp, kendisini oldukça küçümsemekte ve kaygı, stres, depresyonla beraber yetersizlik duygusundan kurtulmaya çabalamaktadır (Gilbert, 2009: 132).

Adler'e göre doğuştan üstünlük çabasıyla, kişi yetersizliğini gidermeye çalışmaktadır. Aşağılık duygusu veya aşağılık kompleksi olarak da adlandırılan yetersizlik duygusunu telafi etmek amacıyla bireyler kendilerini geliştirme çabasına girebilmektedir. Bu yetersizlikler bir uzvun yetersizliği olabileceği gibi psikolojik olarak bir yetersizlikte olabilmektedir. Uzun yetersizliğine sahip olan çocuğun yeteneği ve karakterinin de uzun eksikliğinden etkileneceği şekilde çocuğun çıkarımında bulunmasının engellenmesi gerekmektedir. Sadece kendisine odaklanmayan çocukların uzuvsal yetersizliklerini dengeleyebildikleri (Adler, 1993: 91) kendi uzun yetersizliğine odaklı yaşayan çocukların ise uzun yetersizliklerinin diyabet, epilepsi, kronik alkolizm gibi birçok hastalıkla birleştiği görülebilmektedir (Adler, 1917: 3).

Öte yandan, çocuk bedensel olarak kusura sahip olmayabilir. Elverişsiz koşullar çocuğun kendi yeteneklerini yanlış değerlendirmesine neden olabilmektedir. Yetersizlik duygusunun var olup olmadığı, çocuğun karşısına çıkan ödevlere karşı verdiği tepki ve o anki duygu durumuyla ortaya çıkmaktadır (Adler, 2000: 32). Örneğin, yapması gereken ödevi yapamayan çocuk, kendi yeteneğine karşı güvensiz hissetmektedir. Böylece elverişsiz koşullar altında yaşayan çocukların karşılaştıkları engellere karşı metanetli olamadıkları bilinmektedir (Adler, 2000: 80). Adler, yetersizlik duygusunu normal ve motive edici bireysel değer olarak tanımlamaktadır. Ancak yetersizlik duygusunu kişiler başarıya ulaşmak için ilham olarak kullanmazsa, anormal olarak ortaya çıkabilmektedir (Lamberson & Wester, 2018: 173). Bu yönüyle, aşağılık kompleksi kişinin yaşam görevlerinden kaçmada kendini haklı göstermek için özünün güçsüz veya yetersiz olarak yansımaları olarak tanımlanmaktadır (Slavik & Carlson, 2006: 9).

Aşağılık kompleksi, farklı kişilerde farklı zamanlarda meydana gelebilmekte ve daima olmasa da sıklıkla yetersizlik duygularıyla kişinin kendini sıkılabilmektedir (Ajiboye, 2014). Kişide yetersizlik ve üstünlük duygusu aynı zamanda var olabilmekte ancak farklı seviyelerde bulunmaktadır (Rokvic, 2020: 35). Doğuştan gelen yetersizlik duygusu, çocuklarda gün be gün değişmekte ve bu durum çocuğun öz değerinin sağlamlaşmasına neden olmaktadır. Örneğin, makul düzeydeki yetersizlik duygusunun akademik başarıya olumlu etkisinin olduğu belirlenmiştir (Strano & Petrocelli, 2005: 82). Fakat çocuk yetersizlik duygusuyla baş etmek için aşırı bir telafi mekanizmasına başvurup, dengeyi bozabilmekte, bu durum ise hayattaki sıradan ilişkileri tatmin edemez noktaya getirebilmektedir. Patolojik aşırı güçlü olma çabasına giren bireylerde, yaşam içerisindeki konumunu sağlamlaştırmak amacıyla normalüstü çaba harcamakta, sabırsızlık ve telaş hali görülmektedir. Bu durumdaki bir kişi çevresindeki insanları rahatsız etmekle kalmayıp, kendine de zarar verebilmektedir (Adler, 2018: 66-67).

Yetersizlik duygusu düşük benlik saygısı ve düşük kendilik değeriyle yakından ilişkili olmasına rağmen birbirlerinden de ayrı şeylerdir. Özellikle yetersizlik duygusunun sağlığı birçok seviyede etkilediği görülmektedir (Goodwin & Marusic, 2003: 554). Rekabetçi standartlar karşısında yaşanan başarısızlık kişilerde psikolojik sıkıntı ve yetersizlik duygusunu oluşturmaktadır (Williams vd., 2009: 3). Yetersizlik duygusu kişinin kendisini gergin, memnuniyetsiz veya yapması gereken işler için

yetersiz hissetmesi, çevre baskısı, standartların karşılanmasındaki başarısızlıklar ve benzeri şeylerin birleşimi olabilir (Kepalaite, 2015: 55). Kişinin bir grup içinde yetersizlik duygusunu hissetmesi utanmasına sebebiyet verebilmekte (Gausel vd., 2012: 4) ve kişinin kendisini, başkalarını ve dünyayı kusurlu bulmasına neden olabilmektedir (Kern & Watts, 1993). Ayrıca yetersizlik duygusu; depresyon, uykusuzluk, endişe, kin, öfke, kişilerarası duyarlılık/aşağılık durumları ile ilişkilidir (Lung & Lee, 2008: 2). Örneğin; kişi yetersizlik duygusunun üstesinden gelmek için öfke nöbetine girmekte ve başkasına saldırmayı en iyi çare olarak görmektedir (Adler, 1993: 25).

Kişinin davranışını anlamlandırmak için yetersizlik duygusu ile ilgili görüşünün anlaşılması önemli bir husus olarak görülmektedir. Adler, kişinin yetersizlik duygusuyla baş etmek için üstünlük çabasına girmesini, hissettiği düşük konumdan yüksek olan konuma ilerleyiş için yapılan çabalar olarak görmektedir (Corey, 2015: 129). Adler'e göre kişinin yetersizlik duygusundan kurtulması, tatmin olduğu bir şeyin peşinden koşarak elinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmasıyla mümkün olabilmektedir. Böylelikle kişi eksik tarafını geliştirip, yetersizlik duygusunu telafi edebilmektedir.

Yetersizlik duygusunun ortaya çıkmasında sosyal ilgi noksanlığının etkisi de görülmektedir (Crandall, 1991). Terkeden ailesi yüzünden yetersizlik hisseden veya toplum tarafından kabul görmeyen kişi, başkalarının onayını almak için elinden geleni yapacak böylece var olan benliğinden üstün olma arzusunu tatmin edebilecektir (Yang, 2016: 325). Yetersizlik duygusuna karşı telafi çabalarının kişiye hayata karşı enerji sağladığı ve kişiyi üretken bireye dönüştürdüğüne inanılmaktadır (Kurt ve Yıldız, 2018: 159-160). Ancak aşağılık duygusunu yenmek isteyen kişi, üstünlük çabasıyla istedik toplumsal hedeflere yönelebilirken; aşağılık kompleksini yenmek isteyen kişi üstünlük kompleksiyle istenmedik bireysel hedeflere yönelebilmektedir (Şahin, 2020: 30). Bu yönüyle Adler ve öğrencileri aşağılık kompleksini insanlığın üzerine yüklenmiş büyük kötülük olarak görmektedir (Brachfeld, 1999).

Literatür incelendiğinde yetersizlik duygusu kavramının doğrudan ya da dolaylı olarak birçok araştırmada incelendiği dikkat çekmektedir. Yetersizlik duygusu ile ilgili araştırmalara bakıldığında, yetersizlik duygusunun kendine özgü kişiliğe sahip bireylerde daha az görüldüğü ortaya konmuştur (Hirao, 2014: 442). Yalnızlık,

yetersizlik duygusu ve güvensiz bağlanma arasında istatistiksel olarak önemli pozitif bir ilişki olduğu ortaya koyulmuş ve yetersizlik duygusunun, yalnızlık ile güvensiz bağlanma arasında karar veren aracı role sahip olduğu belirtilmiştir (Akdoğan, 2017: 23). Yetersizlik duygusu, olumsuz otomatik düşünceler, çaresizlik hissetme, olumsuz benlik ve kaçınma arasında anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur (Aysan ve Bozkurt, 1998: 6). Yetersizlik duygusunun artmasıyla birlikte kişilerin yaşam doyumlarının azaldığını belirlenmiştir (Fırat ve Güngör, 2021: 496). Yetersizlik duygusuyla şiddete özgü tutumlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmamışken (Çetinkaya vd., 2018: 176), Wouters çalışmasında (1998), kişideki yetersizlik ve üstünlük duygularının bilinçli olduğunu ve şiddete neden olabildiğinden bahsetmektedir. Yetersizlik duygusunun artmasıyla kişilerdeki mükemmeliyetçiliğin artması ve bu artışın sosyal bağlılığın azalmasına sebep olduğunun ortaya konması (Şahin, 2020: 101), yetersizlik duygusunun mükemmeliyetçilikle ilişkisini açıklamaktadır (Başkurt, 2020: 81).

Saldırganlık, boyun eğme ve hayal kırıklığının yetersizlik duygusuyla önemli pozitif ilişkiye sahip oldukları saptanmış (Kenchappanavar, 2012: 2), yetersizlik duygusu ile saldırganlık arasında ise ilişki olduğu ve bu durumun kişilerde yararsız bir üstünlük çabasına ve cesaretin kırılmasına sebep olduğu araştırma sonucu vurgulanmıştır (Kızıлтаş, 2015: 32). Yapılan bir çalışma (Ekşi vd., 2016: 1063), yetersizlik duygusu ile psikolojik doğum sırasının, kişinin yetişkinlik hayatındaki bağlanma stillerini anlamlı olarak nitelediğini belirtmektedir. Kişinin yetersizlik duygusunun artmasıyla birlikte, kişinin kendini saklama eğiliminin arttığı ve böylelikle yalnızlığa yöneleceği vurgulanmaktadır (Çimşir ve Akdoğan, 2019: 123). Gençler arasında yetersizlik duygusunun olması intihar düşüncesi ve girişimi olasılığını önemli ölçüde arttırmaktadır (Goodwin & Marusic, 2003: 555). Anormal yetersizlik duyguları sağlıklı sosyal ilişkilerin içeriğidir, bu nedenle yakın ilişkilerdeki endişe ve ilişkiden kaçınma, anormal yetersizlik duygularının kapsamı olarak düşünülmektedir. Yetersizlik duygusu sebebiyle yakın ilişkiden kaçma durumu kadınlara göre erkeklerde daha fazla görülmektedir (Akdogan vd., 2018: 100-108). Kişilerdeki özgür ruhun gelişmesiyle yetersizlik duygusunun üstesinden gelebileceği vurgulanmaktadır (Yang, 2016: 329).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri toplama araçlarının uygulanması ve toplanan verilerin analizlerine yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada, yetişkinlerin beğenilme arzusunun yordanmasında sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu ilişkisini gözlemlemek için nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılacaktır. Bir olgu ya da olaylar tarafından etkilenen değişkenlerin derecesi ya da etkisini aynı haliyle ortaya koymayı amaçlayan araştırmalar ilişkisel tarama türü olarak tanımlanmaktadır (Kaya, Balay ve Göçen, 2012: 1234-1235). Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan yetişkinler kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Kolayda örnekleme, esas küme içinden seçilen model parçanın araştırmacının kararınca belirlediği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir (Haşiloğlu vd., 2015: 20).

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 yılında İstanbul ilinde yaşayan 18 yaş ve üzeri 464 yetişkin oluşturmaktadır. Katılımcının 339'u kadın ve 125'i erkektir. Araştırmada Pandemi koşulları nedeniyle olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Tablo 3.1.'de katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin veriler yer almaktadır. Araştırmaya katılan bireylere ilişkin frekans ve yüzde dağılımları aşağıda verilmiştir.

Tablo 3.1. Çalışma Grubunun Demografik Bilgileri Frekans ve Yüzde Değerleri

	Gruplar	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Erkek	125	26.9
	Kadın	339	73.1
Yaş	18-24 yaş	134	28.9
	25-36 yaş	289	62.3
	37-48 yaş	41	8.8
Medeni durum	Evli	183	39.4
	Bekar	281	60.6
Eğitim Durumu	Lise ve altı	127	27.4
	Üniversite ve üstü	337	72.6
	Toplam	464	100

Tablo 3.1’de görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan 464 kişinin 125’i (%26.9) erkek, 339’u (%73.1) kadındır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde, 134’ü (%28.9) 18-24 yaş aralığında, 289’u (%62.3) 25-36 yaş aralığında ve 41’i (%8.8) 37-48 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, 183’ü (%39.4) evli 281’i (%60.6) bekârdır. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları incelendiğinde ise, 127’sinin (%27.4) eğitim durumu lise ve altı 337’sinin (%72.6) üniversite ve üstü olduğu görülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada yetişkinlerin beğenilme arzusunu belirlemek için Kaşıkara ve Doğan (2017) tarafından geliştirilen Beğenilme Arzusu Ölçeği, Korkmaz, Kurt ve Usta (2014) tarafından sanal ortam yalnızlığı düzeyini ölçmek için Sanal Ortam Yalnızlığı Ölçeği (SOYÖ) ile Akdoğan ve Ceyhan (2014) tarafından geliştirilen kişilerin yetersizlik duygusunu ölçmek amacıyla Yetersizlik Duygusu Ölçeği (YDÖ) kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Araştırmada yetişkinlerin demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu) incelemek için kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Uygulama öncesi katılımcılar bilgilendirilip, Aydınlatılmış Onay Formu kimlik bilgileri alınmadan onaylatılmıştır.

