

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

NARSİSTİK KİŞİLİK ÖRÜNTÜLERİNDEN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞINA GİDEN YOL: DUYGU DÜZENLEME
GÜÇLÜKLERİ VE BİLİŞSEL ÇARPITMALARIN ARACI ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
SAİME BEGÜM DİNÇ

ANKARA - 2020

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

NARSİSTİK KİŞİLİK ÖRÜNTÜLERİNDEN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞINA GİDEN YOL: DUYGU DÜZENLEME
GÜÇLÜKLERİ VE BİLİŞSEL ÇARPITMALARIN ARACI ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

SAİME BEGÜM DİNÇ

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ ESRA GÜVEN

ANKARA – 2020



BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 04/ 08 / 2020

Öğrencinin Adı, Soyadı: Saime Begüm Dinç
Öğrencinin Numarası: 21810008
Anabilim Dalı: Psikoloji Anabilim Dalı
Programı: Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı
Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Dr. Öğr. Üyesi Esra Güven
Tez Başlığı: Narsistik Kişilik Özelliklerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol: Duygu Düzenleme Becerileri Ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolü

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans/Doktora tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 83 sayfalık kısmına ilişkin, 04 / 08 / 2020 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %12'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimededen daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

"Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını" inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

Onay

14/02/2019

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad,
Dr. Öğr. Üyesi Esra Güven

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimimin son aşaması olan tez yazımı sürecinin en başından itibaren her konuda benden; bilgisini, desteğini ve güler yüzünü esirgemeyen, mesleki gelişimime büyük katkıları olan kıymetli hocam Dr. Öğretim Üyesi Esra Güven'e teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışmamın son aşamalarında yanımda oldukları ve fikirleri ile bana destek oldukları için çok değerli hocalarım Doç. Dr. Okan Cem Çırakoğlu ve Prof. Dr. Şennur Kışlak' a teşekkür ederim.

Tez ile ilgili detaylar hakkında her ihtiyacım olduğunda bana destek veren sevgili arkadaşım Araş. Gör. Beliz Toroslu'ya çok teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim ve tez yazımında psikolojik desteklerini hep hissettiğim, yeri geldiğinde bilgi ve tecrübelerini paylaşan her biri birbirinden değerli tüm bölüm arkadaşlarım ve aynı zamanda meslektaşlarıma çok teşekkür ediyorum.

Son olarak, Lisans ve Yüksek Lisans eğitimim dahil olmak üzere tüm eğitim hayatım boyunca beni her konuda destekleyen, sevdiğimde sevinen, üzüldüğümde üzülen, en büyük moral ve motivasyon kaynağım olan canım aileme; babam İsmail Cenk Dinç'e, annem Hülya Dinç'e ve kardeşim Hikmet Bensu Dinç'e binlerce kez teşekkür ederim. Eğitim hayatım boyunca her koşulda arkamda durduğunuz ve benim için sarf ettiğiniz tüm güzel çabalarınız için size müteşekkirim. Ve tabi ki ailemizin minik üyesi Köpük'e koşulsuz sevgisi ve tüm saflığıyla hayatımıza anlam kattığı ve bizimle olduğu için çok teşekkür ederim. Sizi çok seviyorum.

Saime Begüm Dinç

ÖZET

DİNÇ, Saime Begüm. Narsistik Kişilik Örüntülerinden Sosyal Medya Bağımlılığı'na Giden Yol: Duygu Düzenleme Güçlükleri ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolü. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı. Ankara, 2020.

Sosyal medya platformlarının çeşitlendiği ve kullanıcı sayılarının gün geçtikçe arttığı günümüzde, sosyal medya aşırı kullanımı ve bağımlılıkları araştırmaların ortak konularından biri olmaya başlamıştır. Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığını yordayan iki model sunulmuştur. Bu bağlamda narsistik kişilik bozukluğunun iki boyutu kırılğan ve büyüklenmeci narsizmin sosyal medya bağımlılığını yordama düzeyleri duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar aracı değişkenleri üzerinden, SPSS PROCESS aracı model analizi ile test edilmiştir. Araştırma 15-65 yaş arası 251 katılımcı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu, Narsistik Kişilik Envanteri, Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği, Kırılğan Narsistik Kişilik Envanteri ve Bilişsel Çarpıtmalar Ölçeği veri toplama araçları aracılığı ile yürütülmüştür. Elde edilen bulgulara göre kırılğan narsistik kişilik özelliği sergileyen bireyler büyüklenmecilere göre daha fazla duygu düzenleme güçlüğü yaşamakta, daha fazla bilişsel çarpıtma yapmakta ve sosyal medya ile ilgili daha fazla bağımlı davranış sergilemektedir. Duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracı rolü sosyal medya bağımlılığında her iki narsizm boyutu için de farklılaşmaktadır. Narsistik kişilik örüntülerinin her iki boyutunu da ele alan bu çalışma, alanyazın için sosyal medya bağımlılığına giden yolda kırılğan ve büyüklenmeci narsistik kişilik özellikleri gösteren kişilerin ayırımında ek bir görüş olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Büyüklenmeci Narsizm, Kırılğan Narsizm, Duygu Düzenleme Güçlükleri, Bilişsel Çarpıtmalar

ABSTRACT

DİNÇ, Saime Begüm. From Narcissistic Personality Patterns to Social Media Addiction: The Mediating Role of Emotion Regulation Skills and Cognitive Distortions. Başkent University, Institute of Social Sciences, Clinical Psychology Master's Program with Thesis. Ankara, 2020.

Today, social media platforms are diversified and the number of users is increasing day by day, social media overuse and addiction has become a common subject of research. In this study, two models predicting social media addiction are presented. In this context, the two dimensions of narcissistic personality disorder, the levels of predicting social media addiction of vulnerable and grandiose narcissism, were tested by means of SPSS PROCESS model analysis by means of emotion regulation difficulties and cognitive distortions. The study was conducted with 251 participants aged 15-65 with the Social Media Addiction Scale Adult Form, Narcissistic Personality Inventory, Emotional Difficulty Scale, Vulnerable Narcissistic Personality Inventory and Cognitive Distortions Scale. According to the findings, individuals who exhibit a vulnerable narcissistic personality feature have more emotional regulation difficulties, more cognitive distortions and more dependent behavior related to social media. Emotional regulation difficulties and the mediating role of cognitive distortions differ for both narcissism dimensions in social media addiction. This study, which deals with both dimensions of narcissistic personality patterns, may be an additional view for the literature, on the road to social media addiction, in the distinction between people who exhibit vulnerable and grandiose narcissistic personality traits.

Key Words: Social Media Addiction, Grandiose Narcissistic Personality, Vulnerable Narcissistic Personality, Emotional Regulation Difficulties, Cognitive Distortions

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
GİRİŞ	1
1.1. Sosyal Medya'nın Gelişimi.....	3
1.1.1. Sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları	4
1.1.2. Sosyal medya bağımlılığı.....	6
1.1.3. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili risk faktörleri	9
1.1.4. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmalar	11
1.2. Narsistik Kişilik Örüntüsü	12
1.2.1. Narsistik kişilik örüntülerinde klinik görünümlemler	14
1.2.2. Narsistik kişilik örüntüsü ve sosyal medya kullanımı	17
1.3. Duygu Düzenleme Güçlüğü.....	19
1.3.1. Duygu düzenleme güçlüğü ve sosyal medya kullanımı	20
1.3.2. Duygu düzenleme güçlüğü ve narsistik kişilik	21
1.4. Bilişsel Çarpıtmalar	23
1.4.1. Bilişsel çarpıtmalar ve sosyal medya bağımlılığı	25
1.4.2. Bilişsel çarpıtmalar ve narsistik kişilik örüntüleri	26
1.5. Tez Çalışmasının Amacı	26
1.6. Araştırma Soruları/Hipotezler	27
1.7. Araştırmanın Önemi.....	30
YÖNTEM	32
2.1. Araştırma Modeli.....	32

2.2. Örneklem	32
2.2.1. Örnekleme ait demografik bilgiler	32
2.3. Veri Toplama Araçları	34
2.3.1. Onam formu:	35
2.3.2. Kişisel bilgi formu:	35
2.3.3. Narsistik Kişilik Envanteri (NKE):	36
2.3.4. Kırılgan Narsizm Ölçeği (KNÖ):	36
2.3.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu (SMBÖ-YF):	37
2.3.6. Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği (DDGÖ):	37
2.3.7. Bilişsel Çarpıtmalar Ölçeği (BÇÖ)- Düşünce Türleri Ölçeği:	38
2.4. İşlem	38
BULGULAR.....	40
3.1. Verilerin İstatistiksel Analizlere Uygunluğu ve Tanımlayıcı Analizler 40	
Düzenleme Güçlüğü Ve Bilişsel Çarpıtmalar Değişkenleri Arasındaki Korelasyonlara Yönelik Bulgular	41
3.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcılarına Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları	47
3.3. Narsizm Türleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerde Duygu Düzenleme Güçlüğü ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolüne İlişkin Bulgular	50
TARTIŞMA.....	57
4.1. Değişkenler Arası Korelasyon ve Hiyerarşik Regresyon Analizlerine Ait Bulguların Tartışılması	57
4.2. Narsistik Kişilik Envanteri Toplam Puanları İle Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Bilişsel Çarpıtmalar Ve Duygu Düzenleme Güçlüklerinin Aracı Model Analizi Bulgularının Tartışılması.....	62

4.3. Kırılgan Narsistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Toplam Puanları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Duygu Düzenleme Becerileri Ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Model Analizi Bulgularının Tartışılması.....	65
4.4. Genel Bakış ve İki Modelin Karşılaştırılması	67
SONUÇ	71
5.1. Sınırlılıklar, Gelecek Çalışmalar ve Klinik Uygulamalar için Öneriler	72
KAYNAKLAR	75

EKLER

EK 1: Kişisel Bilgi Formu

EK 2: Onam Formu

EK 3: Narsistik Kişilik Envanteri

EK 4: Kırılgan Narsistik Kişilik Envanteri

EK 5: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu

EK 6: Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği

EK 7: Düşünme Türleri Ölçeği

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Örneklemin Demografik Özellikleri.....	33
Tablo 2. Tez Çalışmasında Kullanılan Veri Toplama Araçlarının Bu Çalışma Örneklemindeki İç Tutarlılık Katsayıları.....	35
Tablo 3. Model 1 ve Model 2’de Bulunan Değişkenler Ve Alt Boyutlar Arasındaki Korelasyon Analizine Yönelik Bulgular.....	42
Tablo 4. Korelasyon Bulgularının Özeti.....	46
Tablo 5. Regresyon Analizine İlişkin Sosyal Medya Bağımlılığı Yordayıcılarına Yönelik Bulgular.....	47
Tablo 6 . Aracı Değişken Analizi Bulgularına İlişkin Özet Tablo.....	56

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Büyüklenmeci Ve Kırılgan Narsistik Kişilik Örüntülerinin Ortak Ve Ayrışan Özellikleri.....	17
Şekil 2 Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Özelliklerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol İçin Model Önerisinde Doğrudan Ve Dolaylı İlişkiler.....	29
Şekil 3 Kırılgan Narsistik Kişilik Özelliklerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol İçin Model Önerisinde Doğrudan Ve Dolaylı İlişkiler.....	30
Şekil 4 Spss Process Makrosu Aracı Değişken Modeli.....	51
Şekil 5 Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüleri Ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Bilişsel Çarpıtmalar Ve Duygu Düzenleme Güçlükleri Aracı Rolüne İlişkin Beta Katsayıları.....	52
Şekil 6 Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüleri Ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Bilişsel Çarpıtmalar Ve Duygu Düzenleme Güçlükleri Aracı Rolüne İlişkin Beta Katsayıları.....	54

1. BÖLÜM

GİRİŞ

İnternet ve internet kullanımı için fırsatların giderek çoğalması ve çeşitlenmesi nedeniyle internet kullanım oranları günden güne artmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK, 2019) verilerine göre, 81 milyon nüfusa sahip ülkemizde 16-74 yaş arası internet kullanımı %75.3'tür. Erkek nüfusun %81.1'i ve kadın nüfusun %68.9'u çeşitli nedenler ile internet kullanmaktadır. 2019 yılında evden internete erişim oranı %88.3 olarak tespit edilmiştir. Nüfusun %51'i aktif olarak sosyal medya kullanmakta ve %54'ü aktif mobil sosyal medya uygulaması kullanmaktadır. 2020 yılı; Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri' ne göre ise Dünya nüfusunun %59'u (4.54 milyar) internete erişebilmekte ve günlük hayatlarında kullanmakta, %49'u (3.80 milyar) aktif olarak sosyal medya kullanmakta ve %67'si (5.19 milyar) mobil kullanıcı olarak internet kullanmaktadır. (Bayrak, 2020). Alanyazındaki ilgili çalışmalar problemlerini internet kullanımının oranının toplam internet kullanıcılarının %2'si ve %47'si arasında değişiklik gösterdiğinden bahsetmektedir (Alabi 2013; Bányai, 2017; Jafarkarimi, 2016; Olowu ve Seri 2012; Shensa, 2017).