Beğenilme Arzusu Ölçeği: Bu ölçek, kişilerin beğenilmek için duydukları isteği ölçmek amacıyla Kaşıkara ve Doğan (2017) tarafından oluşturulup geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ölçek toplam 9 madde tek faktörde toplanmaktadır. Ölçek, ters madde içermeyen tek boyutlu bir ölçektir ve ‘‘1-Hiç Katılmıyorum’’, ‘‘2-Katılmıyorum’’, ‘‘3-Katılıyorum’’ ve 4-Tamamen Katılıyorum’’ olmak üzere 4’lü derecelendirme ile cevaplanan ve Likert tipi bir öz değerlendirme ölçeğidir. Ölçekten alınabilecek toplam puan 9 ile 36 arasındadır ve alınan puanların yükselmesi beğenilme arzusunun yükseldiğini göstermektedir. Ölçekten alınan puanların artmasıyla kişilerdeki beğenilme arzusunun da arttığı görülmektedir.

Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yöntemleri, güvenilirliğinin belirlenmesi için de test tekrar test yöntemi, eşdeğer yarılar yöntemi, Cronbach Alpha(α) iç tutarlık katsayısı ve düzeltilmiş madde-toplam korelasyonu kullanılmıştır. Ölçeğin uyarlama sürecinde doğrulayıcı faktör analizi ile yapı geçerliği incelenmiş ve model uyum indekslerinin iyi düzeyde olduğu gözlemlenmiş ve böylece bu ölçek araştırmalarda kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir test olarak bulunmuştur (Kaşıkara ve Doğan, 2017).

Sanal Ortam Yalnızlığı Ölçeği (SOYÖ): Korkmaz, Kurt ve Usta (2014) tarafından sanal ortam yalnızlığı düzeyini ölçmek için geliştirilmiş ‘‘Sanal Sosyalleşme’’, ‘‘Sanal Paylaşım’’ ve ‘‘Sanal Yalnızlık’’ olmak üzere üç faktör altında toplanabilen ölçek, 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçek, 5’li Likert tipi bir ölçektir. ‘‘1-Kesinlikle Katılmıyorum’’, ‘‘2-Katılmıyorum’’, ‘‘3-Kararsızım’’, ‘‘4-Katılıyorum’’ ve ‘‘5-Kesinlikle Katılıyorum’’ şeklindedir. Ölçeğin toplam Cronbach alfa (α) iç tutarlılık sayısı, 816’dır. Bu çalışmada kullanılan Cronbach alfa (α) iç tutarlılık kat sayısı, 772 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analizler ölçeğin, kişilerin sanal ortamlardaki yalnızlık seviyelerini ölçmek amaçlı geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu göstermektedir. Ölçeğin amacı sanal ortamlarda kişilerin hissettikleri yalnızlık seviyelerini belirlemeye yöneliktir.

Yetersizlik Duygusu Ölçeği (YDÖ): Ölçek, Akdoğan ve Ceyhan (2014) tarafından kişilerin yetersizlik duygusunu ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. 20 maddeden oluşan üç boyutlu bir yapıya sahiptir. 5’li likert tipi ‘‘1-Hiçbir zaman’’, ‘‘2-Nadiren’’, ‘‘Ara sıra’’, ‘‘4-Sık sık’’, ‘‘5-Her zaman’’ şeklindedir. 20-100 arası puan elde edilebilen bir

ölçektir. Faktör analizi sonucunda ölçeğin “Cesaretin Kırılması (8 madde)”, “Kendi Değerini Yadsıma (6 madde)” ve “Yararsız Üstünlük Çabası (6 madde)” olarak adlandırılan üç faktörlü ve 20 maddeli bir yapı sergilediği belirlenmiştir. Analizler ölçeğin, yetersizlik duygularını ölçmede geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Alınan puanın yüksekliği kişilerin sahip olduğu yetersizlik duygusunun kuvvetini göstermektedir.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan yetişkinler kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. 2020 yılı covid-19 hastalığının ortaya çıkması ve yaşanan pandemi koşullarından dolayı kolayda örnekleme seçilmiştir. Ölçeklerin uygulanmasında gönüllülük esası dikkate alınmış olup, ölçeklerin içtenlik ve samimi şekilde cevaplanması sağlanmaya çalışılmıştır. Ölçek sonuçlarının gizli kalarak, kimseyle paylaşılmayacağı bilgilendirmesi çalışma grubuna yapılmıştır.

Ölçeklerin uygulama sırasında maddelerin içtenlikle, samimi ve doğru şekilde cevaplanması için zaman sınırı konulmamıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Hangi analizlerin yapılacağına karar vermek amacıyla dağılımların normalliği için basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2.: Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlık, Yetersizlik Duygusu Ölçeklerine Ait Betimsel İstatistik Değerler

<i>Değişkenler</i>	<i>N</i>	\bar{x}	<i>Ss</i>	Çarpıklık	<i>Sh_{\bar{x}}</i>	Basıklık
Beğenilme Arzusu	464	18.16	4.48	-.101	.208	-.544
Sanal Ortam Yalnızlık	464	51.92	11.13	-.155	.516	-.351
Yetersizlik Duygusu	464	49.55	10.78	.184	.500	-.268

Tablo 3.2.’de görüldüğü üzere çalışma grubunu oluşturan yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu ölçeklerine ait puanların normal dağılım gösterip göstermediğine yönelik yapılan normallik testi sonucuna göre

basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1 ve $+1$ aralığının içinde olduğu görülmektedir. için ölçek puanlarının normal dağıldığı söylenebilir. Ölçeklerin toplam puanları basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ve $+1$ aralığında olduğundan veriler normal dağılım göstermektedir ($p < .05$). Dağılımların normal olduğunun görülmesi üzerine araştırmanın alt problemlerine ilişkin analizler için parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Veriler analiz edilmeden önce betimsel değerler incelenmiş ve hangi tür yapılacağına bu değerlere göre karar verilmiştir. Araştırmada, kullanılan ölçeklerin uygulanması sonucunda elde edilen veriler öncelikle Excel tablolarına dönüştürülerek SPSS 22.0 paket programı kullanılarak;

1. Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlığı ve Yetersizlik Duygusu değişkenleri arasında ilişkiyi belirlemek için Korelasyon Analizi,
2. Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlığı ve Yetersizlik Duygusu düzeylerinin cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek için Bağımsız Gruplar t Testi,
3. Beğenilme Arzusu, Sanal Ortam Yalnızlığı ve Yetersizlik Duygusu düzeylerinin yaş değişkenine göre Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Testi,
4. Yetişkinlerin beğenilme arzusunun sanal ortam yalnızlıklarını ve yetersizlik duygularını yordayıp yordamadığını incelemek için Basit Doğrusal Regresyon Analizi yapılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın hipotezlerine/alt amaçlarına ilişkin bulgularına yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Birinci Alt Amacına İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci alt amacı olan “Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu ne düzeydedir?” sorusuna verilen cevapların frekans değerleri tablo 4.1: 'de sunulmuştur.

Ölçek puanlarının yüzde ve standart sapma değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4.1: Ölçek puanlarının yüzde ve standart sapma değerleri

	\bar{X}	Sd	Düzye
Beğenilme Arzusu Ölçeği	18,16	4.48	Ortalama
Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği	51,92	11.13	Ortalama
Yetersizlik Duygusu Ölçeği	49,55	10.78	Ortalama

Tablo 4.1'de görüldüğü üzere Beğenilme Arzusu Ölçeği toplam puanlarının ortalaması 18.16, standart sapması 4.48'tir. Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği puanları ortalaması 51,92, standart sapması 11.13'tür. Yetersizlik Duygusu Ölçeği toplam puanlarının ortalaması 49.55, standart sapması 10.78'dir.

4.2. Araştırmanın İkinci Alt Amacına İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci alt amacı olan “Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna verilen cevapların frekans değerleri aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri cinsiyetlere göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek

amacıyla bağımsız örneklem için t testi ile istatistikî analiz işlemleri yapılmıştır. T testi verilerine dair bulgular Tablo 4.2.'de aktarılmaktadır.

Tablo 4.2.: Cinsiyete Göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t-Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	SS	$Sh_{\bar{x}}$	Levene testi		t Testi		
						F	P	t	Sd	p
BA	Erkek	125	17.67	4.69	.419	.880	.349	-1.429	462	.154
	Kadın	339	18.34	4.40	.239					
SOY	Erkek	125	54.80	11.24	1.005	.073	.788	3.422	462	.001*
	Kadın	339	50.86	10.91	.592					
YD	Erkek	125	47.73	11.09	.992	.966	.326	-2.216	462	.027*
	Kadın	339	50.22	10.60	.576					

* $p < .05$

Tablo 4.2.'de görüldüğü üzere kadın ve erkeklerin beğenilme arzusu (BA) ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Kadın ve erkeklerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları arasında ise anlamlı bir farklılık vardır. Erkeklerin sanal ortam yalnızlık (SOY) puanları kadınların sanal ortam yalnızlık (SOY) puanlarından anlamlı bir şekilde daha fazladır. Kadınların ve erkeklerin yetersizlik duygusu (YD) puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Erkeklerin yetersizlik duygusu puanları kadınların yetersizlik duygusu (YD) puanlarından anlamlı bir şekilde daha düşüktür.

Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri medeni duruma göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem için t testi ile istatistikî analiz işlemleri yapılmıştır. T testi verilerine dair bulgular Tablo 4.3.'de aktarılmaktadır.

Tablo 4.3.: Medeni Duruma Göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	ss	$Sh_{\bar{x}}$	Levene testi		t Testi		
						F	p	t	Sd	p
BA	Evli	183	18.07	4.53	.334	.372	.542	-.329	462	.742
	Bekar	281	18.21	4.46	.266					
SOY	Evli	183	50.03	10.42	.770	2.492	.115	-2.987	462	.003*
	Bekar	281	53.16	11.41	.681					
YD	Evli	183	47.65	9.47	.700	6.822	.009	-3.223	435.498	.001*
	Bekar	281	50.79	11.40	.680					

* $p < .05$

Tablo 4.3.'de görüldüğü üzere evli ve bekâr bireylerin beğenilme arzusu (BA) puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Evli ve bekar bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Evli bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları bekâr bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanlarından anlamlı bir şekilde daha düşüktür. Evli ve bekâr bireylerin yetersizlik duygusu puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Evli bireylerin yetersizlik duygusu puanları bekâr bireylerin yetersizlik duygusu (YD) puanlarından anlamlı bir şekilde daha düşüktür.

Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri yaşa göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem için t testi ile istatistikî analiz işlemleri yapılmıştır. Levene ve ANOVA testi verilerine dair bulgular Tablo 4.4.'de aktarılmaktadır.

Tablo 4.4.: Yaş Değişkeninin Göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği Levene ve ANOVA Testi Sonuçları

Puan	Yaş	f, \bar{X} ve ss değerleri			Levene Sonuçları					Anova sonuçları						
		N	\bar{X}	ss	F	Sd1	Sd2	p	Var. K	KT	Sd	KO	F	p		
BA	18-24 (a)	134	19.11	4.41	.497	2	461	.609	G.arası	184.636	2	92.318	4.657	.01		
	25-36 (b)	289	17.85	4.47						G.İçi	9138.241	461			19.823	*
	37-48 (c)	41	17.21	4.44						Toplam	9322.877	463				
	Toplam	464	18.16	4.48												
SOY	18-24 (a)	134	55.13	10.75	.348	2	461	.707	G.arası	2009.158	2	1004.579	8.367	.00		
	25-36 (b)	289	50.44	10.97						G.İçi	55347.495	461			120.060	*
	37-48 (c)	41	51.87	11.46						Toplam	57356.653	463				
	Toplam	464	51.92	11.13												
YD	18-24 (a)	134	52.42	11.51	1.465	2	461	.232	G.arası	2153.260	2	1076.630	9.598	.00		
	25-36 (b)	289	48.89	10.38						G.İçi	51711.283	461			112.172	*
	37-48 (c)	41	44.80	8.67						Toplam	53864.543	463				
	Toplam	464	49.55	10.78												

* $p < .05$

Test sonucunda beğenilme arzusu (BA) puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş arası bireylerin beğenilme arzusu (BA) puanları 25-36 ve 37-48 yaş arası bireylerin puanlarından anlamlı olarak daha yüksektir. Test sonucunda sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları 25-36 yaş bireylerin puanlarından anlamlı olarak daha yüksektir. Test sonucunda yetersizlik duygusu (YD) puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş arası bireylerin yetersizlik duygusu (YD) puanları 25-36 ve 37-48 yaş arası bireylerin puanlarından anlamlı olarak daha yüksektir.

Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek

amacıyla bağımsız örneklem için t testi ile istatistikî analiz işlemleri yapılmıştır. T testi verilerine dair bulgular Tablo 4.5.'de aktarılmaktadır.

Tablo 4.5.: Eğitim Durumuna göre Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği t Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	\bar{X}	ss	$Sh_{\bar{x}}$	Levene testi		t Testi		
						F	p	t	Sd	p
BA	Lise ve altı	127	17.82	4.17	.370	3.716	.055	-.987	462	.324
	Üniversite ve üstü	337	18.28	4.59	.250					
SOY	Lise ve altı	127	49.46	11.67	1.036	.702	.403	-2.952	462	.003*
	Üniversite ve üstü	337	52.85	10.78	.587					
YD	Lise ve altı	127	48.58	11.49	1.020	2.276	.132	-1.194	462	.233
	Üniversite ve üstü	337	49.92	10.49	.571					

* $p < .05$

Tablo 4.5.'de görüldüğü gibi lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin beğenilme arzusu (BA) puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Lise altı eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanlarından anlamlı olarak daha düşüktür. Lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin yetersizlik duygusu (YD) puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

4.3. Araştırmanın Üçüncü Alt Amacına İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt amacı olan “Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusuna verilen cevapların frekans değerleri aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 4.6.: Beğenilme Arzusu Ölçeği, Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği ve Yetersizlik Duygusu Ölçeği Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	<i>N</i>	<i>r</i>	<i>p</i>
BA SOY	464	.210	.00*
BA YD	464	.508	.00*

* $p < .01$

Tablo 4.6.'da görüldüğü üzere beğenilme arzusu (BA) ile sanal ortam yalnızlığı (SOY) arasında pozitif yönde anlamlı zayıf bir ilişki, beğenilme arzusu (BA) ile yetersizlik duygusu (YD) arasında pozitif yönde anlamlı orta düzey bir ilişki vardır.

4.4. Araştırmanın Dördüncü Alt Amacına İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü alt amacı olan “Yetişkinlerin beğenilme arzusunun, sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusunu yordamakta mıdır?” sorusuna ilişkin elde edilen veriler aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 4.7.: Beğenilme Arzusu Ölçeğinin Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeğini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

	<i>B</i>	<i>Sd</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>R</i>	R^2
Sabit	42.447	2.110	-	20.114	.00*	-	-
BA	.522	.113	.210	4.628	.00*	.210	.044

* $p < .05$

BA: Beğenilme Arzusu

Tablo 4.7.'de görüldüğü üzere beğenilme arzusu (BA) puanları sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanlarını anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Beğenilme arzusu (BA) puanlarıyla sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanları arasında zayıf bir ilişki vardır (r : .210) ve beğenilme arzusu (BA) puanları sanal ortam yalnızlığı (SOY) puanlarının %4.4'ünü açıklamaktadır.

Tablo 4.8.: Beğenilme Arzusu Ölçeğinin Yetersizlik Duygusu Ölçeğini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

	<i>B</i>	<i>Sd</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>R</i>	<i>R</i> ²
Sabit	27.363	1.801	-	15.189	.00*	-	-
BA	1.222	.096	.508	12.689	.00*	.508	.258

* $p < .05$

BA: Beğenilme Arzusu

Tablo 4.8.'de görüldüğü üzere beğenilme arzusu (BA) puanları yetersizlik duygusu (YD) puanlarını anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Beğenilme arzusu (BA) puanlarıyla yetersizlik duygusu (YD) puanları arasında orta düzey bir ilişki vardır ($r: .508$) ve beğenilme arzusu (BA) puanları yetersizlik duygusu (YD) puanlarının %25.8'ini açıklamaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmaya ait bu bölümde; sonuç, tartışma ve önerilere yer verilerek araştırmadan elde edilen bulgular ile alanyazında ulaşılan diğer araştırma sonuçları karşılaştırılmış ve tartışılmıştır.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri çeşitli değişkenlere göre incelenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu) göre beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu puanlarına ilişkin tartışma ve sonuçlara yer verilmiştir.

5.1.1. Araştırmanın Birinci Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışması

Araştırmanın birinci alt amacı olan “*Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu ne düzeydedir?*” şeklindedir. Birinci alt problemine ilişkin tartışma ve sonuç bu bölümde verilmiştir. Ölçeklerden yüksek puan elde edilmesi beğenilme arzusu, sanal ortamda yalnızlığı ve yetersizlik duygusunun yüksek olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre örneklemin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusu “*ortalama*” düzeydedir. Alanyazına bakıldığında beğenilme arzusu ile ilgili araştırmaların daha çok sosyal medya kullanımı ve yalnızlık ile ilgili olduğu görülmektedir. Köklü (2019: 75) çalışmasındaki katılımcıların iletişim için sosyal medyayı kullananların beğenilme arzusunun düşük, takipçi kazanma, beğeni alma amaçlı katılımcıların ise yüksek olduğu sonucunu elde etmiştir. Bingül (2020: 31) çalışmasındaki katılımcıların beğenilme arzusunun düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Rıhtım (2020: 42) çalışmasındaki katılımcıların sanal ortam yalnızlık ölçeğine göre sanal yalnızlarının düşük olduğu görülmektedir. Kahraman’a ait (2020: 25) çalışmada katılımcıların sanal ortam yalnızlık ölçeğine göre sanal yalnızlarının ortalama olduğu ve kişilerin telefon kullanma sürelerinin artmasıyla beğenilme arzusu düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Çağlar’a ait çalışmada (2021: 135), kişilerin sosyal medyada geçirdikleri süre ne kadar artarsa beğenilme arzusu düzeylerinde de artış

olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal medya süresinde azalma olduğunda kişilerdeki beğenilme arzusunun düşük düzeyde seyrettiği belirtilmektedir. Çimşir ve Akdoğan'a ait (2019: 118) ait çalışmada ise yetersizlik duygusu ve yalnızlık düzeyinin yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Araştırma bulgularından hareketle beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeylerinin farklı ve anlamlı bir ilişki içinde sonuçlar verdiği görülmektedir. Kişilerin yalnızlık düzeyinin artmasının sanal ortamda vakit geçirmesiyle ilişkili olduğu dolayısıyla ortaya çıkan beğenilme arzusu belirtilerinin artmasına sebep olabileceği ve yetersizlik duygusu düzeyi arttıkça beğenilme arzusu isteği nedeniyle sanal ortam yalnızlığı belirtilerinin de artacağı söylenebilir.

Sonuç olarak bu çalışmada yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusunun “ortalama” düzey tespit edilmesi üç değişken arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Literatür incelemelerinde elde edilen verilerden ve birinci alt amaca ait bulgulardan hareketle beğenilme arzusu olan kişiler, sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusunu hissedebilen kişilerdir. Buradan hareketle yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeylerinin düşük düzeyde olmamaları kişileri sosyal hayat içinde etkileyebilen değişkenler olduğu düşünülmektedir.

5.2.1. Araştırmanın İkinci Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışması

Araştırmanın ikinci alt amacı olan “*Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusu düzeyleri cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?*” şeklindedir. İkinci alt problemine ilişkin tartışma ve sonuca bu bölümde yer verilmiştir.

5.2.1.1. Cinsiyete Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, yetişkinlerin beğenilme arzusu düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Yani yetişkinlerin kadın veya erkek olması, onların beğenilme arzusunu etkilememektedir. Alanyazın incelendiğinde beğenilme arzusunun araştırıldığı çalışmaların az olduğu ve çalışmalardan aynı ve farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Yine aynı şekilde Çağlar'ın (2021) çalışması da, beğenilme arzusu ortalamaları bakımından kadın ve erkek arasında anlamlı farklılık bulunmadığını ortaya koymuştur. Kahraman'ın

(2021) çalışmasında da, cinsiyet değişkeninin beğenilme arzusu puanlarında farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Sarıgül'e ait (2019) psikoloji öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeyleri ile beğenilme arzusu ve yalnızlık düzeylerinin ilişkisini incelediği araştırması, kişilerin beğenilme arzusunun cinsiyet yönünden anlamlı seviyede farklılaşmadığını ortaya koymuştur. Birgül'ün araştırması da (2020: 35) beğenilme arzusu düzeyinin cinsiyete göre önemli düzeyde farklılaşmadığı görülmüştür. Sarıgül'ün ve Birgül'ün çalışması bu çalışmada elde edilen sonucu destekler niteliktedir. Ancak Oldehinkel ve arkadaşlarının araştırması (2007: 424), beğenilmeme durumunun özellikle kızlarda depresif problemlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir. Böylelikle kızların bu konuda erkeklerden daha hassas olduğu vurgulanmaktadır. Bradley ve arkadaşlarının (2017: 10) araştırması ise, erkeklerin beğenilmeyi belirlemede çekiciliğe kadınlardan daha çok değer verdiğini ancak bir kullanıcı beğenisindeki kadınların algısı, yüksek sayıdaki takipçi veya beğenilerle daha artmakta ve çekicilikle ilgili benliklerin ise yüzdesi az olduğunu ortaya koymaktadır. Yine ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutumların yalnızlık, depresyon ve beğenilme arzusuyla ilişkisinin incelendiği bir çalışma (Şahin, 2019), erkeklerin beğenilme arzusu düzeylerinin kızlardan daha fazla olduğunu belirtmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle bazı araştırmalar sonucunun farklı olmasının yanı sıra cinsiyetin beğenilme arzusu üzerinde yüksek yordayıcı olmadığı söylenebilir.

Araştırma sonucunda beğenilme arzusu puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşmamasının nedeni her kişinin sosyal ihtiyaç olarak beğenilme arzusuna gereksinim duymasından ve insan ilişkilerinde anlamlı yerinin olmasından kaynaklanabilir. Kişilerin sahip olduğu beğenilme arzularından dolayı bu çalışmada beğenilme arzusunun cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmış olabilir.

5.1.2.2. Cinsiyete Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre, yetişkinlerin sanal ortam yalnızlık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Erkeklerin sanal ortam yalnızlık düzeylerinin kadınlara göre anlamlı bir şekilde daha fazladır. Yapılan bazı çalışmalar elde edilen bu sonucu destekler niteliktedir. Rıhtım'a ait araştırma (2020: 43), sanal ortam yalnızlığının cinsiyete göre anlamlı farklılaştığını, erkeklerin sanal ortam yalnızlığının kadınlara göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğunu

belirtmiştir. Benzer şekilde Çimen'e ait araştırma (2018: 1445) erkeklerin sanal ortam yalnızlık puanlarının kadınlardan daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Yine Korucu ve Kara çalışmasında (2019) üniversite öğrencilerinin sanal ortam yalnızlık düzeyleri cinsiyete göre karşılaştırıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Arslan'a ait bir çalışmada (2020: 37), üniversite erkek öğrencilerin dijital bağımlılık oranlarının kız öğrencilere nispeten daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Sağlık çalışanlarıyla yapılan bir araştırma sonucunda ise katılımcıların duyduğu sanal ortam yalnızlık düzeylerinin cinsiyet durumuna göre farklılık göstermediği belirlenmiştir (Şensoy, 2020: 48). İnternet kullanımının cinsiyete göre oranlar incelendiğinde ise; bu oranın erkeklerde %84,7, kadınlarda ise %73,3 olduğu belirtilmektedir (TÜİK, 2020). Bu sonuçlar çalışmamızın sonucuna benzer nitelikte olup, neticesinde erkeklerin kadınlara göre sanal ortamda daha fazla vakit geçirdiği görülmektedir. Bu durumun etkenlerinden birisinin erkeklerin ve kadınların sanal ortamda bulunmalarının ve beklentilerinin farklı olması veya kendilerini sosyal ilişkilere oranla sanal ortam ilişkilerinde daha iyi hissediyor olabilirler.

Literatürde farklı sonuçlara ulaşan çalışmalar da mevcuttur. Sarıgül'ün araştırmasından (2019: 68) elde edilen bulgular sosyal medya kullanımı ile yalnızlık arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkinin olduğunu ancak cinsiyet ile yalnızlık puanları arasında anlamlı ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde Kahraman'a ait araştırma (2020: 34) cinsiyet ile sanal ortam yalnızlık puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle farklı sonuçların elde edilmesinin yanı sıra erkeklerin sanal ortam yalnızlık düzeylerinin kadınlara göre anlamlı bir şekilde daha fazla olması gözlemlenmektedir. Erkek ile kadının sanal ortamdaki beklentilerinin farklı olması veya erkeğin sosyal ortamdaki çok sanal ortamda kendini daha iyi ifade edebilmesi sebebiyle sosyalleşme ihtiyacını sanal ortamda gidermeye çalışıyor olabilir.

5.1.2.3. Cinsiyete Göre Yetersizlik Duyusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, yetişkinlerin yetersizlik duygu düzeyleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Erkeklerin yetersizlik duygusu düzeyinin kadınlara göre anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu

sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Çetinkaya ve arkadaşlarının çalışması (2018: 176), cinsiyet değişkeni ile yetersizlik duygularının tüm alt boyutları ile arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiş ve kadınların ortalamasının erkeklerin ortalamasından fazla olduğunu belirtmiştir. Yine bununla birlikte bazı çalışmalar elde edilen bulgunun aksini de ortaya koymuştur. Akdoğan ve arkadaşları (2018) yetersizlik duygusu sebebiyle yakın ilişkiden kaçma durumunun kadınlara göre erkeklerde daha fazla görüldüğünü ortaya koymaktadırlar. Literatürden elde edilen veriler ile araştırmadan elde edilen veriler birbirini destekler niteliktedir.

Ancak Bilger'e ait üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışma (2018: 90), öğrencilerin yetersizlik duygusu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı olarak farklılaşmadığını göstermektedir. Yine başka bir çalışmada, cinsiyetle yetersizlik duygusu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir (Bozkurt, 2019: 27). Yine Kılıç ve Öksüz'ün çalışmasında (2020: 221) araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yetersizlik duygularının cinsiyete göre anlamlı farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Demir'in çalışmasında (2017: 70) bireylerin cinsiyetleri ile yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Ümmet ve arkadaşlarının yayınladıkları bildiride (2019: 100) ise çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin yetersizlik duygusu puanlarının cinsiyet değişkenine göre elde edilen fark sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle farklı sonuçların elde edilmesinin yanı sıra yetersizlik duygusunun cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterdiği görülmektedir ve bu sonucun kadın-erkek seçimleri, yaşantı biçimlerinin değişikliği veya toplumsal görevlerinin farklı olması sebebiyle olabilir.

5.1.2.4. Medeni Duruma Göre Beğenilme Arzuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre, yetişkinlerin beğenilme arzusu medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Benzer şekilde Bingül'e ait çalışma (2020: 48), beğenilme arzusu düzeyinin medeni durum değişkenine bağlı olarak anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucunu elde etmiştir. Alanyazında beğenilme arzusunun medeni durum açısından incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Kişinin çevresindekiler tarafından beğenilmesi ve onaylanması kendisini değerli hissetmesini sağlamaktadır. Böylece beğenilme arzusu puanlarının medeni durum değişkenine göre farklılaşmamasının nedeni her kişinin beğenilme arzusuna ihtiyaç duyuyor olmasından dolayı veya evlilik müessesesinin kişilerin beğenilme arzusu üzerinde anlamlı etkisinin olmamasından dolayı olabilir.