Önceki yıllarda olduğu gibi, 2020 yılında da sosyal medya kullanım istatistiklerine göre Facebook 2,1 milyar kullanıcı ile en çok kullanılan sosyal medya uygulaması olarak görülmektedir. Sosyal medyayı %64 oran ile en çok kullanan yaş aralığı 16-64 olarak belirtilmektedir. Yaş aralığı dikkate alınarak sosyal medya kullanımının en çok ergen ve yetişkinlerde yaygın olduğu söylenebilmektedir. Araştırma verilerine göre, Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımının diğer ülkelere kıyasla yüksek olduğu söylenebilir (Şahin, 2017). Keşfedilmemiş, yaratıcı, bilgi içeren içeriklere ulaşma veya erişim kolaylığı sağlayan iletişim alt yapısı ile sosyal medya kullanımı dünya üzerindeki etkisini giderek artırmaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanım amaç ve oranları birbirlerinden farklılaşmaktadır. Yaşam olayları, ihtiyaçlar, kişilik örüntüleri gibi değişkenler sosyal medyanın kullanımı ile ilişkilendirilmektedir.

Yıldan yıla artan bu oranlar sosyal medya alanında merak, ilgi artışı ile birlikte yapılan araştırma ve çalışmaların da artmasına ve çeşitlenmesine neden olmaktadır. Sosyal medya

kullanımı ve bağımlılığa kadar gidebilen aşırı kullanım, sosyal medyanın bireylerin tüm yaşam alanlarında yarattığı meşguliyet, duygu durum düzenleme güçlüğü, tekrarlama ve çatışma gibi sorunları içermektedir (Ünal, 2015). Bireysel anlamda boş vakitleri doldurmak, eğitim, eğlence, iletişim veya stres atma gibi nedenler dolayısıyla kullanılmakta olan sosyal medyanın aşırı kullanımında kişinin yaşayacağı ilişki problemleri, duygu düzenleme güçlükleri gibi olumsuzluklarla karşılaşmaları kaçınılmazdır. Kitleler halinde kullanılan sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve artan kullanım oranları kişisel olumsuzluklar yanında toplumsal olarak da birçok etkiye sahiptir. Siyasi, kültürel, ticari vb birçok amaç için sosyal medya kullanılmaktadır. Kitlelere ulaşmak, toplumsal değişiklikleri yaratmak, manipüle etmek, bilgi/haber paylaşımı gün geçtikçe hızlanmakta ve insanlar bu hıza ayak uydurabilmek adına gün sonunda sosyal medya platformlarında oldukça fazla vakit harcamaktadır.

Young' a (1998) göre internet veya sosyal medyanın problemlili kullanımında, bireyin haftada 8,5- 21,5 saat aralığında çevrimiçi kalması 'bağımlılık' olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medyada sürekli çevrimiçi olma isteği, bu isteği kontrol edememek, sosyal medyayı aşırı kullanmak nedeniyle diğer yaşam alanlarının olumsuz etkilenmesi 'sosyal bağımlılık' olarak değerlendirilmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Bu kontrol edilmesi güç sosyal medya kullanımı iş, aile veya sosyal hayatta kişilere sıkıntı yaratabilmekte ve yeni iletişim sistemi ile alışılmış ilişkilerin doğasını değiştirmektedir. Sosyal platformlarda geçirilen fazla zaman, sonuçlarının problemlili ve kompulsif kullanımlara neden olması nedeniyle bağımlılık olarak tanımlanmaktadır (Griffiths, 2005). Alanyazın incelendiğinde bu alanda şimdiye kadar yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Yaşadığımız toplum niteliği ve klinik bilgilerimiz ışığında ileride sosyal medya bağımlılığının daha görünür olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle sosyal medya üzerine daha fazla çalışma yapılması ve sosyal medyayı etkileyen veya sosyal medyanın etkilediği alanların titizlikle incelenip araştırılması gerekmektedir. Sosyal medya kullanımına yönelik giderek artan ihtiyacın yordayıcılarını belirleyebilmenin müdahale ve önleme çalışmalarında araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya aşırı kullanımı ve bağımlılığının yordayıcıları merak edilmekte ve bu konudaki çalışma sayıları artmaktadır. Kişilik özellikleri ile sıkça bağdaştırılan bağımlılıklar, sosyal medya bağımlılığı için de yordayıcı nitelikte olduğu düşünülmektedir. Kişi- Duygudurum- Biliş ve Davranış etkileşimi modeli; kişilerin sosyal bilişleri,

psikososyal faktörleri, kişilikleri ve sosyal medya kullanım motivasyonları gibi karakteristikleri belirli bir sosyal medya platformunu kullanım kararı ve çeşitli internet kullanımı bozuklukları ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir (Brand ve ark., 2016).

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığını narsistik kişilik özellikleri üzerinden açıklayabilmek adına iki model sunulmuştur. Burada narsizmin iki boyutu olan kırılğan ve büyüklenmeci özellikleri temel alınarak bu kişilik özelliklerini sergileyen farklı bireylerin duygu düzenlemede yaşadıkları güçlükler ve bilişsel çarpıtma düzeyleri aracılığı ile sosyal medya bağımlılığına giden yolda karşılaştırılmaları amaçlanmıştır. Kişilik örüntülerindeki süregelen özellikler arasındaki farklılaşmanın sosyal medya bağımlılığına yönelik davranışlardaki farklılaşma mekanizmaları incelenmiştir. Büyüklenmeci ve kırılğan narsistik kişilik özelliklerine ileriki bölümlerde ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

1.1. Sosyal Medya'nın Gelişimi

Kişilerin kendilerine ait kişisel sayfalarını oluşturabildikleri ve kendi isteklerine uygun şekilde içerik üretip paylaşabildikleri ve aynı şekilde içerikleri izleyip takip edebildikleri web tabanlı platformlara 'sosyal medya platformları' denilmektedir (Ofcom, 2008).

Günümüzde kullanılan oldukça çeşitli ve fazla kullanıcı sosyal medya platformları veya uygulamaları bundan neredeyse 20 yıl önce dünya üzerinde yaygınlaşmaya başladı. İlk sosyal medya denebilecek site 1997 yılında oluşturulan sixdegrees.com olarak bilinen sitedir. Bu platform kullanıcısı olduğu kişilerin kendi kişisel sayfalarını oluşturmalarına ve erişim kolaylığı sağlayarak iletişime geçmelerine olanak sağlamaktaydı. Cep telefonlarının yeni yeni geliştiği yıllarda bu site kişilerin anlık iletişim kurmalarını ve ileti (mesaj) göndermelerini kolaylaştırmaktaydı. Günümüzdeki sosyal medya mecralarının sağladıklarını yapamasa da bu yönlerden sosyal medyanın ilkel halini oluşturduğu söylenmektedir. Bu platform 2001 yılına kadar kullanılmıştır. 2000 yılına gelindiğinde sohbet sitelerinin dünya üzerindeki varlığı artmaya başlamıştır. Ancak sosyal medya patlaması daha sonra gerçekleşmiştir. Gerçek anlamda ilk sosyal medya 2003 yılında MySpace adlı uygulama ile ismini duyurmaya başlamıştır. Arkadaş edinme ve iletişim içerikleriyle Facebook uygulamasına benzer bir alt yapıya sahiptir. Yine 2000 li yıllarda Web 2.0 teknolojisi kullanılmaya başlanmıştır. Böylece artık internetin ve internet platformlarının sadece bilgi arşivi veya hesap sistemi değil milyonlarca kullanıcının bilgi

üretim paylaştığı ve paylaşılan bilgileri edindiği bir ortam geleceğinden bahsedilmiştir (Franklin ve Harmelen, 2007).

2005 yılından itibaren dünya üzerindeki neredeyse herkesin bildiği ve milyonlarca kullanıcıya sahip olan Facebook ve Twitter, Mark Zuckerberg tarafından geliştirilmiştir. Anlık ileti gönderme, arkadaş edinme, iletişim, video ve fotoğraf paylaşımı gibi gelişmiş ve kendine has özelliklere sahip olan uygulama olan Facebook'un aktif kullanıcı sayısı günümüzde 2.3 milyara kadar ulaşmıştır. Ülkemizde yapılan araştırmalara göre en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook'un kullanıcı sayısı 30 milyona yaklaşmaktadır (Socialbakers, 2013). Bu tez çalışması sonuçları da bu oranlara paralel şekilde en çok kullanılan medyayı desteklemektedir. Twitter'ın dünya çapındaki kullanım oranları da 100 milyona yaklaşmaktadır.

2010 yılına gelindiğinde dünya çapında kitlelere hitap eden hatta üzerinden iş kurulup para kazanılabilen ve özel hayatların izlenmesini ve paylaşılmasını oldukça kolaylaştıran Instagram adlı uygulama gelişmeye ve özellikle genç nüfus arasında yaygınlaşmaya başlamıştır. Günümüzde facebook kadar olmasa instagram uygulaması da milyonlarca kişi tarafından kullanılmaktadır. İş sektöründe kendini tanıtmak isteyen kişi ve kurumlar da bu platforma üye olmakta ve hatta reklamlar vermektedir. Bu sayede gelişmelerden haberdar olamk isteyen ve kişisel gelişim, tarih, öğrencilere yönelik ders içerikleri gibi konularda kısa ve öz bilgileri takip eden milyonlarca insan da sosyal medyaya dahil olmuştur.

Günümüzde sosyal medya kullanan pek çok farklı karakterde ve yaşta insan bulunmaktadır. Haliyle, sosyal medyaya üye olan kişilerin üyelik ve kullanım amaçları da birbirinden farklılaşmaktadır. Herkes kendi amaçları doğrultusunda var olan sosyal medya platformları arasından uygun içerikte olanı seçmektedir. Bu kadar çeşitlilik içerisinde yine de hepsi birbirinden etkilenmekte ve sadece merak hissi ile bile kullanıcı sayılarını artırabilmektedir. Sonraki bölümlerde sosyal medya kullanım amaçları ve aşırı kullanımdan dolayı ortaya çıkabilecek sorunlara yer verilmiştir.

1.1.1. Sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları

Sosyal medya için ilgili yazında araştırmacılar tarafından yapılmış birçok tanım yer almaktadır. Cabral (2010) sosyal medyayı, etkileşimli diyalogları artırarak kişilerin iletişim kurma biçimlerini dönüştüren WEB tabanlı bir platform olarak tanımlamaktadır. Kişiler

sosyal medyada, kendi özel sayfalarını oluşturma, yeni arkadaşlıklar edinme (Wang, Moon ve diğ., 2010), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010) gibi fırsatlara sahiptir. Sosyal medya platformlarında büyük bir bilgi akışını izleyen kişiler aynı zamanda bilgiyi üreten konumunda da bulunmaktadır. Gerçek dünyanın küçük bir örneği sanalda yaratılmaktadır. Kişiler arkadaşlık kurmakta, iş bulmakta, eğitimler almakta, birbirleriyle iletişime geçmekte ve hatta profesyonel iş hayatları ile ilgili bağlantılar kurmaktadır. Alanyazında geçmiş çalışmalar incelendiğinde; yetişkinlerin interneti daha çok iş bağlantıları ve işleri ile ilgili konular ile ilgili kullanırken (Colwell, 2003), ergenlik döneminde olan gençlerin interneti daha çok eğlence, oyun oynamak, sohbet etmek amacıyla kullandıklarından bahsedilmektedir (Kubey, Lowin ve Barrows 2001). Sosyal medya ve gelişen teknoloji ile ilgili düşünüldüğünde kişilerin bu araç veya uygulamaları kişisel ihtiyaç ve amaçlarına göre özelleştirdikleri görülmektedir. Daha önce de bahsedilen sosyal medya platformlarından kendine en uygun olanını seçme şansına sahip kişiler, anlık ileti paylaşımı, anlık video veya fotoğraf paylaşımı, arşiv oluşturma, blog hazırlama, kendi sektörü içerisinde kitle veya müşteri edinme vb. amaçlar doğrultusunda sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemektedir. Sosyal medya kullanımında eğlence ve duyguların yüz yüze iletişimden çok daha rahat bir şekilde ifade edilmesi gibi nedenler de büyük rol oynamaktadır (Karaca, 2017). 24 öğrenci katılımcı ile gerçekleştirilen bir çalışmada Facebook kullanımı için birkaç temel motivasyon belirlenmiştir. Katılımcıların Facebook kullanımında ilişkilerini sürdürme, vakit geçirme, gerçek hayattan kaçış, eğlenme, yalnızlıktan kaçınma ve kişiler arası ihtiyaçlarında tatmin sağlamanın temel motivasyonlarını oluşturduğu ileri sürülmüştür (Ryan ve ark., 2014).

Başka bir çalışmada süregelen ilişkileri sürdürme, yeni kişiler ile tanışma ve sosyalleşme, kendi popülerliğini artırma, vakit geçirme, bilgi edinme ve eğitim gibi sosyal medya kullanım amaçlarına odaklanılmıştır (Horzum, 2016). Bunun yanında U & G modeli bireylerin 'kişilik' gibi birbirinden farklılaşan kişisel özellikleri ve bunun motivasyon ve haz alma ile birlikte sosyal medya kullanımının altında yatan neden olabileceğini ileri sürmektedir (Rubin, 1993).