5.1.2.5. Medeni Duruma Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, evli bireylerin sanal ortam yalnızlık düzeyleri bekâr bireylere göre anlamlı bir şekilde daha düşüktür. Yapılan bazı çalışmalarla elde edilen sonuçlarda, yalnız kişilerin problemleri internet kullanım düzeylerinin evli kişilere oranla daha yüksek olduğu (Özgür, vd. 2014: 84) bekarların evlilere göre daha çok sosyal medyayı kullandıkları (Yüksel vd., 2020: 79) ve bekarların evli veya boşanmış bireylere göre daha çok sosyal medya bağımlısı olduğunu göstermektedir (Aksoy, 2020: 18). Bu çalışmalar araştırmada elde edilen sonucu destekler niteliktedir. Ancak sağlık çalışanlarıyla yapılan bir araştırma sonucunda katılımcıların duyduğu sanal ortam yalnızlık düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılık göstermediği belirlenmiştir (Şensoy, 2020: 48). Evli kişilerin aile olma bilinciyle sosyal ihtiyaçlarını eşleri ve çocuklarıyla paylaşarak yaşaması evli bireylerin bekâr bireylere göre sanal ortam yalnızlık düzeylerinin düşük olmasına sebep olabilir.

5.1.2.6. Medeni Duruma Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, evli ve bekâr bireylerin yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir farklılık vardır. Evli bireylerin yetersizlik duygusu bekâr bireylere göre anlamlı bir şekilde daha düşüktür. Literatürde yetersizlik duygusu ile medeni durum arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ümmet ve arkadaşlarının yayınladıkları bildiride (2019: 101) çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin yetersizlik duygusu puanları ile ebeveyn medeni durumu değişkeni arasındaki fark incelenmiş, yetersizlik duygusuna en yüksek düzeyde sahip olan kişilerin ebeveynleri evli ancak ayrı biçimde yaşayanlar, en düşük düzeyde olanların da ebeveynleri evli ve beraber olanlar olduğu saptanmıştır. Medeni durum değişkeninin duygusal tükenmişlik ve kişisel başarısızlıkla ilgili tükenmişliğin

ilişkinini inceleyen bir çalışma ile bekâr katılımcıların evli katılımcılara göre puanlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Akten, 2007: 12).

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle evli birelerin bekâr bireylere oranla yetersizlik duygusu düzeylerinin düşük olması gözlemlenmektedir. Evli birelerin çift olarak birlikte bir hayatı paylaşması ve birlikte yaşam görevlerinin üstesinden gelmeleri onların sahip olduğu yetersizlik duygusu düzeyinin azalmasına veya kendilerini bekâr oldukları zamana göre daha yeterli hissetmesine sebep olabileceği söylenebilir.

5.1.2.7. Yaşa Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre, yetişkinlerin beğenilme arzusu yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş arası bireylerin beğenilme arzusu 25-36 ve 37-48 yaş arası bireylerin puanlarından anlamlı olarak daha yüksektir. Yine benzer sonuç Çağlar'ın (2021: 133) çalışmasında görülmektedir. Çağlar araştırmasında 18-23 yaş grubundaki bireylerin beğenilme arzuları 36-41 yaş grubundaki bireylerden ve 48 yaş üstü bireylerden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Arslan'a ait (2019: 187) çalışmada, 18-24 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin Instagram'da beğeni alındığında ve beğeni alınmadığında duygulara yönelik cinsiyetler arasında anlamlı fark gözlenmemiştir. Genç yetişkinlik olarak adlandırılan grup içerisinde yer alan 18-24 yaş aralığındaki bireylerin, öznel iyi oluşlarının dışı dönüklük ve duygusal açıdan değişkenlik göstermesi gibi karakter özellikleriyle anlamlı ilişkisinin olması (Eryılmaz ve Ercan, 2011: 146), bu yaş grubundaki kişilerin beğenilme arzularının daha yüksek olmasına sebep olmuş olabilir. İlişkiler aracılığıyla kişilerin sosyal ihtiyaçlarını karşılaması her yaş grubundaki kişiler için önemlidir. Beğenilme arzusunun da her yaş grubu kişi için bir ihtiyaç olduğu ancak 18-24 yaş grubu için daha çok ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Kahraman'ın çalışmasında ise (2021) yaş değişkeninin beğenilme arzusu için farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle yaş aldıkça kişilerin beğenilme arzusunda azalma olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumun ergenlik döneminde kişilerin beğenilme arzusunu akranları tarafından tatmin etmesinin çok önemli olması ve yaş faktörüyle birlikte kişilerin akran onayı almasının öneminin azalması neden olabilir.

5.1.2.8. Yaşa Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, yetişkinlerin sanal ortam yalnızlık düzeyleri ile yaşları anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş bireylerin sanal ortam yalnızlık düzeyleri 25-36 yaş bireylere göre anlamlı olarak daha yüksektir. Benzer şekilde Çimen'e ait (2018) araştırma, sanal ortam yalnızlık puanlarının 19-25 yaştakilerin 26 ve üstü yaşındakilere nispeten daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. İnternet kullanımının 2020 yılında 16-74 yaş aralığında oranca %79,0 olduğu TÜİK (2020) verilerince ortaya konması, sanal ortamda zaman geçiren kişilerin yaş aralığıyla elde edilen bulgulardaki kişilerin yaş aralığı birbirini destekler niteliktedir. Ancak Şensoy'un (2020: 48) sağlık çalışanlarıyla yaptığı bir araştırma sonucunda ise katılımcıların hissettiği sanal ortam yalnızlık düzeyinin yaş durumuna göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle kişilerin yaş aldıkça sanal ortam yalnızlığında azalma olduğu ortaya konmuştur. Kişinin yaş aldıkça sorumluluklarının artması ve aile kurması sanal ortamdaki uzaklaşmasına sebebiyet verebilir.

5.1.2.9. Yaşa Göre Yetersizlik Duygusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre, yetişkinlerin yetersizlik duygu düzeyleri ile yaşları arasında anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş arası bireylerin yetersizlik duyguları 25-36 ve 37-48 yaş arası bireylere göre anlamlı olarak daha yüksektir. Benzer şekilde Bilger'in çalışması (2018: 112), 20 yaşındaki üniversite öğrencilerinin 22 yaş ve üzerindeki öğrencilere göre daha fazla yetersizlik duygusuna sahip oldukları sonucunu ortaya koymaktadır. Ancak Demir'in çalışmasında (2017: 69), bireylerin yaş değişkeni ile yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ümmet ve arkadaşlarının yayınladıkları bildiri (2019: 101) ise çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin yetersizlik duygusu puanlarının yaş değişkenine göre sonucunda elde edilen fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle yaş aldıkça kişilerin yetersizlik duygusunda azalma olduğu gözlemlenmektedir. Kişinin yaş almasıyla birlikte hayat bilgisinin artması, meslek sahibi olması, gelir düzeyinin artması ve insan ilişkilerinin çeşitlenmesi yetersizlik duygusunun azalmasına sebep olabilir.

5.1.2.10. Eğitim Durumuna Göre Beğenilme Arzusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin beğenilme arzusu düzeyi arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Literatürde bireylerin beğenilme arzusu düzeyleri ile eğitim durumları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara rastlanmıştır. Çağlar (2021) çalışmasında üniversite öğrencilerinin beğenilme arzularının lisans mezunu olan bireylerden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Şahin'e ait çalışmada ise (2019: 69) babası lise mezunu ve lisans mezunu olan öğrencilerin beğenilme arzusu puanları babası okur-yazar olmayan öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur.

Bu durumda beğenilme arzusunun her bireyde az da olsa bulunmasından ve sosyal bir ihtiyaç olarak gereksinim duyulabilmesinden dolayı eğitim durumunun kişilerdeki beğenilme arzusu düzeyinde zaman zaman anlamlı bir rol oynamamasına sebep olabileceği gibi farklı sonuçlar çerçevesinde eğitim değişkenin anlamlı rol oynayabileceği söylenebilir.

5.1.2.11. Eğitim Durumuna Göre Sanal Ortam Yalnızlığına İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre, lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Lise altı eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlıkları üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerden anlamlı olarak daha düşüktür. Yine Korucu ve Kara çalışmasında (2019) üniversite öğrencilerinin sanal ortam yalnızlık düzeyleri sınıf düzeylerine göre karşılaştırıldığında 3. sınıf öğrencilerin, 4. sınıf öğrencilerden daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Yapılan bazı çalışmalarla elde edilen sonuçlarda, üniversite öğrencilerinin üniversite yaşamına olan uyumlarının azalmasıyla sosyal rahatlama için problemlerli internet kullanımlarında artış olduğunu (İkiz vd., 2015: 43) ve sosyal medyayı yoğun kullanan öğrencilerin özel sorunlarını aile üyeleriyle paylaşmaktansa sosyal medyadaki arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih ettikleri belirtilmektedir (Demir, 2016: 45). Kahraman'a ait araştırma ise (2020: 47), üniversite öğrencilerinin sınıf düzeyleri ile sanal ortam yalnızlıkları arasında anlamlı bir fark olmadığını belirtmektedir. Lise öğrencileriyle yapılan bir araştırma ise, lise öğrencilerin sanal risk düzeylerinin

artması ile sanal ortamda yalnız hissettiklerini ortaya koymaktadır (Arslankara ve Ustu, 2019: 298). Farklı bir değişken olarak kişilerin gelir durumuna göre sanal ortam yalnızlığı arasındaki ilişkiye bakılan bir araştırmada ise (Rıhtım, 2020) iki değişken arasında anlamlı farklılaşmanın olmadığı belirtilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin sanal ortam yalnızlığının lise ve altı bireylere göre daha yüksek olması, eğitim seviyesinin artmasıyla sanal ortama duyulan ihtiyacın arttığı ve beraberinde sosyal ortamdan izole olmaya ihtiyaç duyulduğu olarak yorumlanabilir.

5.1.2.12. Eğitim Durumuna Göre Yetersizlik Duyusuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, lise ve altı eğitim durumundaki bireyler ile üniversite ve üstü eğitim durumundaki bireylerin yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Yine yapılan başka araştırma sonucunda (Kılıç ve Öksüz, 2020: 222) katılımcıların yetersizlik duygusu düzeylerinin sınıf seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermediği gözlemlenmiştir. Yetersizlik duygusunun her bireyde az da olsa bulunmasından dolayı eğitim durumunun kişilerdeki yetersizlik duygusu düzeyinde etkileyici bir rol oynamaması ve anlamlı bir farklılaşmamaya sebep olabilir.

Yetersizlik duygusuyla başka değişkenlerin ilişkisine bakan araştırmalar da bulunmaktadır. Yapılan bir araştırmaya katılan öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre yetersizlik duygu düzeyleri gözlenmiş ve iki değişken puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark bulunamamıştır (Öztürk, 2019: 45). Yine Çetinkaya ve arkadaşlarının çalışması (2018), anne eğitim durumu ve baba eğitim durumu değişkeni ile öğrencilerin yetersizlik duyguları tüm alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını belirtilmektedir. Bozkurt'un çalışması (2019: 28) katılımcıların eğitim gördükleri üniversitenin bulunduğu şehir değişkenine göre İstanbul dışındaki öğrencilerin yetersizlik puan ortalamalarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle eğitim durumuyla kişilerin yetersizlik duygusu arasında anlamlı farklılık olmadığı gözlemlenmesi, kişinin sahip olduğu yetersizlik duygusunun insanlarla olan ilişkilerine göre anlamlı olması sebebiyle eğitim durumu tarafından etkilenmediği söylenebilir.

5.1.3. Araştırmanın Üçüncü Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışması

Araştırmanın üçüncü alt amacı olan “*Yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?*” şeklindedir. Üçüncü alt problemine ilişkin tartışma ve sonuç bu bölümde verilmiştir.

Beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlığı arasında pozitif yönde anlamlı zayıf bir ilişki vardır. Yani yetişkinlerdeki beğenilme arzusu arttıkça düşük düzeyde de olsa sanal ortam yalnızlığı puanlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde beğenilme arzusu puanları ile sanal ortam yalnızlığı gerekçeleri arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmaların olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak araştırmalar incelendiğinde beğenilme arzusu ve sosyal medya kullanımı veya beğenilme arzusu ve yalnızlık ilişkisinin incelendiği çalışmalara ulaşılmıştır.

Yapılan bir anket sonucu, kişilerin beğenilme arzusuyla, sosyal hayatını başka kişilerle paylaşmak istemekle beraber, kendilerini paylaşarak karşı cinsten bireylerin dikkatini çekme ve kendilerini ifade etme amaçları taşıdıkları belirtmiştir (Alemdar vd., 2017: 85). Sosyal medyanın kullanımı kendini mükemmeliyetçi gösterme amacı olan kişilerin beğeni alma, kusur saklama ve kendilerini mükemmeliyetçi gösterme düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Köklü, 2019: 75). Üstelik başka bir çalışma, kişilerin beğenilme arzularının artmasıyla ilişkili olarak sosyal medya kullanımı kadınların nesneleşmeyi erkeklere oranla daha çok benimsemesine rol oynadığını ortaya koymuştur (Özgüngör ve Arıcıoğlu, 2020: 41). Çağlar’a ait çalışmada (2021: 136), sosyal medyada yararlı içerik paylaşan kişilerin beğenilme arzusunun, kendini farklı ve eşsiz hissedenden ve tanınma isteği olan kişilerden daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Şahin (2019: 78) çalışmasında internet kullanan öğrencilerin kullanmayanlara göre beğenilme arzusunun yüksek olduğunu ve katılımcıların yalnızlık puanlarının artmasıyla beğenilme arzusunun arttığını belirtmektedir.

Çalışmanın aksine başka (Sarıgül, 2019) bir araştırma sonucu ise sosyal medya kullanım sıklığının beğenilme arzusu üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Sarıgül, çalışmasında beğenilme arzusu ve sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmamış olmasının nedenini, araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya hesaplarını çok farklı amaçlar için kullanmalarının etkisi olabileceğini belirtmiştir. Yine Sarıgül çalışmasında, yalnızlık düzeyi yüksek

olanların beğenilme arzusu düzeylerinin de yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca başka bir çalışmada ise (Bingül, 2020: 38) yalnızlık ile beğenilme arzusu arasında orta düzeyde pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir.

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre beğenilme arzusu ile yetersizlik duygusu arasında pozitif yönde anlamlı orta düzey bir ilişki vardır. Yani yetişkinlerdeki beğenilme arzusu arttıkça orta düzeyde de olsa yetersizlik duygusu puanlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde beğenilme arzusu ve yetersizlik duygusunu birlikte inceleyen araştırmaya ulaşılmamıştır. Adler, kişinin yetersizlik duygusuyla baş etmek için üstünlük çabasına girmesini, hissettiği düşük konumdan yüksek olan konuma ilerleyiş için yapılan çabalar olarak görmektedir (Corey, 2015: 129). Başkurt'un çalışması (2020: 81) yetersizlik duygusunun mükemmeliyetçilik için anlamlı bir yordayıcı olduğunu ve en önemli katkıyı sağladığını belirtmektedir.

Kişide bulunan yetersizlik duygusunun hayatın içinde kişinin motivasyonunu karşılayan doğal bir duygu olmasının yanı sıra, kişinin hayat koşulları içinde cesaretinin kırılmasına, mutsuzluk ve umutsuzluk yaşamasına da sebep olabileceği vurgulanmaktadır (Akdoğan ve Ceyhan, 2014: 118). Her kişide bulunabilen beğenilme arzusunun normal düzeyinden çıkması veya bu arzuya gereğinden fazla önem verilmesi durumunda ise kişileri yetersiz duygu durumuna sürükleyebileceği söylenebilir. Literatürde yalnızca sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusunu birlikte inceleyen araştırmaya ulaşılmamıştır. Çimşir ve Akdoğan'ın çalışmasında (2019: 118) yetersizlik duygusu ve yalnızlık arasında yüksek ilişki olduğu göze çarpmaktadır. Çakır'ın çalışmasında ise (2020: 43) kişinin hissettiği yetersizlik duygusunun artması beraberinde kişide sanal ortam bağımlılıklarının da azaldığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar neticesinde yetersizlik duygusunun yalnızlıkla doğru orantısal ilişkisinin olmasının yanında sanal ortam bağımlılığıyla ters orantısal ilişkisinin olduğu yorumu yapılabilir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle kişilerdeki beğenilme arzusu düzeyi arttıkça sanal ortam yalnızlığı ve yetersizlik duygusunun düşük ve orta düzeyde arttığı gözlemlenmektedir. Böylece bu değişkenlerin aralarında anlamlı ilişkiye sahip olması kişinin sahip olduğu beğenilme arzusunun anlamlı bir artışa sebep olmasıyla ilgili olduğu söylenebilir.

5.1.4. Araştırmanın Dördüncü Alt Amacına İlişkin Sonuç ve Tartışması

Araştırmanın dördüncü alt amacı olan “*Yetişkinlerin beğenilme arzusunun, sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusunu yordamakta mıdır?*” şeklindedir. Dördüncü alt problemine ilişkin tartışma ve sonuç bu bölümde verilmiştir.

Araştırmaya ilişkin bulgulara göre yetişkinlerin beğenilme arzusunun sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusunu düzeylerini anlamlı bir şekilde yordadığı sonucuna varılmıştır. Alanyazın incelendiğinde bireylerin sosyal medya kullanım düzeylerinde artış oldukça yalnızlıklarının arttığı ve psikolojik iyi oluşlarının ise bu durumla ilişkili olarak azalma görüldüğü belirlenmiş (Şensoy vd., 2020: 49), ayrıca kişinin yalnızlık düzeyinin artmasıyla beğenilme arzusunun arttığı belirtilmiştir (Şahin, 2019: 88). Beğenilme arzusu kişinin kendisini sosyal medyada teşhir etmesine ve bu yolla haz duymasına sebep olabilmektedir (Twenge & Campbell, 2015). Üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışma, katılımcıların sosyal medya bağımlılığının kırılğan narsisizm ve sanal ortam yalnızlık düzeyi ile ilişkisini incelemiş ve kişilerdeki kırılğan narsisizmin artmasıyla sanal ortam yalnızlıklarının arttığını belirtmiştir (Rıhtım, 2020: 49). Rıhtım’ın araştırma sonucu için narsist kişilerin beğenilmek istemesi ve beğenilme, takdir beklentisi ve gibi haller dışında yaşamdan zevk alamamalarından (Alanka ve Cezik, 2016: 562) dolayı, kişilerdeki kırılğan narsisizmin etkenlerden birinin beğenilme arzusu olabileceği ve beğenilme arzusunun da sanal ortam yalnızlığını arttırabileceği yorumu yapılabilir. Yapılan bir araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya kullanım oranlarında artış oldukça yalnızlıklarının arttığı ve psikolojik iyi oluşlarının ise bu durumla ilişkili olarak azalma görüldüğü belirlenmiştir (Şensoy vd., 2020: 49). Adelosanlarla yapılan bir çalışma ise (Yaşar-Can, 2020: 21), sosyal medya bağımlılığının yalnızlığı açıklamada istatistiksel öneme sahip olduğunu tespit etmiştir.

Çimşir ve Akdoğan (2019) kişinin yetersizlik duygusu artmasıyla birlikte, kişinin kendini saklama eğiliminin arttığı ve böylelikle yalnızlığa yöneleceği vurgulamaktadır. Başkurt’un çalışması (2020: 81) yetersizlik duygusunun mükemmeliyetçilik için anlamlı bir yordayıcı olduğunu ve en önemli katkıyı sağladığını belirtmektedir. Mükemmeliyetçilikle yetersizlik duygusunun ele alındığı bir araştırmada (Bahtiyar, 2019: 60) üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçi özellikleri ile yetersizlik duyguları arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine genç yetişkinlerin yetersizlik duyguları ile

arkadaşlık yakınlık düzeyleri arasında anlamlı negatif bir ilişkinin olduğu kişilerin arkadaşlık ilişkilerinin artmasıyla yetersizlik duygularının önemli derecede düştüğü vurgulanmaktadır (Ümmet vd., 2021: 89). Ergenlerle yapılan bir araştırma (Yüksel-Şahin ve Öztoprak, 2019: 373) ise, düşük benlik saygısına sahip olanların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, yüksek benlik saygısına sahip olanlardan anlamlı olarak yüksek olduğunu belirtmiştir.

Yetersizlik duygusu, olumsuz otomatik düşünceler, çaresizlik hissetme, olumsuz benlik ve kaçınma aralarında anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur (Aysan ve Bozkurt, 1998: 6). Kişilerde bulunan yetersizlik duygusu arttıkça genel erteleme eğilimlerinin de artış gösterdiği belirtilmiştir (Tansı, 2019: 63). Çağrı merkezi çalışanlarına yapılan bir çalışmada bireylerin yetersizlik duygusu ölçeği ilişkiye yüksek düzeyde odaklanma ve ilişki korkusu/kaygısı ile zayıf, pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Erten, 2017: 71). Kızıldaş'ın araştırması ise (2015: 32), yetersizlik duygusu ile saldırganlık arasında bir ilişkinin var olduğunu, cesaretin kırılması ve yararsız üstünlük çabası alt boyutlarının ise saldırganlığı yordadığı ortaya konmuştur.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle beğenilme arzusunun sanal ortam yalnızlığını ve yetersizlik duygusunu yordadığı gözlemlenmiştir. Beğenilme arzusuna sahip kişinin sanal ortamda bu isteğini tatmin etmeyi tercih etmesi ve beğenilmek için olumlu izlenim bırakma çabası kişinin yetersizlik duygusunu hissetmesine sebebiyet verebilir.

Araştırmada elde edilen bulguların, literatüre, insan kaynakları bölümüne, klinik alanda çalışma yapan psikologların bireylerin sosyal ilişkilerini daha iyi düzeye getirebilecek alıştırmaya veya düşünce kalıpları oluşturmalarına katkı sağlayabilecekleri veya beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duyguları düzeylerini daha alt seviyelerde tutabilecek çalışmalar yapılabilir, psiko-eğitim grupları veya seminerler düzenlenebilir. Üniversitelerin psikolojik danışma ve rehberlik merkezlerinde, sosyal çalışmacıların da bulunduğu farklı disiplinlerin birlik içinde bu amaca uyumlu olabilecek hizmetleri planlamaları uygun olacaktır. Bu araştırmadan elde edilen bulguların tespit edilmesinin başka araştırmalara anlamlı katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

5.2. Öneriler

Araştırma bulgularına göre elde edilen sonuçlar doğrultusunda bazı önerilerde bulunulmuştur.

5.2.1. Uygulayıcılara Öneriler

1. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duyguları ortalama düzeydedir. Yetişkinlerin beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duyguları sağlıklı düzeyde sergileyebilmeleri adına eğitimler verilebilir.
2. Yine araştırmaya ilişkin bulgulara göre yetişkinlerin beğenilme arzusunun sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygusunu düzeylerini anlamlı bir şekilde yordadığı sonucuna varılmıştır. Bu nedenle beğenilme arzusu, sanal ortam yalnızlık ve yetersizlik duygularıyla baş etme becerilerinin geliştirilmesine yönelik yapılandırılmış grup çalışmaları uygulanabilir.

5.2.2. Araştırmacılara Öneriler

1. Bu araştırma bulguları 2021 yılında İstanbul ilinde yaşayan kişiler ile sınırlıdır. Araştırmacılar bu konuyu farklı illerde yaşayan kişilerde inceleyebilirler. Farklı illerde araştırmanın yapılması genellemelere ulaşmayı sağlayabilir.
2. Bu araştırma nicel bir araştırma olup, yetişkinlerin beğenilme arzusu ile sanal ortam yalnızlıkları ve yetersizlik duygusu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bundan sonraki araştırmalarda yetişkinlerin beğenilme arzusu ile farklı değişkenler arasındaki ilişkiler incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C., ve Keleş, S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(4): 559-602.
- Adler, A. (1917). *Study Organ Inferiority and Its Psychological Compensation*. The Nervous and Mental Disease Publishing Company.
- (1993). *Yaşamın Anlam ve Amacı* (K. Şipal Çev.). İstanbul: Say Yayıncılık.
- (2000). *Çocuk Eğitimi* (K. Şipal Çev.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- (2000). *Okulda Güç Eğitilebilir Çocuklar* (K. Şipal Çev.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- (2018). *İnsan Tabiatını Tanıma* (A. Yörükkan Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Agger, B. (2011). *Sanal Benlik* (V. Hacıoğlu Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Ajiboye, L. (2014). *Inferiority Complex*. Trafford; Illustrated Edition.
- Akan, F. (2020). *Gündelik Yaşamda Instagram Kullanım Örüntüleri İle Narsisizm Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Akbulut, A. (2020). *Gösterişli Tüketim, Sosyal Medya Bağımlılığı Narsisizm ve Empati Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Akdoğan, R. ve Ceyhan, E. (2014). Üniversite Öğrencileri İçin Yetersizlik Duygusu Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(41): 117-128.
- Akdoğan, R. (2017). A Model Proposal On The Relationships Between Loneliness, Insecure Attachment, And Inferiority Feelings. *Personality and Individual Differences*, 111: 19-24.
- Akdoğan, R., Aydın, M. ve Eken, H. (2018). Understanding the Contribution of Abnormal Inferiority Feelings on Insecure Attachment Through Gender and Culture: A Study of University Students Seeking Psychological Support. *The Journal of Individual Psychology*, 74(1).

- Akkaş, C., Bakırtaş, H. ve Çiftçi, S. (2019). ‘Narsistagram’: Instagram Kullanımında Narsisizm. *Selçuk İletişim*, 13(1): 130-157.
- Akmeşe, Z. ve Deniz, K. (2017). Stalk, Benliğin İzini Sürmek. *Yeni Düşünceler*, 8: 23-32.
- Aksoy, Ö. N. (2020). Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Balıkesir Örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1): 9-24.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): 405-421.
- Akten, S. (2007). *Rehber Öğretmenlerin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Akyazı, E. ve Ünal, A. T. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal TR*, 3(6): 1-24.
- Alanka, Ö.ve Cezik, A. (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *Trtakademi*, 1(2).
- Alemdar, M. Y., İşbilen, D., Demirel, K. ve Telli, N. G. (2017). Özçekim Davranışı Narsisizm Göstergesi Olabilir Mi? Özçekim ve Narsisizm Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Nitel Bir Araştırma. Ege Üniversitesi, İzmir.
- Algül, A. (2017). Sosyal Ağ Kullanıcılarının “Abartılı Paylaşım”, “Benlik Sunumu” ve “Mahremiyet Tüketimleri”. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 13(49): 21-44.
- Anderson, C., Hildreth, J. A. D., & Howland, L. (2015). Is the Desire for Status a Fundamental Human Motive?. *A Review of the Empirical Literature*.
- Antunes, T. P. C., Oliveira, A. S. B., Crocetta, T. B. Lima Antao, J. Y. F., Almedia Barbosa, R. T., Guarnieri, R., Massetti, T., Mello Monteiro, C. B. & Adreu, L. C. (2017). Computer Classes and Games in Virtual Reality Environment to Reduce Loneliness Among Students of an Elderly Reference Center. *Medicine*, 96(10).
- Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social Network Use and Personality. *Computers in Human Behavior*, 26: 1289-1295.