Rogers (2003), gelişen yeni medyanın özelliklerinden bahsederken 'kitesizleştirme' diye bir kavramdan bahsetmektedir. Buradan anlaşılana, ortak paylaşım alanı ve ortak ilgi alanları olan kişilerin toplu ve herkesçe görülebilir bilgi vb. paylaşımlarda bulunabilirken aynı zamanda bireysel olarak da istedikleri kişiler ile iletişime geçebilmeleridir. Bu bilgiler

sosyal medya uygulama veya platformlarının kişilerin görünür olma ihtiyaçları ile birlikte bireysel iletişim ihtiyaçlarına da cevap verdiğiine işaret etmektedir.

Gün geçtikçe, sosyal hayatta bizleri daha görünür kılan, kısa sürede çok fazla bilgiye erişimimizi sağlayan ve sosyal hayata dair ihtiyaçlarımızı sanal ortamda giderebilme imkanı veren bu platformlara olan alışkanlığımız, ihtiyacımız ve meşguliyetimiz şüphesiz ki artmaktadır. Bu artış kimi zaman kişinin günlük yaşamındaki birçok işlevsel yönünü köreltmektedir. Gittikçe artan kullanım oranları olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Papacharissi ve Mendelson' a (2010) göre sosyal medyanın çevrimiçi fonksiyonları kişilerarası ilişkilere aracılık etmektedir. Bununla birlikte sosyal medya platformlarındaki kullanıcılar kullanımlarındaki kontrolü kaybedebilmekte ve bağımlı davranışları geliştirebilmektedir. Bu sonulara yönelik alanyazındaki araştırmalar incelendiğinde, özellikle üniversite öğrencilerinin sosyal medyada aşırı zaman geçirdikleri, notlarının düştüğü ve sosyal medyayı daha az kullanan ya da kullanmayan akranlarına göre sosyal ilişkilerine daha az zaman ayırdıkları görülmektedir (Kirschner ve Karpinski, 2010).

Özetle sosyal medyanın gerçeklerden kaçış, vakit geçirme vb. işlevsel olmayan amaçlarla kullanımı veya günün büyük bir kısmında aktif olarak kullanılıyor olmasına yönelik gözlem ve incelemeler sosyal medya bağımlılığını ön plana çıkartmaktadır.

1.1.2. Sosyal medya bağımlılığı

Sosyal medya günümüzde sadece bir iletişim kanalı olarak değil kişilerin kendilerini ifade ediş biçimleri haline gelmektedir. Kişilerin kendilerini belli etmeleri, 'buradayım, ben de sizdenim' demelerinin günümüzdeki karşılığı güncel magazinsel durumlardan, popüler başlıklardan haberdar olma ve anlık paylaşımlar yaparak fikirlerini beyan etme şekline dönüşmüştür.

Bağımlılık denilince, alanyazındaki araştırmalarda sıklıkla bir maddeye bağımlılık standartlarına vurgu yaptığı görülmektedir (Holden, 2001). Çeşitli tanımlar dikkati çekmektedir. En kapsamlı tanımı ile Byrun (2009) bağımlılığı; zihinsel veya davranışsal tekrarlayan tepkilere neden olan, yüksek düzeyde alışma ve kişinin kendi duygu ve dürtülerini kontrol edememe hali şeklinde açıklamıştır. Bağımlılık kavramı genel olarak maddeye olan bağımlılık olarak anılsa da gelişen teknoloji ve bahsedildiği üzere erişimin kolay ve ucuz olduğu sosyal medya platformlarının artışı artık internet ve sosyal medya

bağımlılığından da sık sık bahsedilmesine neden olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili alanyazın incelendiğinde bu bağımlılığın da diğer bağımlılık türleri (alkol, kumar, madde, teknoloji, alışveriş, internet vb) gibi davranışsal sapmalar arasında ele alındığı ve psikolojik sorunlar arasında görüldüğü dikkat çekmektedir. Griffiths (2013) sosyal medya bağımlılığı için internet bağımlılığının evrilmiş başka bir versiyonu şeklinde bahsetmektedir ve bu bağımlılıkların madde bağımlılığı ile benzer yönlerinin olduğunu vurgulamaktadır. Bu benzer yönler; duygu durumunda yaşanana çelişki ve çatışmalar, dalgalı ruh hali, zihnin sürekli olarak internet kullanımı ile meşgul olması, sosyal medyaya erişim kısıtlandığında fiziksel veya psikolojik olarak rahatsızlık hisleri ve sosyal ilişkilerde bozulmalar şeklinde sıralanmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2014).

Sosyal medya sitelerine veya platformlarına olan bağımlılık genel olarak; sosyal medya kullanımını düzenleme ve planlamada yaşanan zorluklar ve bununla birlikte sosyal hayatı olumsuz yönde etkileyen kişisel problemler, sosyal medya ile ilgili zihinsel meşguliyet, gerçek hayattan kaçış, tolerans ve bağımlı davranışları gizleme şeklinde tanımlanmaktadır (La Rose ve ark., 2010).

İlgili alanyazın incelendiğinde günümüze kadar yapılan araştırmalarda özellikle gençlerin küçümsenemeyecek oranlarda sosyal medya platformlarında vakit geçirdikleri tespit edilmiştir (Usluel ve Mazman, 2009). Sosyal medya uygulamalarında geçirilen zamanın çoğu zaman aşırı kullanım şeklinde görüldüğü de belirtilmektedir. Bu fazla kullanımların uyku, meşguliyet, sürekli çevrimiçi olma isteği ve bu isteği engellemede yaşanan problemler, planlanandan çok daha uzun süreler çevrimiçi kalma, sorumlulukları yerine getirememe gibi olumsuz sonuçlar doğurabileceğinden bahsedilmektedir (Andreassen, 2012). Yapılan bir başka araştırmada ise Morahan ve Schumer (2000) bağımlılık haline gelen patolojik internet kullanımı için, internet kullanımının çok yoğun ve hatta aşırı düzeylerde olması ve bireyin kişisel hayatına ciddi boyutlarda zarar vermesi durumu şeklinde bir açıklama getirmişlerdir. Bu şekilde olumsuz sonuçların ortaya çıkması nedeniyle sosyal medya kullanım şekilleri ve amaçlarını günyüzüne çıkarmak için birçok araştırma yapılmaktadır. Ve yapılan çalışmalarda bu kullanım örüntüsü, olumsuz sonuçlara yol açabilecek davranışların getirilerine, rutinlerine, sıklıklarına ve kişinin hayatını ne derecede etkilediğine göre 'internet bağımlılığı', aşırı internet kullanımı', 'patolojik internet kullanımı' vb isimlerle anılmaktadır (Caplan 2002; Beard ve Wolf 2001).

Goldberg 1996 yılında ilk defa 'internet bağımlılığı' kavramından bahsetmiştir. Bu kavramı açıklamak için DSM- IV' teki madde bağımlılığı ile ilgili bozuklukların tanı kriterlerinden yararlanmıştır. Bu tanıma göre *'on iki aylık bir süre içerisinde herhangi bir zamanda ortaya çıkan belirtilerin 3'ü veya daha fazlası ile görülen, klinik olarak belirgin bir bozulmaya ya da sıkıntıya yol açan uygunsuz internet kullanımı'* internet bağımlılığını nitelemektedir. Bir çalışmada internet bağımlılığında görülen belirtilerin aynı şekilde sosyal medya bağımlılıklarında da görüldüğünden bahsedilmektedir (Andreassen, 2012).

Sosyal medya bağımlılığının (SMB), internet bağımlılığının (İB) sosyal medya özelinde gerçekleşen bir türevi olduğunu söylenebilir (Ünal, 2015). Kandell (1998) internetin aşırı kullanımının sağlık, ilişki ve zaman yönetimiyle ilgili sorunlara neden olabileceğini vurgulamıştır. Shapira, Goldsmith, Keck, Khosla, ve McElroy (2000) araştırmalarında 'sorunlu internet kullanımı' kavramından bahsetmektedir. Davis (2001)'e göre problemlili internet kullanımı, uyumsuz düşünce ve patolojik davranışları içeren bir psikiyatrik durumdur.

İnternet ve sosyal medyanın aşırı (Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan, 2007) ya da problemlili kullanılması (Young, 1988; Davis, 2001) ve haftanın en az 8,5 ile 21,5 saatinin çevrimiçi geçirilmesi (Yang ve Tung, 2007) bağımlılık olarak değerlendirilmektedir (Şahin, 2017). Ancak günlük kullanım süresi tek başına bağımlılığın belirleyicisi olmamakla birlikte, bağımlılığa olan eğilimi tahmin etmede güçlü bir belirleyici olarak ele alınmaktadır (Young, 1996). Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin özel, iş, akademik, sosyal hayatı gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleyememe, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur (Ünal, 2015). Alanyazındaki ilgili çalışmalardan birinde sosyal medya sitelerine yönelik aşırı kullanımın; negatif duygudurum, aile ve arkadaşlık ilişkilerinde bozulmalar ve konstanstrasyon sorunları gibi olumsuz sonuçlar doğurduğu görülmektedir (Ostavar ve ark., 2016). Sosyal medya bağımlılığını bilişsel ve davranışsal bir süreç olarak incelemek faydalı olmaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde psikolojik ve davranışsal birçok tekrar ve alışkanlığın kişileri bağımlılığa sürüklediğinden söz edilmektedir.

1.1.3. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili risk faktörleri

İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığına getirilen açıklamalarda psikolojik etmenlere oldukça yer verilmektedir. Ancak psikolojik etmenlerin yanında kişinin sosyal çevresi, alışkanlıkları, sosyoekonomik durumu vb faktörlerin de teknolojik bağımlılıkları açıklamakta önemi büyüktür. Yapılan araştırmalar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı için; sosyal medyanın kişiler için gerçek/acı verici dünyadan bir kaçış olarak görülmesi, arzu edilen kimliğe, görüntüye, ilişkilere vb kavuşma ve giderek artan sosyal medya ile ilgili tekrarlayan düşünceler (Caplan 2005), çevrimiçi olma isteği gibi faktörler sosyal medya bağımlılığı için risk faktörleri olarak görülmektedir. Aynı zamanda sıralanan bu faktörler sosyal medya bağımlılığının ayırt edilmesi ve saptanmasında da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Yapılan birçok araştırma ergen ve genç yetişkin kişiler için kadın veya erkek olmak, depresyon veya anksiyete gibi psikiyatrik bir tanıya sahip olmak gibi etmenlerin sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olabileceğini öne sürmektedir (Andreassen, 2017; Andreassen, 2012). İnternet bağımlılığının cinsiyet ile ilişkisine yönelik çalışmalar incelendiğinde, bazı çalışmalar kadınların erkeklere oranla daha fazla internet bağımlılığına yönelik davranış veya semptom gösterdiğini söylerken (Machimberrena, Gonzales, Baron, Beranuj, Alvarez, Tejero, 2019; Lope, Fernandez 2018; Yudes, Gamez, Baridos, Gonzales, 2018), bazı araştırmalar ise erkeklerin kadınlara göre internet bağımlılığına yönelik davranışlar sergilemeye daha yatkın olduklarını ileri sürmektedir (Munno ve ark., 2017).

Peris ve arkadaşları (2020), ergenler ile yaptıkları bir çalışmada sosyal medya ve internet bağımlılığı için dört tür risk faktörü belirlemişlerdir. Bunlar; internet bağımlılığı belirtileri, sosyal medya kullanımı, bağımlılığa benzer aşırı kullanım davranışları ve nomofobidir. Nomofobi en genel tanımı ile akıllı telefon ile kurulabilen çevrimiçi iletişimden uzak kalma veya çevrimdışı kalma korkusu olarak bilinmektedir (King ve ark., 2010).

İlgili alanyazın incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmalarda 'beş faktörlü kişilik yapısı' ndan sıkça bahsedilmektedir. Alanyazında Büyük Beşli (Big Five) olarak bahsedilen bu kişilik yapısı; dışadönüklük, nevrozizm, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık faktörlerinden oluşmaktadır (Costa ve McCrae, 1995). Kişiliği genel olarak tanımlayabileceği ileri sürülen bu faktörleri kısaca açıklamak gerekirse;

Dışadönüklük: Dışadönük kişilerin temel özellikleri baskın karakterleri ve sosyal hayatta aktif bireyler olarak ön plana çıkmalarıdır. Aynı zamanda liderlik rolünü de üstlenme eğiliminde olan dışadönük kişiler sorunlar ile başetmede tekrar/ yeniden değerlendirme ve olumlu bakma gibi işlevsel yollar kullanmaktadırlar (Bouchard, 2004).

Nevrotiklik: Bu faktör için Costa ve Mcrae (1995) duygusal olarak dengesiz, özgüvenleri düşük, olumsuz duygu deneyimlemeye yatkın, kolay kaygılanıp öfkelenen kişileri tanımladığını söylemektedir. Nevrotiklik, alanyazındaki bazı çalışmalarda, problemlerle internet kullanımını ile pozitif şekilde ilişkili olarak görülmektedir (Marengo ve ark., 2020).