- Arnett, J. J. (2001). Conceptions of the Transition to Adulthood: Perspectives From Adolescence Through Midlife. *Journal of Adult Development*, 8(2).
- Arnett, J. J. (1998). Learning to Stand Alone: The Contemporary American Transition to Adulthood in Cultural and Historical Context. *Human Development*, 41: 295-315.
- Arslan, A. (2019). *İnstagram Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Narsisizm Ve Öz güven İlişkisinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Doğuş Üniversitesi, İstanbul.
- (2020). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *International e-Journal of Educational Studies (IEJES)*, 4(7): 27-41.
- Aslan, T. ve Ballı, E. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *EBYÜ İİBF Dergisi*, 2(1): 59-74.
- Arslankara, V. B. ve Usta, E. (2019). Lise Öğrencilerinin Sanal Ortamlardaki Güven Durumları ile Sanal Yalnızlıklarının Sanal Risk Algısı Bağlamında İncelenmesi. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5: 288-301.
- Aydın, M. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımları İle Akılcı Olmayan İnançları ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişkiler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Aysan, F. ve Bozkurt, N. (1998). Bir Grup Üniversite Öğrencisinin Kullandığı Başaıkma Stratejileri İle Depresif Eğilimleri Ve Olumsuz Otomatik Düşünceleri Arasındaki İlişki. *X. Ulusal Psikoloji Kongresi 1998*. İstanbul.
- Bahtiyar, M. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Mükemmeliyetçilik Özellikleri ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Balcı, Ş. ve Karaman, S. Y. (2020). Social Media Usage, Self-Presentation, Narcissism, and Self-Esteem as Predictors of Instagram Addiction: An Intercultural Comparison. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2): 1213-1239.
- Balma, S. H. (2019). Loneliness and Social Connection. *Visions*, 19(3).

- Baritci, F. ve Fidan, Z. (2018). Sosyal Ağlarda Benlik Sunumuna Dair Bir Distopya: Black Mirror Dizisi Örneği. *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54: 37-63.
- Başkurt, B. (2020). *Mükemmelliyetçiliğin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusu İle Yetersizlik Duygusu Tarafından Yordanması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Baudelaire, C. (2003). *Modern Hayatın Ressamı* (A. Berktaş Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Batıgün, A. D. (2005). İntihar Olasılığı: Yaşamı Sürdürme Nedenleri, Umutsuzluk ve Yalnızlık Açısından Bir İnceleme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 16(1): 29-39.
- Bathány, A. (2016). *Logotherapy and Existential Analysis*. Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna.
- Bee, H. L. & Bjorklund B. R. (2000). *The Journey of Adulthood*. Prentice Hall.
- Bian, M. & Leung, L. (2014). *Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, And Patterns Of Smartphone Use To Social Capital*. The Chinese University of Hong Kong, China.
- Bilger, H. (2018). *Üniversite Öğrencilerindeki Yetersizlik Duygularıyla Öğrencilerin Anne ve Babalarına Bağlanmaları Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Bingöl, A. (2017). Virtual Environment Loneliness as a Predictor of Academic Achievement. *8th International Advanced Technologies Symposium 2017*. Elazığ.
- Bingül, F. (2020). *Yalnızlığın Bağlanma Stilleri, Beğenilme Arzusu ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Açısından İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Bondevik, M. & Skogstad, A. (1998). The Oldest Old, ADL, Social Network, and Loneliness. *Western Journal of Nursing Research*, 20(3): 325-343.
- Bozkurt, R. M. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Kalitesi İle Yakın İlişkilerindeki Eğilimleri ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

- Brachfeld, O. (1999). Inferiority Feelings: In the Individual and the Group. *The International Library of Psychology*.
- Brailovskaia, J., Bierhoff, H. W., Rohmann, E., Raeder, F. & Margraf, J. (2020). The Relationship Between Narcissism, Intensity of Facebook Use, Facebook Flow and Facebook Addiction. *Addictive Behaviors Reports*.
- Bradley, P. (2015). Instagram: why do we post? (Master Thesis). Southern Illinois University, Edwardsville.
- Bradley, S. W., Roberts, J. A. & Bradley, P. W. (2017). Experimental Evidence of Observed Social Media Status Cues on Perceived Likability. *American Psychological Association*.
- Brown, C. (2006). *Social Psychology*. Sage Publications.
- Burton, J. L., Mueller, K. M., Gollins, J. & Walls, D. M. (2019). The Impact of Airing Super Bowl Television Ads Early on Social Media: Benefits and Drivers of Watching, Liking, And Sharing Advertisements on Social Media. *Journal of Advertising Research*.
- Cangöz, İ. (2008). *Uygun Adım Medya & Bir Bilinç Körleşmesi*. Ankara: Ayraç Kitabevi Yayınları.
- Cansever, A. B. (2019). Instagram’da Benliğin Sunumu Ve Stalk Eylemi: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma.
- Choudhury, M. D., Gamon, D., Counts, S. & Horvitz, E. (2013). Predicting Depression via Social Media. *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*.
- Corey, G. (2015). *Psikolojik Danışma, Psikoterapi Kuram ve Uygulamaları* (T. Ergene Çev.). Ankara: Mentis Yayıncılık.
- Corsini, R. J. & Wedding, D. (2011). *Current Psychotherapies*. Brooks/Cole Cengage Learning.
- Covin, R. (2011). *The Need To Be Liked*. Kindle Edition.
- Crandall, J. E. (1991). A Scale for Social Interest. *Individual Psychology*, 47(1).
- Cüceloğlu, D. (2002). *‘Keşke’siz Bir Yaşam İçin İletişim Donanımları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çağlar, F. (2021). *Sosyal Medya Bağımlılığı İle Narsisistik Kişilik Özellikleri Ve Beğenilme Arzusu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Çakır, E. (2020). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığıyla Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Çakmak, V. (2018). Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*, 9(30): 138-152.
- Çardak, M. (2013). Psychological Well-Being and Internet Addiction Among University Students. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12(3).
- Çetinkaya, B., Gülaçtı, F. ve Çiftçi, Z. (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Yetersizlik Duyguları İle Şiddete Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Samsun: Megem Yayınları, 168-178.
- Çifti, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çimen, L. K. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı İle Sanal Ortam Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68): 1431-1452.
- Çimşir, E. ve Akdoğan, R. (2019). Yalnızlık ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişkide Kendini Saklamanın Aracı Rolü. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 9(1): 111-128.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4): 173-188.
- Darı, A. B. (2017). Sosyal Medya ve Sağlık. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6(18).
- Davidovitch, N. Yavich, R. & Frenkel, Z. (2019). Social Media and Loneliness Forever Connected? *Higher Education Studies*, 9(2).
- Davis, K. (2012). Tensions of Identity in A Networked Era: Young People's Perspectives on the Risks and Rewards of Online Self-expression. *New Media and Society*, 14(4): 643-51.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2): 27-50.

- Demir, S. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Bağlanma Stilleri ile Kaygı Düzeyleri ve Yetersizlik Duyguları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Doan, A., Ramakrishnan, R. & Halevy A. (2011). Crowdsourcing Systems on the World-WideWeb. *Communications of the Acm*, 54(4).
- Ekşi, H., Sevim, E. ve Kurt, B. (2016). Psikolojik Doğum Sırası İle Yetersizlik Duygusunun Yetişkin Bağlanma Stillerini Yordama Düzeyinin İncelenmesi. *Elementary Education Online*, 15(3): 1054-1065.
- Ellemers, N., Doosje, B. & Spears, R. (2004). Sources of Respect: The Effects of Being Liked By Ingroups and Outgroups. *Journal of Social Psychology*, 34: 155-172.
- Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230.
- Elmacıoğlu, T. (2009). *Bilgece Yaşamak*. İstanbul: Yakamoz Yayınları.
- Erbaş, M. M., Karahan, T. F. ve Uzun, T. (2020). Sokakta Çalışan Çocukların Yalnızlık ve Depresyon Düzeylerinin Ebeveyn Durumları Açısından İncelenmesi: İstanbul Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1): 233-249.
- Erdoğan, Y. ve Aydoğdu, A. (2021). Determination of Social Media Usage and Desire to Be Liked Levels of Kastamonu University Tourism Faculty Students. *International Journal of Turkic World Tourism Studies*, 6(1).
- Erten, M. F. (2017). *Çağrı Merkezinde Çalışan Bireylerin Tükenmişlik Düzeyleri İle Sosyal İlişki Düzeyleri ve Yetersizlik Duygusu Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Eryılmaz, A. ve Ercan L. (2011). Öznel İyi Oluşun Cinsiyet, Yaş Grupları ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36): 139-151.
- Eryılmaz, Ç. (2020). Çevresel İnşacılık Açısından Sanal Dünya: Instagram'da Çevreci Kimlik Sunumu. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1): 383-398.
- Fırat, İ. & Güngör, A. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Doyumları Üzerinde Yetersizlik Duygusunun Yordayıcı Etkisi: Sosyal İlginin Aracı Rolü. *TEBD*, 19(1): 487-504.

- Fogel, J. & Nehmad, E. (2009). Internet Social Network Communities: Risk Taking, Trust, and Privacy Concerns. *Computers in Human Behavior*, 25: 153-160.
- Gausel, N., Leach, C. W., Vignoles, V. L. & Brown, R. (2012). *Defend or Repair? Explaining Responses to In-Group Moral Failure by Disentangling Feelings of Shame, Rejection, and Inferiority*. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Genç, Y., Durğun, A., Kara, H. Z. ve Çakır, R. (2018). İnternet Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Algılarına Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13(2): 301-336.
- Gierveld, J. J. (1998). A Review Of Loneliness: Concept And Definitions, Determinants And Consequences. *Reviews in Clinical Gerontology*, 8: 73-80.
- Gierveld, J. J., Tilburg, T. V. & Dykstra, P. A. (2006). Loneliness and Social Isolation. *Cambridge University Press*.
- Gilbert, P., McEwan, K., Bellew, R., Mills, A. & Gale, C. (2009). The Dark Side Of Competition: How Competitive Behaviour And Striving To Avoid Inferiority Are Linked To Depression, Anxiety, Stress And Self-harm. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 82: 123-136.
- Goodwin, R. D. & Marusic, A. (2003). Feelings of Inferiority and Suicide Ideation and Suicide Attempt among Youth. *Croatian Medical Journal*, 44(5): 553-557.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (B. Cezar Çev.). İstanbul: Metis.
- Göktürk, R. (2012). *İnsan Yetiştirme Sanatı*. İstanbul: Akis Kitap.
- Gündüz, A., Attar, G. E. ve Altun, A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Instagram'daki Benlik Sunumları. *DTCF Dergisi*, 58(2): 1862-1895.
- Griffin, J. (2010). *The Lonely Society?* Mental Health Foundation.
- Griffiths, H. (2017). Social Isolation and Loneliness in the UK. *Lotuk*.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T. ve Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örneklem ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. *İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1): 19-28.
- Hauck, P. A. (1997). Three Ways To Overcome Inferiority Feelings. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 15(1).
- Hawi, N. S. & Samaha, M. (2016). The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*.

- Hirao, K. (2014). Comparison of Feelings of Inferiority Among University Students With Autotelic, Average, and Nonautotelic Personalities. *North American Journal of Medical Sciences*, 6(9): 440-450.
- Horzum-Taylor, I. (2015). Facebook ve Beğenilme Güdüsü. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4): 1216-1227.
- Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*.
- Ibili, E. & Billingham, M. (2019). The Relationship Between Self-Esteem And Social Network Loneliness: A Study of Trainee School Counsellors. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, 7(3).
- İkiz, E., Asıcı, E., Savcı, M. ve Yörük, C. (2015). Problemler İnternet Kullanımı İle Üniversite Yaşamına Uyum İlişkisi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1): 34-50.
- İnanç, B.Y., Yerlikaya E. E. (2008). *Kişilik Kuramları*, Pegem Akademi Yayınevi, 1.Baskı, Ankara.
- Jang, Y. (2020). Exploring User Interaction and Satisfaction with Virtual Personal Assistant Usage through Smart Speakers. Ajou University, Korea.
- Kahraman, D. (2020). *Fen Bilimlerinde Akademik Başarının, İnternet Kullanımının, Bağımlılığının ve Sanal Ortam Yalnızlık Düzey İlişkilerinin Belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Kahraman, N. (2021). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Beğenilme Arzusu ile İlişkisinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Kalyoncu, H. (2009). *Aile İçi Şiddet ve Şiddet Ortamında Çocuklar*. İstanbul: Metkan Matbaacılık.
- Kanbul, S. & Ozansoy, K. (2019). Determination of Cyber Bullying, Cyber Victimization, Cyber Sensitivity and Virtual Loneliness of Students and their Relationships. *TEM Journal*, 8(4): 1359-1365.
- Kanwar, P. & Taprial, V. (2012). *Understanding Social Media*. BookBoon.
- Kamen, L. P. & Seligman, M. E. P. (1989). Explanatory Style and Health. *Current Psychological Research & Reviews*, 6(3): 207-218.

- Karaçelik, Y. (2019). *Instagram*. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Karadağ, A. ve Akçınar, B. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, İstanbul.
- Karakoç, E. ve Taydaş, O. (2013). Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı İle Yalnızlık Arasındaki İlişki: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 7(4): 33-45.
- Karlı, B. ve Aycan, S. (2020). Instagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*.
- Kasır, H. A. (2012). *Kültür Bilinci*. İstanbul: İstanbul Matbaacılık.
- Kaşıkkara, G. ve Doğan, U. (2017). Beğenilme Arzusu: Ölçek Geliştirme, Güvenirlik Ve Geçerlik Çalışması. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2): 51-60.
- Kaya, A., Balay, R. ve Göçen, A. (2012). Öğretmenlerin Alternatif Ölçme ve Değerlendirme Tekniklerine İlişkin Bilme, Uygulama ve Eğitim İhtiyacı Düzeyleri. *International Journal of Human Sciences*, 9(2): 1303-5134.
- Kaya Erdem, B. ve Kaya, M. (2019). Instagram'da Görülme Ve Beğenilme Arzusu: Kullanıcı Bakış Açısından Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62): 1307-9581.
- Kawasaki, G. & Fitzpatrick, P. (2015). *Sosyal Medya Sanatı* (M. Benveniste Çev.). İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Kearney, A. (2018). *Uses And Gratification Of Posting Selfies On Social Media*. Rochester Institute of Technology, Newyork.
- Kenchappanavar, R. N. (2021). Relationship Between Inferiority Complex And Frustration in Adolescents. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 2(2).
- Kepalaite, A. (2015). Peculiarities of Teachers' Inferiority Feeling and Experienced Stress. *Social Welfare Interdisciplinary Approach*, 5(2).
- Kern, C. W. & Watts, R. E. (1993). Adlerian Counseling. *TCA Journal*, 21(1): 85-96.
- Khan, M. K. (2007). Emotional and Behavioral Effects of Video Games and Internet Overuse. *Report of the Council on Science and Public Health*.

- Khasawneh, R. T. & Abu-Sanab, E. (2013). E-Government and Social Media Sites: The Role and Impact. *World Journal of Computer Application and Technology*, 1(1): 10-17.
- Kılıç, S. ve Öksüz, Y. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Yetersizlik Duygusu ile Genel Aidiet Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(2): 216-225.
- Kıvanç, T. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1).
- Kızıldaş, A. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeylerinin Yetersizlik Duyguları Açısından İncelenmesi. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media. *Business Horizons*.
- Kim, J., LaRose, R. & Peng, W. (2009). Loneliness As The Cause And The Effect Of Problematic Internet Use: The Relationship Between Internet Use And Psychological Well-Being. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(4).
- Kim, M.Y., Moon, S. & Iacobucci, D. (2019). The Influence of Global Brand Distribution on Brand Popularity on Social Media. *Journal of International Marketing*, 27(4): 22-38.
- King, D. L., Herd, M. C. E. & Delfabbro, P. H. (2017). Motivational Components of Tolerance in Internet Gaming Disorder. *Computers in Human Behavior*, 78: 133-141.
- Kintu, B. & Ben-Slimane, K. (2020). Companies Responses To Scandal Backlash Caused By Social Media Influencers. *International Journal of Market Research*, 62(6): 666-672.
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and Academic Performance. *Computers in Human Behavior* 26: 1237-1245.
- Knight-McCord, J., Cleary, D., Grant, D., Herron, A., Jumbo, S., Lacey, T., Livingston, T., Robinson, S., Smith, R. & Emanuel, R. (2016). What social media sites do college students use most? *Journal of Undergraduate Ethnic Minority Psychology*.
- Korkmaz, İ. (2012). Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetlenmek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 107-122.

- Korkmaz, Ö., Usta, E. ve Kurt, İ. (2014). Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği (SOYÖ) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2): 144-159.
- Korucu, A. T. ve Kara, S. (2019). Öğretmen Adaylarının Derslerde Akıllı Telefon Siber Aylaklık ile Sanal Ortam Yalnızlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi*, 1(1): 41-56.
- Koyuncu, T., Ünsal, A. ve Arslantaş, D. (2014). *Assessment Of Internet Addiction And Loneliness In Secondary And High School Students*. Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Köklü, B. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Beğenilme Arzusu, Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme ve Sosyal Kaygı ile İlişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Kraut, R., Patterson, M., Landmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well Being?. *American Psychologist*, 53: 1017-1031.
- Krishnamurti, J. (2000). *Sevgi ve Yalnızlık Üzerine* (E. Özbaş Çev.). İstanbul: Ayna Yayınevi.
- Kristinsdottir, K. H., Gylfason, H. F. & Sigurvinsdottir, R. (2021). Narcissism and SocialMedia: The Role of Communal Narcissism. *International Journal of Environment Research Public Health*.
- Kurt, D. G. ve Yıldız, E. Ç. (2018). *Kişilik Kuramları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kuss, D. J., Harkin, L., Kanjo, E. & Billieux, J. (2018). Problematic Smartphone Use: Investigating Contemporary Experiences Using a Convergent Design. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(142): 2-16.
- Lamberson, K. A. & Wester, K. L. (2018). Feelings of Inferiority: A First Attempt to Define the Construct Empirically. *The Journal of Individual Psychology*.
- Li, Y. & Xie, Y. (2020). Is a Picture Worth a Thousand Words? An Empirical Study of Image Content and Social Media Engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(1): 1-19.
- Lieberman, D. A. (2012). Video Games for Diabetes Self-Management: Examples and Design Strategies. *Journal of Diabetes Science and Technology*, 6(4).

- Lin, C. X., Lee, C., Lally, D. & Coughlin, J. F. (2018). Impact of Virtual Reality (VR) Experience on Older Adults' Well-Being. *Springer International Publishing AG*.
- Luhmann, M., Schonbrodt, F. D. , Hawkley, L. C. & Cacioppo, J. T. (2014). Loneliness and Social Behaviours in a Virtual Social Environment. *Cognition And Emotion*.
- Lung, F.W. & Lee, M.B. (2008). The Five-item Brief-Symptom Rating Scale As A Suicide Ideation Screening Instrument For Psychiatric Inpatients And Community Residents. *BMC Psychiatry*.
- Lyons, E.J., Tate D.F., Komoski S.E., Carr P.M. & Ward D.S. (2012). Novel Approaches to Obesity Prevention: Effects Of Game Enjoyment And Game Type on Energy Expenditure in Active Video Games. *Diabetes Technology Society*, 6(4):839-848.
- MacDonald, K. J., Willemsen, G., Boomsma, D. & Schermer, J. A. (2020). Predicting Loneliness From Where and What People Do. *Social Sciences*, 9(51).
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation And Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29: 446-458.
- Martin, J.M. & Schumacher, P. (2003). Loneliness And Social Uses Of The Internet. *Computers in Human Behavior*, 19: 659-671.
- McCord, B., Rodebaugh, T. L. & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social Uses and Anxiety. *Computers in Human Behavior*, 34: 23-27.
- McLuhan, M. (2019). *Yaradığımız Medya* (Ü. Oskay Çev.). İstanbul: Nora Kitap.
- Meredith-Cope, E. (2006). *Rhetoric of Aristotle*. Cambridge University Press.
- Merter, M. (2012). *Dokuz Yüz Katlı İnsan*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Morel, M. P. V., Daspe, M. E., Lussier, Y. & Benoit, C. G. (2019). For the love of being liked: a moderated mediation model of attachment, likes-seeking behaviors, and problematic Facebook use. *Department of Psychology*.
- Mosak, H. & Maniacci, M. (2013). *Primer of Adlerian Psychology: The Analytic - Behavioural - Cognitive Psychology of Alfred Adler*. Routledge.
- Nacaklı, B. (2018). Sosyal Medyanın İnşaa Ettiği Narsist Kişilikler: Instagram Hesapları Üzerine Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2): 225-268.

- Nadkarni, A. & Hofmann, S. G. (2012). Why Do People Use Facebook? *Personality and Individual Differences*.
- Nesi, J. ve Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *J Abnorm Child Psychol*.
- Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü: Kendimizi ve Komşularımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik?* (G. Gündüç Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nielsen Company (2018). <https://www.nielsen.com/tr/tr/insights/article/2018/turkey-carries-great-potential-digital-conversion/>.
- Nowland, R., Necka, E. A. & Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1): 70-87.
- O’Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K. & Council on Communications and Media (2011). Clinical Report-The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *American Academy of Pediatrics*.
- Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30).
- Oldehinkel, A. J., Rosmalen, J. G. M., Veenstra, R., Dijkstra, J. K. & Ormel, J. (2007). Being Admired or Being Liked: Classroom Social Status and Depressive Problems in Early Adolescent Girls and Boys. *J Abnorm Child Psychology*, 35: 417-427.
- Otrar, M. ve Arın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Journal of Research in Education and Teaching*, 4(1): 391-403.
- Öcal, D. (2018). Instagram Örneğinde Sosyal Medyadan Yansıyanlar. *İNİF E-Dergi*, 3(1): 23-36.
- Özal, F. (2019). Yeni Medya’da Benlik Sunumu: Instagram Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Özata, F. Z. (2013). *Sosyal Medya, Sosyal Medya ve Pazarlama*. Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir.
- Özbey, Ç. (2004). *Çocuk Sorunlarına Yapıcı Çözümler*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

- Özdemir, S., Akçakanat, T. ve İzgüden, D. (2017). İnternet Çağında Sanal Ortam Yalnızlığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19): 125-136.
- Özgüngör, S. ve Arıcıoğlu, A. (2020). Nesneleştirilmiş Beden Bilinci Ölçeği-Genç Formunun Türkçeye Uyarlanarak Kendini Nesneleştirmenin Sosyal Medya Kullanımı ve Beğenilme Arzusu Arasındaki İlişkide Aracı Rolünün İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 50: 23-49.
- Özgür, H., Demiralay, T. ve Demiralay İ. (2014). Exploration of Problematic Internet Use and Loneliness Among Distance Education Students. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 15: 2.
- Özkürkçügil, Ç. A. (1998). “Cezaevinde Yalnızlık ve Yalnızlığın Depresyonla İlişkisi”, *Kriz Dergisi*, 6(1): 21-31.
- Öztürk, K. (2019). *İletişim Sanattır*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Öztürk, N. N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Yetersizlik, Suçluluk ve Utanç Duygularının Kendini Sabotaj Eğilimine Etkisinin İncelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa.
- Panek, E. T., Nardis, Y. & Konrath, S. (2013). Mirror or Megaphone?: How Relationships Between Narcissism and Social Networking Site Use Differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29: 2004-2012.
- Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and AsmallWorld. *New Media Society*, 11: 199.
- Parker- Ress, R. (2007). Liking To Be Liked: Imitation, Familiarity And Pedagogy In The First Years Of Life. *Early Years*, 27(1): 3-17.
- Parlak, S. ve Canel, N. (2020). *Çok Öfkeliyim*. İstanbul: Okuyan Us.
- Pittman, M. & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62: 155-167.
- Rahman, A. A. A. & Razak, F. H. A. (2019). Social Media Addiction Towards Young Adults Emotion. *Journal Of Media And Information Warfare*, 12(2): 1-15.
- Recupero, P. R. (2008). Forensic Evaluation of Problematic Internet Use. *J Am Acad Psychiatry Law*, 36: 505-514.

- Rıhtım, B. Z. (2020). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsisizm ve Sanal Ortam Yalnızlık Düzeyi İle İlişkinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Rokvic, N. (2020). Alexithymia, Disgust and Superiority Complex: an Exploratory Study. *Engrami*, 42.
- Sadık, R. ve Kardaş, N. T. (2018). Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Beğenilme Arzusunun İncelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 1: 39-46.
- Sarıgül, U. (2019). *Psikoloji Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı Düzeyleri ile Beğenilme Arzusu ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çağ Üniversitesi, Mersin.
- Saruhan, O. (2018). *Sosyal Medya Canavarı Olmak İster Misin?* İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- (2020). *Dijital Çağda Hayatta Kalmanın 10 Kuralı*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Santrock, J. W. (2018). *Yaşam Boyu Gelişim* (G. Yüksel Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Savcı, M., Turan, M. E., Griffiths, M. D. ve Ercengiz, M. (2019). Histrionic Personality, Narcissistic Personality, and Problematic Social Media Use: Testing of a New Hypothetical Model. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19: 986-1004.
- Savcı, M., Tekin, A. ve Elhai, J. D. (2020). Prediction of Problematic Social Media Use (PSU) Using Machine Learning Approaches. *Current Psychology*.
- Sayar, K. (2019). *Beni Sessiz de Sevebilir misin?* İstanbul: Kapı Yayınları.
- Schedlowski, M. & Tewes, U. (1999). *Psychoneuroimmunology: An Interdisciplinary Introduction*. Springer Science+Business Media, LLC.
- Secombe, C. I. (2016). *Combating Loneliness*. *Local Government Association*.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media Use and Motivations. *Personality and Individual Differences*, 54: 402-407.
- Shaw, L. H. & Gant, L. M. (2002). In Defense of the Internet: The Relationship between Internet Communication and Depression, Loneliness, Self-Esteem, and Perceived Social Support. *Cyberpsychology & Behavior*, 5(2).

- Sher, L. (2020). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Suicide Rates. . *QJM*, 113(10).
- Sheldon, P. & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58: 89-97.
- Shifron, R. (2010). Adler's Need to Belong as the Key for Mental Health. *The Journal of Individual Psychology*, 66(1).
- Shin, D., He, S., Lee, G. M., Whinston, A. B., Çetintaş, S. ve Lee, K. (2020). Enhancing Social Media Analysis With Visual Data Analytics: A Deep Learning Approach. *MIS Quarterly*, 44(4): 1459-1492.
- Skaik, R. & Inkpen, D. (2020). Using Social Media for Mental Health Surveillance: A Review. *ACM Computing Surveys*, 53(6).
- Skues, J. L., Williams, B. & Wise, L. (2012). The Effects of Personality Traits, Self-Esteem, Loneliness, and Narcissism on Facebook Use Among University Students. *Computers in Human Behavior*, 28: 2414-2419.
- Slavik, S. & Carlson, J. (2006). *Readings In The Theory of Individual Psychology*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Srivastava, S. & Beer, J. S. (2005). How self-evaluations relate to being liked by others: Integrating sociometer and attachment perspectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(6): 966-977.
- Statista (2021). <https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content/#overview> .
- Steinfeld, C., Ellison, N. B. & Lampe, C. (2008). Social Capital, Self-Esteem, and Use of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29: 434-445.
- Steckermeler, L. C. & Delhey, J. (2018). Better for Everyone? Egalitarian Culture and Social Wellbeing in Europe. *Social Indicators Research*, 143: 1075-1108.
- Strano, D. A. & Petrocelli, J. V. (2005). A Preliminary Examination of the Role of Inferiority Feelings in the Academic Achievement of College Students. *The Journal of Individual Psychology*, 61(1).
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N. & Espinoza, G. (2008). Online and Offline Social Networks: Use of Social Networking Sites by Emerging Adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29: 420-433.