Sorumluluk: Bu faktörde liderlik, öz disiplin, azim gibi alt boyutlar bulunmaktadır (Chamorro, 2007). Öz disiplin olarak da bahsedilen sorumluluk düzeyindeki azalma; kişinin dağınık, düzensiz, plansız ve kontrolünü kaybetmeye eğilimli bireyler haline gelmesine sebep olarak gösterilebilir.

Uyumluluk: Yumuşak başlı, toleransı yüksek olan uyumlu kişiler için Graziano (1996) rekabette hoşlanmayan, güvenilir, fedakar, kibar gibi özellikler sıralamaktadır. Uyumluluk düzeyi düştükçe kişilerin tahammül düzeyleri de düşmekte hırs ve rekabet düzeyleri ise yükselmektedir.

Deneyime açıklık: Hayal güçleri kuvvetli olan deneyime açık kişiler kendine has karakteristikler sergilemekte ve gelişim ve değişimi amaçlamaktadır (Costa ve McCrae, 1992).

Kişinin kendisine ait olumsuz veya hatalı düşünce biçimleri de bağımlılığa giden yolda bağımlılığı tetikleyici ve artırıcı bir unsur olarak görülmektedir. Davis (2001) bilişsel davranışçı model ışığında problemlerle internet kullanımını açıklarken ‘uyumsuz düşünceler ve patolojik davranışlar’ ı içeren bir bozukluk olduğunu söylemektedir. Kişinin kendi benliğine yönelik hatalı düşünceleri ona sanal platformlarda ideal benliğini yaratma şansı tanımaktadır. Benliğe yönelik algılar kişinin karakteristiklerini de belirleyebilmektedir bu bakımdan internet ve sosyal medya bağımlılığının kişilik özellikleri ile ilişkisi alanyazında önemli bir inceleme konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin ilgili bir çalışmada nevroitik özelliklere sahip kişilerin yalnızlıktan kurtulmak için daha fazla internet kullandıkları ve iletişim kurmak için internet kullanmaya daha fazla önem verdikleri bulunmuştur (Wolfradt ve Doll, 2001).

1.1.4. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmalar

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmalar internetin hayatlarımıza günden güne daha fazla dahil olması ile birlikte artmaktadır. Bağımlılığa çeşitli şekillerde etki eden birçok değişken tanımlanmış ve araştırma konusu edilmiştir. Araştırmalarda sosyal medya bağımlılığı ile birlikte en çok çalışılan değişkenler yalnızlık, depresyon, anksiyete, sosyal izolasyon, demografik değişkenler vb sıralanmaktadır (Ceyhan ve Ceyhan, 2008; Chou ve ark., 2005; Davis, 2001; Young ve Roger, 1998). Sosyal medya kullanımı, sosyal medya ve/veya internet bağımlılığının alanyazında yeni bir konu olması nedeniyle çalışılan değişkenler sınırlı olmaktadır. Kuss ve Griffiths (2007) de çalışmalarında sosyal medya ile ilgili özellikle psikoloji alanında yapılan çalışmaların sınırlılığına dikkat çekmektedirler. İnternet bağımlılığını inceleyen çalışmaların psikoloji yazınında daha çeşitli olması, ilgili değişkenleri açıklamada ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilerinin ngörölmesinde araştırmacılara yardımcı olmaktadır. Koroğlu ve Turgut (2013) araştırmalarında yalnızlık düzeyindeki artışın sosyal ağların benimsenmesini azalttığını söylemektedirler. Lin ve arkadaşları (2016) sosyal medya kullanım sıklığı fazla olan insanların depresyon düzeylerinin daha fazla olduğunu vurgulamaktadır. Wang ve arkadaşları (2008) da internet bağımlılığı ve yaşam doyumunu arasında negatif bir ilişkiye işaret etmektedir. Psikolojik iyilik hali ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmasında Craparo (2011), internet bağımlılığı, aleksitimi ve disosiyasyon arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuştur.

Daha eski çalışmalar incelendiğinde, sosyoekonomik düzey ile internet kullanımı arasında doğrusal bir ilişki göze çarpmaktadır ancak günümüzde internetin ucuzlaması ve internete erişimin kolaylaşması (Park ve ark., 2008) bu ilişkinin eskisi kadar güçlü olmadığını düşündürmektedir.

İnternet bağımlılığı ve son yıllarda da sosyal medya bağımlılığı ile ilgili gerçekleştirilen çalışma veya araştırmalarda kişilik özellikleri ve kişilik bozukluklarına da yer verilmektedir. Ancak alanyazın geneline bakıldığında kişilik üzerine yapılan çalışma sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Yang ve Lester 2003 yılında yaptıkları bir çalışmada ‘dışadönüklük’ kişilik özelliği ile internet kullanımı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ileri sürmektedir. Benzer bir çalışmada Wilson ve arkadaşları (2010) sosyal medya bağımlılığında; bağımlılığın dışa dönüklük ile pozitif, vicdanlılık ile negatif bir ilişkisi olduğu da ileri sürmektedir. Correa, Hinsley, ve Zuniga (2010), nevroitiklik ile deneyimlere

açıklık özelliklerinin sosyal medya kullanımı ile pozitif bir ilişkisi olduğunu belirtmektedir. Başka bir çalışmada nevrotik özellikteki erkek kullanıcıların, yine nevrotik özellikteki kadın kullanıcılara göre, sosyal medyayı daha sıklıkla kullandıkları görülmektedir (Correa, Hinsley ve Zuniga, 2010).

Kişilik özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalardan yola çıkarak sosyal medya bağımlılığının kişilik bozuklukları ve örüntüleriyle de ilgili olacağı düşünülmektedir. Alanyazında kişilik bozuklukları ve internet bağımlılığı ile yürütülen araştırmalar da bu düşüncüyü desteklemektedir. Kişilik özellikleri, sosyal ihtiyaçlar nedeni ile oluşan sosyal etkileşime geçme isteği ve ilişki kurma ihtiyacı nedeni ile sosyal medya ve internet kullanımını etkilemektedir (Levin ve Strokes, 1986). Bu bağlamda işlevsel olmayan kişilik özellik ve örüntülerinin de sosyal medya bağımlılık düzeyini etkileyebileceği düşünülmektedir. Özellikle narsistik kişilik özellikleri (dışadönüklük, girişkenlik, kendini beğenme vb) gösteren kişilerin sosyal paylaşım sitelerinde daha aktif ve daha popüler oldukları görülmektedir (Buffardi ve Campbell, 2008). Çünkü sosyal medyanın yapısı, narsist kişinin kendini ortaya koyma ve beğendiği fotoğraflarını seçme, çok sayıda arkadaşına/takipçiye sahip olmak gibi eğilimlerini ödüllendirmektedir (Twenge ve Campbell, 2010). İlerleyen bölümlerde narsistik kişilik örüntüsünün klinik görünümüne ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilerine yer verilecektir.

1.2. Narsistik Kişilik Örüntüsü

Narsizm terimi uzun yıllardır bilinen ve Yunan mitolojisine dayanan ‘Narkisos’ efsanesi ile bilinmektedir. Bu mite göre narkisos genç, yakışıklı ve ona ilgi gösteren veya hayranlık duyan kişileri reddeden bir erkektir. Narkisos’a aşık olan ve Narkisos tarafından reddedilen bir kadının yakarışlarına aşk tanrıçası Nemesis, Narkisos’u cezalandırmaya karar vermiştir. Böylece Narkisos’a verilen ceza kendisine duyduğu karşılıksız aşk olmuştur. Bir gün Narkisos nehrin kıyısında otururken suda oluşan kendi yansımasını görmüş ve kendisine aşık olmuştur. Ömrünün sonuna kadar çaresiz bir şekilde kendi yansımasını izlemiştir. Anlatılan başka hikayelerde de kendisini izlerken suya düştüğü ve boğularak öldüğü söylenmektedir.

Narkisos efsanesinden esinlenen ‘Narsizm’ terimi psikoloji alanyazınında ilk olarak Sigmund Freud (1914) tarafından öne sürülmüştür. Freud’un ‘Narsizm Üzerine Bir Giriş’

adlı makalesi narsizmi ele aldığı ilk çalışması olarak alanyazında yerini almıştır. Burada narsizmin bebeklikten itibaren geliştiği ve bakımveren tarafından bebeğin ihtiyaçlarının tam olarak karşılanmaması sonucunda bebeğin nesneye aktarması gereken libidinal enerjisini veya yatırımını kendisine yapmaktadır (Freud, 1914). Böylece bebek büyürken kendisi ve dış dünya arasında yaşamaya başlamaktadır. Freud'un ardından Kohut ve Kernberg gibi kişiler tarafından da ele alınmış ve anlamı genişletilmiştir. Horney (1939) ise, narsizmin 'kendini sevme' değil aksine 'kişinin kendine yabancılaşması' şeklinde açıklamaktadır. Buna ek olarak Horney narsizme şişirilmiş bir benlikten öteye geçemeyen bir kavram olarak bakmaktadır.

Narsisizm, bireyin ihtiyaç ve beklentilerini yakın çevresinin ve çevresindeki diğer bireylerin karşılamaması gerektiği motivasyonu ile şekillenen bir kişilik örüntüsüdür (Rozenblatt, 2002). Narsizmin şiddetli görünüşleri bir kişilik bozukluğu olarak bilinmekte ve bu kişilik bozukluğuna sahip bireylerin belirtileri DSM-V-TR'de (2013) kişilik bozuklukları başlığı altında yer alan aşağıdaki belirtilerden en az beşi ile tanımlanmaktadır.

- Büyükleme şeklinde kendini başkalarından görünür bir biçimde üstün biri olarak görür. Başarılarını ve yeteneklerini abartma eğilimindedir.
- Güç, başarı, güzellik gibi düşünceler ile fazlasıyla meşguldür.
- Eşsiz biri olduğunu ve ancak özel kişiler tarafından anlaşılabilceğini düşünmektedir.
- Beğenilme arzusu içindedir.
- Beklenti ve isteklerinin her durumda yerine getirileceğini düşünür.
- Kendi istek ve hedeflerini gerçekleştirebilmek için başkalarını kullanmaktan çekinmemektedir.
- Empati kuramazlar.
- Başkalarının sahip olduklarını kıskanır ve kendisinin de kıskanıldığını düşünür.
- Kendini beğenmiş tavırlar sergilemektedir.

Fakat narsizm bireyde kişilik bozukluğu şeklinde görülmekle beraber, tanı almaya yetersiz bir eğilim şeklinde de görülebilmektedir. Yüksek düzeyde normal narsizimli birey, Narsistik Kişilik Envanteri'nden ortalamanın üstünde puan alan kişi olarak tanımlanır (Raskin ve Terry, 1998). Bu düzey kişilerin sevilme, beğenilme ve takdir görmek isteme gibi narsistik gereksinimlerinin narsizm ile temsil edilmesine karşılık gelmektedir (Çayırılı, 2017). Narsizm, aşırı derecede şişirilmiş, pozitif ancak gerçekçilikten uzak bir benlik algısına ek olarak; güçlü sosyal ilişkiler kurma konusunda ilgi eksikliği (ilgilenmeme),

olumlu benlik görüşlerini teyit etme amacıyla düzenlenebilir ilişki örüntülerini seçme ve bu amaçla manipüle etme ile karakterizedir (Campbell ve Foster, 2002). İlgili çalışmalar narsizmin büyüklenmeci özelliklerine daha fazla ağırlık verilmekte ve böylece narsizmin bütünsel doğasını anlamak çoğu zaman zorlaşmaktadır. Alanyazında yakın geçmişe kadar öngörülen veya ileri sürülen bilgilerin aksine birçok araştırmacı ve yazar narsizmin çok yönlü bir kişilik örüntüsü ile açıklanabileceğini düşünmektedir. Kernberg (1975) narsizmde kişinin birbiriyle uyuşmayan, çelişki içinde iki benlik türünden bahsetmektedir. Kendini üstün görme ve şişirilmiş ego olarak tanınan narsizmin bir diğer tarafı da yüksek kaygı düzeyleri, haksızlığa uğradığını düşünme, çekingenlik ancak yine de kendisinin diğerlerinden üstün olduğunu ve kişilerden ve hayattan yüksek beklentiler şeklinde kendini göstermektedir. Bu çift yönlü özellikleri ile narsizm, narsistik büyüklenme (grandiyöz- açık) ve narsistik kırılmalık (örtük) olarak ikiye ayrılmaktadır (Levy ve ark., 2012).

1.2.1. Narsistik kişilik örüntülerinde klinik görünüm

Büyüklenmeci (Grandiyöz) Narsizm

Patalojik narsizm ile ilgili geçmişten bugüne bir alanyazın incelemesi yapıldığında 1975 yılında Otto Kernberg tarafından yapılan bir narsizm tanımlaması karşımıza çıkmaktadır. Bu tanımda narsizmin büyüklenmecilik, ben merkezilik, duygusal boşluk ve empati yoksunluğu ile karakterize olduğu vurgulanmaktadır (Kernberg, 1975). Büyüklenmeci narsizmde kişi kendisi ve başkalarıyla ilgili gerçeklik algısını büyük oranda kaybetmekte ve illüzyonlar ile hayatını geçirmektedir. Horney (1939), narsizmin, kişinin benliğinin gerçekçi veya uygun olmayan şekilde yüceltilmesi ile ilgili olduğunu söylemektedir. Benliğin bu şekilde yüceltilmesi, empati yoksunluğu ve her durumda haklılık hissi gibi özellikler büyüklenmeci narsizmi tanımlarken sıkça kullanılan ifadeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Campbell ve Foster, 2007). Bu gibi özellikler ve gerçekçi olmayan düşünceler yaşam boyu kişilerin karşılaşacağı birçok zorluğu da beraberinde getirmektedir. Büyüklenmeci narsizme yönelik geliştirilen ölçek çalışmalarında ortaya çıkan faktörlerde de görüldüğü gibi bu tip patolojik narsizmde teşhircilik, hak iddia etme, empati yoksunluğu, fazla talepkarlık gibi özellikler tanımlanmaktadır (Wink, 1991)

Büyüklenmeci narsizm ile Narsistik Kişilik Envanteri'nde bulunan yedi alt boyut ilişkilendirilmektedir. Bazı çalışmalar narsistik kişilik örüntülerinde beş faktörün rol oynadığından bahsetmektedir. Bunlar; otorite, kendini sevme veya kendine hayranlık, üstünlük hissi, ve sömürücülüktür (Emmons, 1987). Raskin ve Terry ise kendi geliştirdikleri Narsistik Kişilik Envanterinin 1988 yılında yedi boyuttan oluştuğunu ve büyüklenmeci narsist kişilik özelliklerini tanımladığını ileri sürmüşlerdir. Oluşturulan yedi boyut; üstünlük, otorite, hak iddia etme, teşhircilik, kendine yeterlilik, kendini beğenme ve sömürücülük şeklinde belirtilmektedir.

Üstünlük: Kendini başkalarından üstün görme, kendi özelliklerinin ve yaşantısının etrafındakiler tarafından farklı ve hayranlık uyandıran şekilde görüldüğü düşünceleri, iş ve sosyal ortamlardaki statü şeklinde tanımlanabilmektedir.

Otorite: Başkalarının üzerinde kurulan hakimiyet arzusu, görünür olma ve liderlik özellikleri ile açıklanabilmektedir.

Hak İddia Etme: Bu kavram daha çok karşılaşılan durumlarda hırslılığı ve haklılık çabasını ifade etmektedir.

Teşhircilik: Genel olarak heyecan arama kavramı ile örtüşür. Açık ve dışadönük insanlar olarak bilinen büyüklenmeci narsistler gösteriş yapma çabası ile birlikte teşhirci bireyler haline gelebilmektedir.

Kendine Yeterlilik: Yüksek özgüvene sahip biri olarak tanınma ve hayranlık uyandırma arzusu ile kendi kendilerine yeterli olduklarını düşünerek kendi özgürlüklerini yaratmaktadırlar.

Kendini Beğenme: Bu boyut daha çok fizikseldir. Narsist birey kendisinin fiziksel olarak çekici olduğunu başkaları tarafından arzulandığını düşünmektedir.

Sömürücülük: Empati yoksunluğu yaşayan büyüklenmeci narsistler kendileri fark etmeseler bile ilişkilerinde karşı tarafı sömüren konumuna gelebilmektedirler. Bu boyut kendini uyumsuz tavırlar ile belli etmektedir.

Kırılğan Narsizm

Birçok araştırmaya konu olmuş ve alanyazında sıklıa karşılaşılan narsizmin diğer bir y6nu ise kırılğan narsizm olarak bilinmektedir. B6y6klenmeci narsizmin karşıtı gibi d6ř6n6len kırılğan 6zellikler eleştiriye tahamm6ls6zl6k/hassasiyet, 6ekingenlik, haksızlığa uğradığını ve acı 6ektiğini d6ř6nme, ilişkilerinde ve kendileriyle ilgili y6ksek beklentiler ile karakterizedir (Wink, 1991).

Narsizmde bahsedilen b6y6klenmeci ve kırılğan iki boyutun da kendilik d6ř6nceleri, duygu d6zenleme becerileri ve 6zg6ven bakımından farklılaştıkları 6ne s6r6lmektedir (Ronningstam, 2010). İki boyut i6in ise benzer olan ve başkaları tarafından fark edilebilecek derecede kendini g6steren 6zellik ise kişilerin kendileri hakkında ger6ek6i olmayan y6ksek beklentileri ve d6ř6nceleri olarak g6r6lmektedir. Her iki boyutta da şişirilmiş kendilik d6ř6nceleri karşılaşılan sıkıntılı olaylarda kişinin karşı tarafa atıfta bulunarak bir nevi ka6ınma davranışı (Foster ve Trimm, 2008) sergilemesi nedeniyle bir d6ng6 i6erisinde s6rekli devam ediyor olabilir. Yine de yapılan araştırmalar b6y6klenmeci narsizmdeki 6zg6ven ve şişirilmiş egonun kırılğan kişilere g6re daha fazla olduğunu ve b6y6klenmeci narsistik kişilerin bu 6zelliklerini hayatlarında daha işlevsel g6rd6klerini ortaya koymaktadır. Narsizm ve iyi oluş- mutluluk arasındaki ilişkiye 6z-saygının ve kendilik ile ilgili olumlu d6ř6ncelerin tam aracılık ettiği yapılan 6alışmalarda g6r6lmektedir (Sedikides, Rudich, Gregg, Kumashiro ve Rusbult, 2004).

T6m bu farklılıklara rağmen narsizmin iki boyutunun da kendileriyle ilgili y6ksek beklentileri ve hayalleri, hak iddia etme ve hayranlık uyandırma isteği gibi ortak 6zellikleri de bulunmaktadır (Pincus ve ark., 2009). Diğer bir taraftan kırılğan narsistik kişilikte karşılaşılan hak iddia etme veya y6ksek beklentiler gibi 6zellikler kişinin kendisine y6nelik olumlu d6ř6ncelerini yıkıcı veya o d6ř6ncelere hasar verici şekilde g6r6lebilmektedir. Kırılğan narsist kişiler, b6y6klenmeci y6n gibi g6r6len bu 6zelliklerinin 6evreleeri tarafından fark edileceği gibi korkular yaşamaktadır. Kırılğan narsist eğilimi olan kişiler i6in bu 6zellikler daha 6ok fantezi d6nyasında kalmaktadır (Cooper & Ronningstam, 1992). B6y6klenmeci beklentiler, kırılğan narsist eğilimli kişiler i6in fantezi d6nyasında kalsa da, bu y6ndeki beklentileri ger6ek hyatta karşılanmadığında b6y6k hayal kırıklığı yaşamaktadırlar. Burada narsizmin iki boyutunda da dikkat edilmesi gereken şey duygu d6zenleme şekilleri ve sorunlar ile nasıl başa 6ıkıldığı olmaktadır. Kırılğan narsistler kendileri ile ilgili bir eleştiriye maruz kaldıklarında veya beklentileri karşılanmadığında

kendi kendilerine yeterli olmadıklarını düşünerek çevrelerindeki insanlara bağlı hale gelebilmektedirler. Bu da büyüklenmeci narsizme göre kırılğan narsistlerin başkalarına ve kurdukları ilişkilere, başkalarından onay alabilmek adına, daha fazla odaklı olduklarına işaret etmektedir.

Şekil 1

Büyüklenmeci ve Kırılğan Narsistik Kişilik Örüntülerinin Ortak ve Ayrışan Özellikleri

BÜYÜKLENMECİ NARSİZM	KIRILGAN NARSİZM
ORTAK ÖZELLİKLER	
Benliğe yönelik büyüklenmeci düşünceler Hak iddia etme Hayranlık uyandırma arzusu	
AYRIŞAN ÖZELLİKLER	
Büyüklenmecilik Yüksek Benlik Saygısı Teşhircilik Dikkat Çekme İsteği Talepkarlık Hak İddia Etme Düşük Kaygı Düzeyi	Düşük Benlik Saygısı Alçak Gönüllülük Eleştiriye Hassasiyet Yüksek Kaygı Düzeyi Çekingenlik Utanç Dışlanma Korkusu

1.2.2. Narsistik kişilik örüntüsü ve sosyal medya kullanımı

Bergman (2011) narsistik kişilik özelliklerini ortaya çıkarmada sosyal medya platformlarının nitelik olarak oldukça uygun ortamlar olduğunu söylemektedir. Kişiler başkalarını etkilemekte ve başkalarından etkilenmektedir Böylece sosyal medya günümüzde narsistik ritüelleri besleyen ve yaygınlaşmasına neden olan faktörler arasında sayılabilir.

Çünkü sosyal medya platformlarının bireylerin kendileri hakkında düşüncelerini ve kurdukları sosyal ilişkileri oldukça etkilediği görülmektedir (Groeschel, 2015). Sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kişilerin beğenilme, onaylanma, doyum sağlama gibi ihtiyaçlarını karşılamaya başlamıştır. Sosyal medya ile birlikte kişiler kendilerini istedikleri gibi gösterme, vücut, fikir vb ideallerini sergileme olanaklarına sahip olmuşlardır. Özellikle sosyal medyadaki benlik sunumu şekilleri Narsizmi doğası gereği besleyen faktör olarak belirtilmektedir (Çakmak, 2018). İleri derecede narsist kişilerin sosyal ağlarda daha aktif olma eğiliminde olduklarını ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Buffardi ve Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010). Büyüklenmeci (Grandiyöz) narsistik kişilerin, Facebook’da daha aktif oldukları ve sosyal medyayı daha fazla kullandıkları da belirtilmiştir (Buffardi ve Campbell, 2008). Araştırmalar, kendilik tanıtımının teşvik edildiği sosyal medya araçlarının, narsistik yapılanmaları günlük insan iletişiminden daha fazla etkilediği ve arttırdığını ortaya koymuştur (Horton ve ark., 2014). Narsistik kişilik özellikleri olan insanların Facebook’ da gün ve yıl içinde daha fazla vakit geçirdiklerini ve sosyal medya hesaplarını narsistik olmayan katılımcılara oranla daha fazla kontrol ettiklerini ve ziyaret ettiklerini ortaya koyan çalışmalar vardır. (Mehdizadeh, 2010).

Bir önceki başlıkta bahsedilen narsizmin iki boyutu da birbirinden farklı nedenlerden dolayı sosyal medya kullanımında artışa neden olabilmektedir. Büyüklenmeci narsizmdeki teşhircilik boyutu sosyal medya kullanımındaki artışa neden olabilirken, kırılğan narsistik kişiler sosyal medyayı gerçek dünyadaki hayal kırıklıklarından bir kaçış yolu olarak kullanıyor olabilirler. Kendilerini oldukları veya hissettiklerinden farklı göstererek çevrelerindeki kişilerden bekledikleri onay ve takdiri elde etmek için sosyal medyayı bir araç olarak görebilmektedirler.

Narsistik kişilik örüntülerinden bahsederken duygu düzenleme güçlükleri ve bu güçlüklerin sonuçları da ilgi odağı olmaktadır. Büyüklenmeci ve kırılğan narsistik kişiliklerde duygu düzenleme becerileri aynı düzeyde işlevsel olmayabilir. Ayrıca sosyal medya kullanım amaçlarının birinin de olumsuz duygulardan kaçış yoluyla duygu düzenleme olabileceği göz önünde bulundurulduğunda narsizm ve sosyal medya kullanımı ilişkisinin duygu düzenleme güçlüğü bağlamında ele alınmasının önemli olabileceği düşünülmektedir.

1.3. Duygu Düzenleme Güçlüğü

Kişiler hayat boyu her an duygu içeren olay veya durumlar ile karşılaşmaktadırlar. İlişki sorunları, sevilen kimsenin kaybı, yer/iş değiştirme vb. Geçmişten bugüne duygular ile çokça uğraşılmış ve duyguların doğası anlaşılmaya çalışılmıştır. Duygularımızı kontrol edebilmek ve onlar ile yaşamak her zaman kolay değildir. Bazı kişiler duygusal durumların yarattığı olumsuz etkilerden kolayca çıkararak günlük işlerine d nebilirken bazıları bunu başaramaz. Duygu düzenleme güçlüğü olarak anılan bu durum birçok psikolojik rahatsızlığın nedeni olabileceği gibi sonucu olarak da görülmektedir. Duygu düzenleme güçlükleri duyguların farkında olmama, duyguları kabul etmede zorluk, duygu düzenleme ve kontrol etme becerilerini uygun şekilde kullanamama ile karakterize bir güçlüğü temsil etmektedir (Gratz ve Roemer, 2004).

Bireyin duygusal durumunu düzeleme becerisinin, sorun çözme becerisi ve; kayęı ve zorlukları idare etmede önemli ve gerekli bir  nc  olduğu belirtilmektedir (Dempsey, 1996). Duygu düzenleme, yeni bir duygusal tepkinin başlatılmasını ya da devam eden duygusal tepkilerin değişmesini içerir (Ochsner ve Gross 2005). Duyguları düzenleme kişilerin duygularını kontrol edebilmeleri için gösterdikleri çabalar bütünüdür (Koole, 2010). Duygu düzenleme güçlüğü (DDG), kişilerin gereken çabayı göstermelerine rağmen duygusal durum ve olayların yarattığı hisleri, ifadeleri veya davranışları düzenlemede ve işlevsel hale getirmede zorluk yaşamaları olarak tanımlanmaktadır.