- Strano, D. A. & Petrocelli, J. V. (2005). A Preliminary Examination of the Role of Inferiority Feelings in the Academic Achievement of College Students. *The Journal of Individual Psychology*, 61(1).
- Şafak, B. ve Kahraman S. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Ve Narsistik Kişilik Özelliği Belirtileri İle İlgili İlişkinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 54-69.
- Şahin, D. (2019). *Ergenlerde Sosyal Medyaya Yönelik Tutumların, Yalnızlık, Depresyon ve Beğenilme Arzusuyla İlişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa.
- Şahin, E. E. (2020). *Üniversite Öğrencilerinde Bağlanma ve Sosyal Bağlılık Arasındaki İlişkide Yetersizlik Duygusu ve Mükemmeliyetçiliğin Aracı Rolü* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Şensoy, N., Çolak, P. K. ve Doğan, N. (2020). Sağlık Çalışanlarında Psikolojik İyi Oluş Düzeyi İle Sanal Ortamda Yalnızlık Düzeyi Arasındaki İlişki. *Türk Aile Hekimleri Uzmanlık Derneği*, 24(1): 41-50.
- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1).
- Usta, E., Korkmaz, Ö. ve Kurt, İ. (2014). The Examination of Individuals' Virtual Loneliness States in Internet Addiction and Virtual Environments in terms of Inter-Personal Trust Levels. *Computers in Human Behavior*, 36: 214-224.
- Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusalılık Ve Mahremiyet. *Yeni Medya Kongresi 2013*. Kocaeli Üniversitesi.
- Uzuner, M. E. ve Karagün, E. (2014). Rekreatif Amaçlı Spor Yapan Bireylerin Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27: 107-120.
- Ümmet, D. ve Ekşi, F. (2016). Internet Addiction in Young Adults in Turkey: Loneliness and Virtual-Environment Loneliness. *The Turkish Journal on Addictions*, 3: 42-55.
- Ümmet, D., Tekiner, B. ve Eriştiren, İ. "Üniversite Öğrencilerinde Arkadaşlık Kalitesi ve Yetersizlik Duygularının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi"

- IX. Uluslararası Yükseköğretimde Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Araştırmaları Kongresi, 15-17 Kasım 2019, (İstanbul): 96-11.*
- (2021). Üniversite Öğrencilerinin Yetersizlik Duygularının Ebeveynleriyle İlişkileri ve Arkadaşlık Kaliteleri Bağlamında İncelenmesi. *İzmir Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1): 84-95.
- Tansı, A. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Yetersizlik Duygusu, Öz-Düzenleme ve Kararsızlık Düzeylerinin Erteleme Davranışlarını Yordayıcılığı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Taylor, I. H. (2015). Facebook And The Being Liked Motive. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4): 1216-1227.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17): 851-870.
- Temel, E. ve Şişman, F. N. (2017). İletişim Becerileri Eğitiminin Hemşirelik Öğrencilerinin Sanal ve Kişilerarası İlişkilerine Etkisi. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 4(3): 171-179.
- Teo, L. X., Leng, H.K. & Philip Phua, Y. X. (2018). Marketing on Instagram. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2): 321-332.
- Timeo, S., Riva, P. & Paladino, M. P. (2020). Being Liked Or Not Being Liked: A Study On Socialmedia Exclusion In A Preadolescent Population. *Journal of Adolescence*, 80: 173-181.
- Tiwari, S. C. (2021). Loneliness: A disease? *Indian Journal of Psychiatry*, 55(4).
- Tokgöz Bakıroğlu, C. (2013). Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları, XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Tokgöz, C. (2017). Kimlik Ve Bellek Ekseninde Sosyal Medya Anlatıları. *Intermedia Uluslararası Hakemli İletişim Bilimleri E-Dergisi*, 4(7).
- Toktaş, S. A., Binark, M., Dikmen, E. Ş., Fidaner, I. B., Küzeci, E. ve Özeygen, A. (2012). *Türkiye 'de Dijital Gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Torlak, Ö. (2000). *Tüketim (Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü)*. İstanbul: İnkılab Yayınları.

- Towner, E., Ladensack, D., Chu, K. & Callaghan, B. (2021). Virtual Social Interaction, Loneliness, and Well-Being Among Emerging Adults Amid the COVID-19 Pandemic. University of California, Los Angeles. University of Cambridge.
- Tuten, T. L. (2012). *Social Media Marketing*. SAGE Publications, London.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (TDK). <https://sozluk.gov.tr/>.
- Türkel, Z. ve Dilmaç, B. (2019). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). <https://www.tuik.gov.tr/>.
- Türkmen, T. (2020). *Sosyal Medyada Tanınırlık Ve Sanal Kimlikler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Twenge, J. M. (2009). *Ben Nesli* (E. Öztürk Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Twenge, J. M. & Campbell, W. K. (2015). *Asrın Vebası: Narsisizm İlleti* (Ö. Korkmaz Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Tyer, S. (2016). Instagram: What Makes You Post?. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 4(14).
- Vaillancourt-Morel, M. P., Daspe, M. È., Lussier, Y., & Giroux-Benoît, C. (2020). For The Love Of Being Liked: A Moderated Mediation Model Of Attachment, Likes-Seeking Behaviors, And Problematic Facebook Use. *Addiction Research & Theory*, 28(5): 397-405.
- Valsesia, F., Proserpio, D. & Nunes, J. C. (2020). The Positive Effect of Not Following Others on Social Media. *Journal of Marketing Research*, 57(6): 1152-1168.
- Vazire, S., & Gosling, S.D. (2004). E-Perceptions: Personality Impressions Based On Personal Websites. *Journal Of Personality Processes And Individual Differences*, 87(1): 123-132.
- Wade, J. T., Roth, P. L., Thatcher, J. B. & Dinger, M. (2020). Social Media And Selection: Political Issue Similarity, Liking, And The Moderating Effect Of Social Media Platform. *MIS Quarterly*, 44(3): 1301-1357.

- Walster, E. & Walster, B. (1963). Expect of Expecting To Be Liked on Choice of Associates. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(4): 402-404.
- Wang, S. A., Greenwood, B. N. & Pavlou, P. A. (2020). Tempting Fate: Social Media Posts, Unfollowing, And Long-Term Sales. *MIS Quarterly*, 44(4): 1521-1571.
- We Are Social. (2020). *Digital in 2017 global overview*. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2020>.
- Webrazzi (2020). <https://webrazzi.com/>.
- Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses And Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4): 362-369.
- Wikipedia (2020). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
- Williams, K., Gilbert, P. & McEwan, K. (2009). Striving and Competing and Its Relationship to Self-harm in Young Adults. *International Journal of Cognitive Therapy*.
- Wouters, C. (1998). How Strange to Ourselves are our Feelings of Superiority and Inferiority? *Theory Culture & Society*, 15(1): 131-150.
- Yalçın, F. G. (2016). *Küçük İşletmeler İçin Sosyal Medya*. İstanbul: Abaküs Kitap.
- Yang, Y. (2016). *Study on Florens' Inferiority Feeling in "A Mercy"*. International Conference on Arts, Design and Contemporary Education.
- Yao, M. Z. & Zhong, Z. J. (2014). Loneliness, Social Contacts and Internet Addiction: A Cross-Lagged Panel Study. *Computers in Human Behavior*, 30: 164-170.
- Yaşar-Can, S. (2020). *Adölesanlarda Sosyal Medya Kullanımının Depresyon ve Yalnızlığa Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Yaşar, M. R. (2007). Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1): 237-260.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

- Yeşildal, M. ve Ertaş, H. (2020). Sanal Ortam Yalnızlığı ve Özgüven Üzerine Bir Araştırma. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2): 513-526.
- Yılmaz, E., Şahin, Y. L., Haseski, H. İ. ve Erol, O. (2014). Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 133-144.
- Yılmaz, F. G. K. (2019). Exploring The Role Of Facebook Adoption and Virtual Environment Loneliness on Knowledge Sharing Behaviors In a Facebook Learning Community. *Education and Information Technologies*, 24: 1699-1714.
- Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *Cyber Psychology & Behavior*, 1(3): 237-244.
- Yöyen, E. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Benlik Saygısı ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(6): 2185-2198.
- Yüksel-Şahin, F. ve Öztoprak Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Yüksel, M. Y., Çini, A. ve Yasak B. (2020). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumunun İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40: 66-85.
- Zappavinga, M. (2016). Social Media Photography: Construing Subjectivity In Instagram Images. *Visual Communication*, 271-292.
- Zell, A. L., & Moeller, L. (2017). Narcissism And “Likes”: Entitlement/Exploitativeness Predicts Both Desire For And Dissatisfaction With Responses on Facebook. *Personality and individual differences*, 110: 70-73.

EKLER

EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

EK 2. BEĞENİLME ARZUSU ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

EK 3. SANAL ORTAM YALNIZLIĞI ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

EK 4. YETERSİZLİK DUYGUSU ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

EK 5. ETİK KURUL İZİNİ



EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1.Cinsiyetiniz	Kadın ()				Erkek ()	
2.Medeni Durumunuz	Evli ()				Bekar ()	
3.Yaşınız	(LütfenYazınız):...					
4.Eğitim durumunuz?	Okuryazar ()	İlkokul ()	Ortaokul ()	Lise ()	Üniversite/ Yüksekokul ()	Yükseklisans/ Doktora ()

EK 2. BEĞENİLME ARZUSU ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

1. Beğenilmeyeceğimi düşünmek beni endişelendirir.	1	2	3	4
2. Beğenilmezsem kendimi değersiz hissedirim.	1	2	3	4
3. Beğenilmezsem yalnız kalacağımı düşünürüm.	1	2	3	4
4. Hoşlanmadığım insanların bile beni beğenmesini isterim.	1	2	3	4
5. Davranışlarıma olumlu geribildirimler almadığımda hayal kırıklığı yaşarım.	1	2	3	4
6. Beğeni almak beni amaçlarıma ulaştıran en büyük isteklendirme kaynağıdır.	1	2	3	4
7. Kendim istemesem de başkaları beğendiği için yaptığım şeyler vardır.	1	2	3	4
8. Beğenilmek için harcadığım para beni maddi anlamda zorluyor.	1	2	3	4
9. Davranışlarımı birilerinin beni izleme ihtimaline göre değiştiririm.	1	2	3	4

EK 3. SANAL ORTAM YALNIZLIĞI ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.Sanal ortamda oldukça sosyal birisiyim.					
5.Sanal ortamda kendimi çevremdeki insanlarla uyum içinde hissediyorum.					
9.Sanal ortamda daha çok dertleşeceğim insanlar var.					
15.Sanal ortamda gerçek hayata göre çok daha rahatım.					
20.Sanal ortamda gerçek ortamlara göre sık sık yanlış anlaşılırım.					

EK 4. YETERSİZLİK DUYGUSU ÖLÇEĞİ ÖRNEK MADDELER

	Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her Zaman
1. Bir işe girişmek için birilerinin beni cesaretlendirmesi gerekir.	1	2	3	4	5
5. Bir işi istediğim kadar iyi yapamadığımı düşündüğümde kendime kızarım.	1	2	3	4	5
9. Kendimi diğerlerinden üstün olmak zorunda hissederim.	1	2	3	4	5
15. Bir işi yapamayıp küçük düşmektense geri durmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
20. İşlerimi yeterince iyi yapamadığım duygusunu yaşarım	1	2	3	4	5

EK 5. ETİK KURUL İZİNİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 27.06.2021-E.7178



T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

Sayı :E-20292139-050.01.04-7176
Konu :Etik Kurul Kararları

Sayın Büşra Nur GÜVENÇ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

"Yetişkinlerin Beğenilme Arzusu ile Sanal Ortam Yalnızlık ve Yetersizlik Duygusu İlişkisinin İncelenmesi" başlıklı araştırmanız kurumumuzun 30.04.2021 tarihli ve 2021/04 sayılı toplantısında değerlendirilerek etik açıdan uygun bulunduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Nasuh USLU
Kurul Başkanı

Ek:25-Büşra Nur Güvenç Etik Onay Belgesi (1 sayfa)

Mevcut Elektronik İmzalar

NASUH USLU (Etik Kurulu Başkanlığı - Kurul Başkanı) 27.05.2021 15:59

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: *H55H13806* Pin Kodu: 26202
Adres: Halkalı Caddesi No: 281 Kilyos/İstanbul
Telefon: 444 97 98 Faks: +90 (212) 693 82 29
e-Posta: bilgi@izu.edu.tr Web: www.izu.edu.tr
Kep Adresi: izu@b01.kep.tr

Belge Takip Adresi: <https://ibya.izu.edu.tr/en/Visio/Dogrula/0N3>

Bilgi için: Zeynep Funda TİZ
Unvan: Yürürlük
Tel No: 2126929606



ÖZGEÇMİŞ

Büşra Nur Güvenç

A. EĞİTİM

Yüksek Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlığı, 2022, İstanbul

Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İngilizce Öğretmenliği, 2018, İstanbul

B. AKADEMİK DENEYİM

Öğretmen, Enstitü İstanbul İsmek Dil Okulu