Duygu düzenleme dendiğinde önemli olan hangi duyguda bulunduğu değil o anki aktif duygularda yaratılan sistematik değişikler olmalıdır. Bu aşamada duyguların tanınması ve anlaşılması da oldukça önemlidir (Southam ve Gerow, 2014). Bahsedilen duygu değişimleri genel olarak olumsuz duyguları azaltma ve olumlu duyguları artırma şeklinde değiştirilmek istenmektedir (Gross ve ark., 2006).

Duygu düzenleme becerilerinde için içine birçok düzenleme girmektedir; kendi duygularını düzenleyebilme, diğerleri tarafından oluşturulan duyguları düzenleyebilme, duygunun kendisini düzenleyebilme ve duygunun altında yatan özellikleri düzenleme (Thompson ve Calkins 1996) bunların arasında sayılmaktadır. Duygu düzenleme becerisi sayesinde kişi duygularını ve bu sayede davranışlarını hedeflerine uygun, işlevsel şekilde yönetebilmektedir (Ecirli ve Ogelman, 2015).

Duygu düzenleme ile ilgili kuramsal modellere bakıldığında; Dodge, Masters, Garber, Gross gibi isimler karşımıza çıkmaktadır. Dodge (1991) tarafından ileri sürülen ‘sosyal bilgi süreç’ modelinde ardışık olarak gelen beş basamaktan bahsedilmektedir. Bu basamaklar; çocuğun sosyal işaretleri anlaması, yorumlaması, davranışsal tepki vermesi, tepkinin sonucunu değerlendirmesi ve önceki seçilen tepkiyi taşımasını içermektedir. Garber (1991), ‘bilgi sürecinin her bir basamağında yetenekli duygu düzenleme becerisinin gerektiğini’ duygu düzenlemenin ‘bir ya da birden fazla çeşitte bilgi süreci basamağı’ olduğunu iddia eder (Onat ve Otrar, 2010). Parrot (2001) ve Masters (1991) duyguların sosyal etkileşimler sonucu oluştuğunu ve duygu düzenlemenin aileyle birlikte gelişerek kişinin yaşamına aktarıldığını öne sürmektedirler.

Duyguların tanınmaması ve duyguları kontrol etme ve düzenlemede yaşanan güçlüklerin olumsuz sonuçları olabilmektedir. Duygu düzenleme ile ilgili problemler günümüzde tanımlanan psikopatolojilerin birçoğunun açıklanmasında yardımcı olmaktadır. Aldao ve arkadaşları (2010) bir gözden geçirme çalışmasında duygu düzenleme stratejileri ve çeşitli psikopatolojiler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Anksiyete, depresyon, yeme bozuklukları, kötüye kullanım gibi psikopatolojilerle duygu düzenleme stratejilerinin ilişkili olduğu bulunmuştur. İşlevsel olmayan duygu düzenleme stratejileri (ruminasyon, kaçınma ve bastırma), işlevsel stratejilere (kabul, yeniden değerlendirme, problem çözme) göre daha fazla psikopatolojilerle ilişkili bulunmuştur (Demirkapı, 2013). Başka bir çalışmada duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerin kaygı bozuklukları ve duygudurum ile ilgili sorunların kaynağı olabileceği söylenmektedir (Campbell ve ark., 2007).

İlerleyen bölümlerde duygu düzenleme gücü ile araştırmanın bağımlı değişkeni olan sosyal medya aşırı kullanımı ve bağımsız değişkeni olan narsizm arasındaki bağlantılara yer verilecektir.

1.3.1. Duygu düzenleme gücü ve sosyal medya kullanımı

Psikopatolojide bağımlılık ile ilgili alanyazın incelendiğinde uyumsuz duygu düzenleme becerilerinin bağımlı davranışların yordayıcısı olabildiği görülmektedir (Taylor, Bagby ve Parker, 1997). Aynı zamanda, yapılan bazı araştırmalarda duygu düzenleme gücü olan bireylerin, olumsuz duygularından kaçmak, olumsuz düşüncelerden kurtulmak veya depresif duygu durumundan kaçınmak için bağımlılık davranışlarına başvurabildiği

gösterilmektedir (Taylor ve ark. 1997; Tice ve ark. 2001; Ricketts ve Macaskill 2003; Aldao ve ark. 2010).Yakın geçmişte Yu, Kim, ve Hay (2013) tarafından Kore’de lise öğrencileri ile gerçekleştirilen bir çalışmada duygu düzenlemede güçlük ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Türkiye’ de gerçekleştirilen bir çalışmada aleksitimi, duygu düzenleme becerileri ve disosiyasyonun internet bağımlılığı ile ilişkisi (Akın, 2014) incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre internet bağımlılığı puanları ile duygu düzenleme güçlüğü puanları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Alanyazın incelendiğinde duygu düzenleme becerileri ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye yönelik araştırmalar olduğu görülmektedir. Bazı araştırmalar duygu düzenleme güçlükleri ve akıllı telefonların aşırı kullanımları arasında pozitif yönde ilişki olduğunu göstermektedir (Caplan ve ark., 2016; Elhai ve ark., 2016; Estevez ve ark., 2017). Casale ve arkadaşları (2016) özellikle duygu düzenlemede güçlük yaşayan ergenlik çağındaki bireylerin problemlili akıllı telefon kullanım oranlarının yüksek düzeylerde olduğundan bahsetmektedirler. Bunun yanında bazı çalışmalar ise problemlili veya aşırı akıllı telefon kullanımının kişinin duygularını düzenlemede güçlükler yaşamasının bir sebebi olduğunu söylemektedir (Haug ve ark., 2015).

Katılımcıların duygu düzenlemede yaşadıkları güçlük arttıkça problemlili internet ve akıllı telefon kullanımları da artmaktadır. Başa çıkma süreçlerinin bir parçası olarak tanımlanan ve araştırmalarda çokça bahsedilen duygu düzenleme becerileri (Lazarus ve Folkman 1984) sosyal medya kullanırken planlanandan fazla zaman harcamanın bir yordayıcısı olarak görülmektedir.

1.3.2. Duygu düzenleme güçlüğü ve narsistik kişilik

Sözü edilen ilişkiye ek olarak, duygu düzenleme becerilerinin narsizm ile de ilişkili olduğuna işaret eden çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin büyüklenmeci narsizmin bir özelliği olarak görülne nevroitiklik ile duygu düzenleme güçlüklerinin ilişkili olduğuna işaret eden çalışmalar görülmektedir (Bolger ve ark., 1991; Watson ve ark., 2016). Literatür incelendiğinde patolojik kişilik özellikleri ile duygu düzenleme güçlüklerinin ilişkili olduğunu gösteren çalışmalara rastlanmaktadır. (Gratz, Breetz ve Tull, 2010; Szasz, Szentagotai ve Hofmann, 2011). Bu bağlamda yapılan bir araştırmaya göre, kişilerin duygu düzenleme güçlüğü ölçeğinden aldıkları puan arttıkça narsistik kişilik envanterinden aldıkları puanlar da artmaktadır (Aktaş ve Şahin, 2018). Pollock (2016) büyüklenmeci

narsizm ile duygu düzenlemedeki güçlüklerin ilişkilerine vurgu yapmıştır ancak aksi yönde Campbell (2010) bu iki değişken arasında biri ilişkiye rastlanmadığını ileri sürmektedir. Bu çalışmaların yanında kırılğan narsizm ile duygu düzenleme güçlüğü arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu söyleyen çalışmalar bulunmaktadır (Elibol, 2018). Duyguları ve duygusal olayları tanıma, anlama, kabul etme ve duygu düzenleme stratejilerini kullanabilme konusunda kırılğan narsistik kişiler büyüklenmeci gruba göre daha başarılı gibi görünmektedir. Bu da iki narsizm boyutu arasındaki duygusal farklılıklara işaret etmektedir. Duyguların anlaşılması konusunda farklılaşan bu iki grubun duygularını düzenlemede de farklı stratejiler benimsemeleri beklenmektedir.

Narsistik kişilerin herhangi bir engellenme durumunda genel olarak ortaya çıkardıkları duygu 'öfke' olmaktadır. Öfke, olumsuz ve düzenlenmesi gereken bir duygu olarak tanımlanmaktadır. Düzenlenemeyen öfke gibi duygular sonuç olarak düzensiz tepkiler doğurmakta ve kişinin dürtüsel davranarak kontrolünü kaybetmesine sebep olabilmektedir. Alanyazın incelendiğinde narsistik bireylerin duygu düzenlemede güçlük yaşayabileceklerine işaret eden çalışmalar görülmektedir (Kyristal, 1998). Bu nedenle duygu düzenleme güçlükleri narsist eğilimleri olan kişiler için yaşam içerisinde sorun oluşturmakta ve kişiyi bağımlı davranışlara yatkın hale getirmektedir.

Buraya kadar sözü edilen internet/sosyal medya bağımlılığı, narsizm ve duygu düzenleme becerileri ilişkilerine ek olarak bilişsel çarpıtmaların her üç değişkenle de ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Bilişsel yaklaşımlara göre, bireylerin duygusal ve davranışsal uyum sorunlarının oluşmasında etkili olan unsurlar esnek olmayan bilişlerdir (Canas, Quesada, Antoli ve Fajardo, 2003). Her uyum sorununun bilişsel bir bileşeni bulunmakta ve uyum sorunlarının gelişimi ve sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında ele alınan sosyal medya bağımlılığı ya da kullanımı ile ilişkili bilişler kullanım amaçları, narsizm ile ilişkili bilişler 'haklılık' gibi inançlar olarak özetlenebilir. İlerleyen bölümlerde uyum sorunlarının altında yatan bilişsel mekanizmalardan biri olan bilişsel çarpıtmaların doğası ve çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri ile ilişkilerine yer verilecektir.

1.4. Bilişsel Çarpıtmalar

Bilişsel çarpıtma, kişinin kendisini ve dış dünyayı algılamasındaki gerçekçi olmayan değerlendirmeleri, otomatik düşünceleri ve bunlarla birlikte yaşadığı duygusal, düşünsel ve davranışsal sorunları açıklamaktadır (Fair, 1986). Freeman ve Dattilo (1992), bilişsel çarpıtmaları, algıdaki sistematik mantık hataları olarak tanımlamaktadır. Önyargılı ve abartılı düşünceler Beck (2001)'e göre bilişsel çarpıtmaları meydana getirerek kişinin psikolojik rahatsızlık yaşama riskini yükseltmektedir.

Bilişsel yaklaşımlara göre, bireylerin uyum problemlerinin oluşmasında etkili olan unsurlar esnek olmayan bilişlerdir (Canas, Quesada, Antoli ve Fajardo, 2003). Beck bu düşünce hatalarına 'bilişsel çarpıtmalar' derken, Ellis (1963) 'akılcı olmayan düşünceler' demektedir. Beck (2005), bireyin kendisine ilişkin saygısının azalması durumunda bilişsel çarpıtmaların daha fazla kullanıldığından bahsetmektedir.

Bilişsel çarpıtmalarla ilgili düşünce tarzlarını Beck, (2001) şöyle sıralamaktadır:

Ya Hep Ya Hiç Tarzı (İki Uçlu) Düşünme: Bireyin, olaylara ve insanlara yönelik tutumları, sadece uç (ekstrem) noktalarda olduğunda kutuplaşma eğilimi söz konusudur (Harran, 1985, Blackburn, 1996). Herhangi bir durumun orta noktasını bulmakta zorlanan bu kişilerin bağımlı davranışlarını kontrol etmede zorlanacakları düşünülmektedir.

Seçici Soyutlama (Olumluyu Yok Sayma): Zihinsel süzgeç olarak da adlandırılan bu düşünme tarzı, bireyin, yaşadığı olayla ilgili farklı yönde kanıtlar olmasına rağmen, tek bir detaya dayanan olumsuz değerlendirmeler yapmasıdır (Beck, 2005).

Duygulara (Keyfe) Göre Mantık Yürütme: Herhangi bir olay veya yaşantıda, belirli bir ipucu ve kanıt olmaksızın, içsel ve dışsal malzeme değerlendirilmek suretiyle bireyin kendine göre bir kaniya varmasıdır (Ardanç, 2017).

Zihin Okuma: Zihin okuma, diğer insanların kendimiz hakkında ne düşündüğünü bildiklerine ya da bilmeleri gerektiğine dair olan inancı ifade eder (Ardanç, 2017).

Felaketleştirme: Kişinin gerçeği büyüterek ve olumsuz bir şekilde değerlendirmesidir. Kendisine verilen işi yetiştiremeyen bir çalışan, kesinlikle kovulacağını düşünebilir (Türkçapar, 2011).

Aşırı Genelleme: O andaki durumun çok ötesine taşınan genel bir değerlendirme yaparak, tek bir olaydan genel kurallar çıkartılması anlamına gelmektedir (Ardanç, 2017).

Etiketleme: Gerçekleri ve kanıtları göz ardı ederek kişinin kendisi veya kişiliği hakkında olumsuz önyargılar üretmesidir.

Aşırı Büyütme/Küçültme: Büyütme türü çarpıtmalar genellikle bireylerin kendi korkularını ve mükemmel olmayışlarını değerlendirirken ortaya çıkmaktadır (Beck, 2005). Bu düşünce hatasında örneğin kişi yaptığı olumlu şeyleri önemsiz görür (Türkçapar, 2011).

Kişiselleştirme: Kişi karşılaştığı durumlarda olayları abartma ve kendi üzerine alınarak aşırı tepkiler verme eğilimindedir (Beck, 2005).

Zorunluluk (Meli-malı) Cümleleri: Kişinin kendisinin ve diğerlerinin nasıl davranmaları gerektiğine ilişkin kesin kurallara sahip olması; bu kurallar yerine getirilmediğinde ise her şeyin ne kadar kötü gideceğine ilişkin abartılı beklentiler içine girmesi olarak tanımlanmaktadır (Ardanç, 2017).

Hatalı düşünceler veya bilişsel çarpıtmalar kişinin benlik algısında olumsuz birçok düşünce yaratabilir. Bu olumsuz düşüncelerden kurtulmak ve dışarıdan kendisinin aksine olumlu tepki ve yorumlar alabilmek adına kişi sosyal medya ile ilgili tekrarlayan (ruminatif) birçok düşünce üretebilir. Literatür incelendiğinde internet bağımlılığı ile yapılan çalışmalarda ‘bilişsel çarpıtmalar’ ın değişken olarak yer aldığı ve etkilerinin araştırıldığı görülmektedir. Davis (2001) yaptığı çalışmada internet bağımlılığının bir sebebinin de bilişsel çarpıtmalar olduğunu söylemektedir.

Bilişsel çarpıtmalar ile ilgili günümüze kadar farklı değişkenler ile yapılmış araştırmalar değerlendirildiğinde; Mayhew ve Edelman (1989) yeme bozukluğu yaşayan bireylerin akılcı olmayan düşüncelerinde artış ve başa çıkma davranış becerilerinde düşüş olduğunu, Shill, Adams ve Ramanalah (1982) ise akılcı olmayan inançlara sahip olan kişilerin stresle başa çıkma becerilerinin zayıf olduklarını, Himle ve arkadaşları (1982) kaygı düzeyindeki artışın akılcı olmayan düşüncelerdeki artışa neden olduğunu vurgulamaktadırlar. Bilgin ve Doğrusever (2018) ‘in araştırmasında ise düşünce hatalarından özellikle ruminasyon, sosyal medya bağımlılığının anlamlı bir yordayıcısı olarak bulunmuştur. İnternet bağımlılığının en etkili tedavi yöntemi alanyazında bilişsel davranışçı terapiler olarak gösterilmektedir. Bilişsel davranışçı terapide de otomatik düşünceler ve bilişsel çarpıtmaların değiştirilmesi yolu ile işlevselliği bozan belirtilerde gelişme sağlanması amaçlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının ardında yatan bilişsel çarpıtmaların belirlenebilmesi bu noktada uzmanlara yol gösterebilecektir.

1.4.1. Bilişsel çarpıtmalar ve sosyal medya bağımlılığı

Bağımlılık gibi davranışsal bozuklukları tedavi etmede sıklıkla kullanılan bilişsel davranışçı terapi’ de bilişsel çarpıtmalar gündeme gelmekte ve irdelenmektedir. Kişilerin bu işlevsel olmayan düşüncelerini tanımlarını sağlamak ve değiştirmek temel amaçtır. Bilişsel çarpıtmalara veya hatalı düşüncelere sahip kişi bu düşüncelerden kaçmak için işlevsel olmayan ve tekrarlayan davranışlara yönelebilmektedir. Bu işlevsel olmayan davranışların içerisinde internet kullanımı ve bağımlılığının da olduğu düşünülmektedir (Davis, 2001).

Sosyal medya bağımlılığı da diğer bağımlılık türleri gibi davranış temelli olup davranışsal değişiklikler ile düzelmesi beklenmektedir. Bilişsel modellere göre davranış değişiminin ilk adımı düşüncede başlamakta ve kişinin hangi tür düşüncelerinin onu bağımlılık yaratan davranışa (sosyal medyasını sürekli kontrol etmek gibi) ittiğini ortaya çıkarmak önem arz etmektedir. Davis’e (2001) göre bilişsel çarpıtmalara sahip olan ve düşüncelerinde hatalar bulunan kişi internet bağımlılığına yönelebilmektedir ve internet bağımlılığının sebeplerinden biri de bilişsel çarpıtmalardır. İşlevsiz bilişlerin yarattığı, özellikle, ‘çevrimdışı olduğumda işe yaramaz biriyim’ veya ‘çevrimdışı olursam insanlar benimle alay eder/dışlar’ gibi düşüncelerin yoğunluğundan bahsedilmektedir (Davis 2001; Caplan 2010). Aynı zamanda bilişsel bakış açısı ile internet ve sosyal medyada aktif olmak ile ilgili sürekli zihinsel meşguliyet ile problemlili veya aşırı internet kullanımı ilişkisini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Shapira ve arkadaşları (2003) internet kullanımı ile ilgili ‘çevrimdışı olursam, sosyal medyada neler olduğuna dair merakımı durduramam’ gibi düşüncelerin internet bağımlılığı için takıntılı ve işlevsiz düşünceler olduğunu söylemektedir.

Bu bilgiler ışığında internet bağımlılığının sadece davranışsal bir problem olarak görülmemesi gerekmektedir. Düşüncelere bağlı bilişsel süreçler de bağımlılık davranışlarının arka planında büyük rol oynamaktadır.

1.4.2. Bilişsel çarpıtmalar ve narsistik kişilik örüntüleri

Narsistik kişilik örüntüleri doğası gereği kişinin kendi benliği ve başkalarıyla ilgili gerçeği yansıtmayan düşüncelerine dayanmaktadır. Beck'in (2001) bilişsel kuramı kişilik bozukluklarının oluşumu ve gelişmesinde işlevsel olmayan bilişsel düşüncelerin önemli olduğunu göstermektedir. Bilişsel sistemde var olan işlevsiz ve hatalı düşünceler bireyin düşünme sürecini etkileyerek bilişsel çarpıtmalara yol açabilmektedir. Diğer insanlara yönelik önyargılı düşünceler ve üstün benlik algısına sahip olan büyüklenmeci narsist kişiler karşılaştıkları kişiler arası sorunlu olaylarda veya değerlendirme yapmaları gereken durumlarda hatalı bir şekilde düşünme eğilimindedirler. Gelen bilgilerin yanlış bir düşünme sistemi ile algılanması süreci bu şekilde devam ettiren etken olarak görülmektedir. Bu durum yanlış çözüm yollarına başvurma ve problem çözme becerilerindeki yetersizliğe işaret etmektedir. Bireyin özellikle kişiler arası ilişkilerinde sahip olduğu yanlış düşünceler davranışlarını da etkilemektedir.

Buraya kadar ele alınan yazın bulguları bağlamında; (1) Çalışma sayısı sınırlı olsa da sosyal medya bağımlılığı ile narsistik kişilik örüntüsü, duygu düzenleme becerileri ve bilişsel çarpıtmalar arasında birbirini besleyen anlamlı ilişkiler saptandığı, (2) özellikle duygu düzenleme becerileri ve bilişsel çarpıtmaların bu çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenleri olarak ele alınan sosyal medya bağımlılığı ve narsistik kişilik örüntüsü ile ilişkili olduğu görülmektedir.

1.5. Tez Çalışmasının Amacı

Yukarıda ayrıntılandırılan kuramsal çerçeve bağlamında sosyal medya bağımlılığının narsistik kişilik örüntüleri (kırılgan ve büyüklenmeci), bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlükleri tarafından beslendiği düşünülmektedir. Kendisine ve dış dünyaya karşı algısı gerçeği yansıtmayan narsistik kişilik örüntülerine sahip bireyler yaşadıkları sorunlar karşısında işlevsiz çözüm yolları arayışına girmektedirler. Kırılgan narsizmde olan çekingenlik, kendi ile ilgili yüksek beklentiler, acı çekme veya stres altında olma gibi özellikler kişinin dış dünyadan yabancılaşıp kendini sosyal medya gibi sanal bir dünyada kendi beklentilerine ve amaçlarına gösterme eğiliminde olabilirler.

Duygu düzenlemede güçlük yaşayan kişi sosyal hayatta verdiği tepkileri düzenlemekte de güçlükler yaşayacak, sosyal medyaya ve kendini sosyal platformlarda ifade etmeye olan

ihtiyacında artış görülecektir. Düzenlenemeyen duygu ve davranışların, kişinin sosyal medyada aktif olmak ile ilgili istek ve düşüncelerinin tekrarlayan boyutlarda olmasına ve böylece kişinin sosyal medyayı aşırı kullanmasına sebep olabilmektedir.

Duygu düzenleme güçlüklerinin yarattığı etkiler gibi bilişsel çarpıtmalar da kişinin tepkilerindeki düzensizlikler ile karakterize olabilmektedir. Kişinin kendisine veya dünyaya yönelik algısındaki bozulmalar ve bu bağlamdaki düşünce hataları sosyal medya aracılığı ile kişiye kendi özel sayfasını oluşturma ve içeriğini dilediği gibi düzenleyebilme imkanları ile yeni bir algı oluşturma ve çevresine gösterebilme imkanı vermektedir. Aynı şekilde bağımlı davranış ‘ya hep ya hiç’ bilişsel çarpıtmasıyla kişiyi sosyal medyadan kesinlikle uzak durmak veya bunu başaramadığı için, tam tersi sürekli ve tekrarlayan biçimlerde sosyal medya ile meşgul olmaya itebileceği düşünülmektedir. Benliğe ve diğerlerine yönelik hatalı düşünceler sosyal medya platformlarında görülen ve çoğu zaman gösterişli, neşeli, başarılı gibi atıflar yapılan diğer insanların yaşamlarını takip etme isteğini artırarak da sosyal medyaya olan bağımlılığını besleyebilmektedir.

Sosyal medyada narsistik kişilik yapısını besleyen beğenilme, benlik sunumu vb unsurlardan bahsetmiştik. Narsistik kişilik örüntüsü sergileyen kişilerin kendilerini istedikleri gibi gösterebilme, beğenilme, üstünlük sağlama vb ihtiyaçlarını sosyal medya üzerinden giderebilmekte ve bu bakımdan narsistik kişilik örüntüleri sosyal medya bağımlılığını besleyebilmektedir.

Bu tez çalışmasının amacı, kuramsal çerçevede bahsedilen değişkenler arası ilişkiler bağlamında sosyal medya bağımlılığını açıklayan bütüncül bir model önermektir. Bu bağlamda kırılma ve büyülenmeci narsistik kişilik örüntülerinin, duygu düzenlemede yaşanan güçlükler ve bilişsel çarpıtmalar aracılığı ile sosyal medya bağımlılığını yordadığına işaret eden modeller test edilmiş ve önerilen mekanizmanın narsizm türlerine göre değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir

1.6. Araştırma Soruları/Hipotezler

Bu çalışmanın araştırma soruları/hipotezler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

1. Katılımcıların narsistik kişilik (büyüklenmeci ve kırılğan) özellikleri, duygu düzenleme güçlüğü, bilişsel çarpıtmalar ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?

a. Katılımcıların sosyal meda bağımlılığı alt boyut ve toplam puanları ile narsistik kişilik (büyüklenmeci ve kırılğan) özellikleri, duygu düzenleme güçlüğü, bilişsel çarpıtma puanları arasında anlamlı ve positif yönlü ilişki vardır.

2. Aşağıda özetlenen doğrudan ve dolaylı ilişkileri içeren model örneklemede temsil edilmekte midir?

Doğrudan ilişkiler

a. Katılımcıların narsistik kişilik puanları (büyüklenmeci ve kırılğan), duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtma puanlarını anlamlı ve pozitif yönde yordamaktadır.

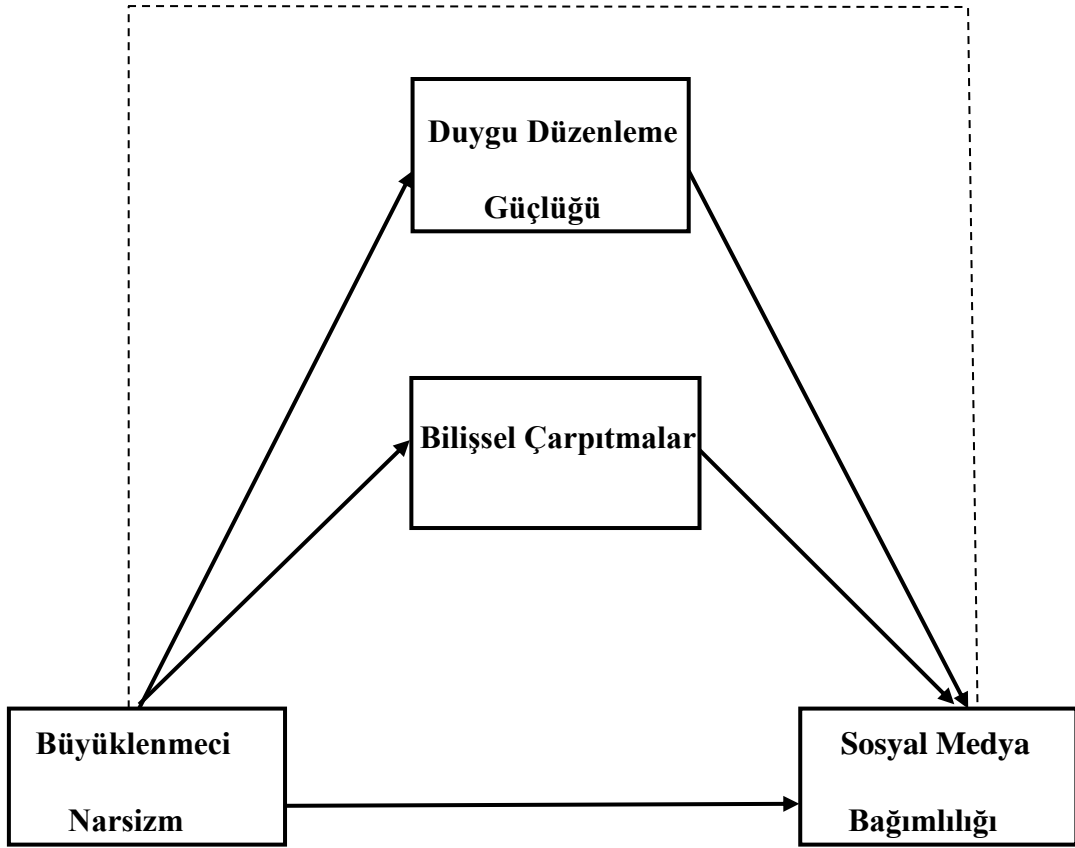
b. Katılımcıların bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüğü ölçeklerinden aldıkları puanlar sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanları anlamlı ve pozitif yönde yordamaktadır.

Dolaylı ilişkiler

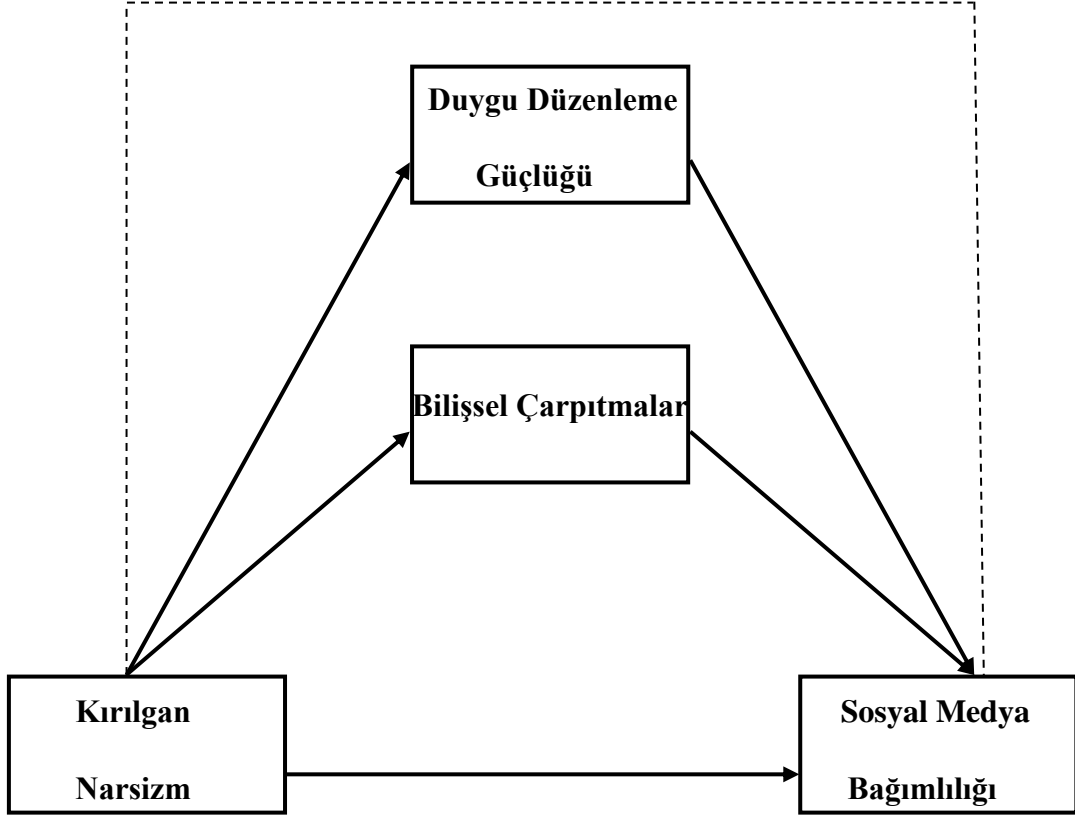
c. Katılımcıların narsistik (büyüklenmeci ve kırılğan) kişilik puanları sosyal medya bağımlılığı puanlarını duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtmalar puanları aracılığıyla anlamlı ve pozitif yönde yordamaktadır.

3. Önerilen modelde sosyal medya bağımlılığını açıklayan varyans, katılımcıların büyüklenmeci ve kırılğan narsistik kişilik puanlarına (önerilen modellere) göre değişmekte midir?

Araştırma sorularına ve değişkenlerine yönelik test edilen Model 1 ve Model 2 Şekil 2 ve Şekil 3' te gösterilmektedir.



Şekil 2. Büyüklenmeci Narsistik Kişilik  zelliklerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol için Model  nerisinde Doğrudan ve Dolaylı İlişkiler (Model 1).



Şekil 3. Kırılgan Narsistik Kişilik Özelliklerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol için Model Önerisinde Doğrudan ve Dolaylı İlişkiler (Model 2)

1.7. Araştırmanın Önemi

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yazın incelendiğinde çalışılan değişkenlerin sınırlı sayıda olduğu, sosyal medya platformları ve bu platformları kullanan kişi sayısı arttıkça yapılan çalışmaların da artacağı gözlenmektedir. Yeni bir alan olmasından dolayı bağımlılığı etkileyen değişkenler ve boyutları hakkında açıklanan bilgi sayısı ve niteliği eksik kalmaktadır. Önerilen bu modelin, kuramsal açıdan birbiri ile ilişkili değişkenlerin sosyal medya bağımlılığını açıklamada bütüncül bir yaklaşım ile alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının günümüzde giderek artacak bir sorun olarak görülmesi, onu açıklayan narsistik kişilik örüntüleri, duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar gibi değişkenlerin bilinmesi ve göz önünde bulundurulması sosyal medya

bağımlılığına dair hem önleme hem de müdahale çalışmalarında yardımcı olarak, klinik uygulamalara katkı sağlaması amaçlanmıştır.

2. BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, örneklem özellikleri, verilerin nasıl toplandığı ve veri toplama araçlarına dair ayrıntılı bilgiler verilmiştir.

2.1. Araştırma Modeli

Sosyal Medya Bağımlılığı belirti düzeyi üzerinden Narsistik Kişilik Bozukluğu ve Duygu Düzenleme Güçlükleri ile Bilişsel Çarpıtmalar aracı değişkenlerinin rolünü inceleyen bu araştırma, betimsel yöntemli ve araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik olarak ilişkisel tarama modeli kullanılarak oluşturulmuş bir çalışmadır.

2.2. Örneklem

Narsistik Kişilik Bozukluğu, Duygu Düzenleme Güçlüğü ve Bilişsel Çarpıtmalar arası ilişkiler bağlamında Sosyal Medya Bağımlılığını açıklayan bütüncül bir model önermeyi amaçlayan bu çalışma; Ankara, İzmir, İstanbul ve Çanakkale illerinden, 15-65 yaş arası 251 katılımcı ile yürütülmüştür. Yaş aralığı çalışma başlamadan önce 18-60 olarak planlanmış ancak uygulama sonrası 15, 16,17 ve 65 yaşında dört katılımcı olduğu saptansa da veri setinden çıkartılmamıştır. Örneklemde yaş ortalamasının 43 olduğu tespit edilmiştir (*Ort.* =43.69, *SS* = 14.21).

2.2.1. Örnekleme ait demografik bilgiler

Katılımcılardan demografik bilgi formu aracılığı ile elde edilen bilgiler Tablo 1' de gösterilmektedir.

Tablo 1

Örneklemin Demografik Özellikleri

Değişken	N	%
Cinsiyet	251	
Kadın	92	36.7
Erkek	159	63.3
Medeni Hal	251	
Bekar	87	34.7
Evli	164	65.3
Eğitim	251	
Lise	22	8.8
Üniversite	133	53
Yüksek Lisans	94	37.5
Diğer	2	.8
Aylık Gelir	251	
0-2100 TL	43	17.1
2101 – 6900 TL	76	30.3
6901 TL ve üzeri	132	52.6
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	251	
Bilgi Paylaşmak ve Bilgi Edinmek	143	54.4
Arkadaş Edinmek	1	0.4
Arkadaşlarımla iletişime geçmek	94	35.7
Diğer	25	9.5
Psikiyatrik Tanı	251	

Tanı Alan	18	7.2
Tanı Almayan	233	92.8
İlaç	187	74.5
Toplam 187 (64 Belirtilmemiş)		
Kullanan	15	6
Kullanmayan	172	68.5

N: Kişi Sayısı

Araştırmada demografik form ve ölçek maddelerini yanıtlayan 251 katılımcının 92'sini (%36.7) kadın, 159'unu (%63.3) erkekler oluşturmaktadır. Yaşları 15 ve 65 arasında değişen katılımcıların 87'si (%34.7) bekar, 164'ü (% 65.3) evlidir. 133 katılımcı (%53) 'üniversite mezunu', 94 katılımcı (%37.5) 'yüksek lisans mezunu', 22 katılımcı (% 8.8) 'lise mezunu' ve 2 katılımcı da (% 0.8) 'diğer' seçeneklerini işaretlemiştir. Araştırmaya katılan kişilerin 18'i(%7.2) hayatlarında en az bir defa psikiyatrik tanı almışlar ve psikiyatrik tanı alan katılımcıların 15'i aldıkları psikiyatrik tanıya yönelik ilaç kullanmışlardır. Araştırmaya katılan tüm kişiler sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadırlar.

Katılımcıların en çok kullandığı sosyal medya uygulaması 76 kişi ile Facebook olarak görülmektedir. En az kullanılan sosyal medya uygulaması ise Twitter olmuştur. 143 (% 54.4) katılımcı 'Bilgi paylaşmak ve bilgi edinmek', 94 katılımcı (% 35.7) 'Arkadaşları ile iletişime geçmek', 25 katılımcı (% 9.5) 'diğer' ve 1 katılımcı (% 0.4) 'Arkadaş edinmek' amacı ile sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını belirtmişlerdir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim vb. demografik bilgilerine ulaşabilmek için araştırmacı tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu, örnekleme sosyal medya kullanımı alışkanlıkları ve aşırı kullanım davranışlarını belirlemek için Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Formu, kişilerde olabilecek narsistik kişilik özelliklerinin büyülenmeci yönlerini değerlendirebilmek amacı ile Narsistik Kişilik Envanteri, duyarlı ve

kırılgan yönlerini değerlendirebilmek amacı ile Kırılgan Narsizm Envanteri, duygu düzenlemede yaşanan güçlükleri açıklayabilmek için Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği ve Bilişsel Çarpıtmaları saptayabilmek adına ise Düşünme Türleri Ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan veri toplama araçlarının tez örneklemindeki iç tutarlılık katsayıları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 2

Bu Tez Çalışmasında Kullanılan Veri Toplama Araçlarının Bu Çalışma Örneklemindeki İç Tutarlılık Katsayıları.

Veri Toplama Araçları	Bu araştırmadaki iç tutarlılık katsayıları
Narsistik Kişilik Envanteri (NKE)	.013
Kırılgan Narsizm Ölçeği (KNO)	.42
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)	.89
Bilişsel Çarpıtmalar Ölçeği (BÇÖ)	.92
Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği (DDGÖ)	.77

2.3.1. Onam formu:

Katılımcıların aşağıda sıralanan ölçekleri cevaplamaya başlamadan önce araştırmacıyı tanınması, araştırmanın amacını, katılım koşullarını öğrenmesi ve rızalarının alınması amacıyla oluşturulan formdur. Onam formu araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

2.3.2. Kişisel bilgi formu:

Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aylık geliri, medeni halleri, hangi sosyal medyayı daha çok kullandıkları, psikiyatrik bir tanılarının olup olmadığı vb. kişisel bilgilerinin alındığı 11 soruluk formdur. Kişisel bilgi formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

2.3.3. Narsistik Kişilik Envanteri (NKE):

Narsistik Kişilik Envanteri, Raskin ve Hall tarafından 1979 yılında geliştirilmiştir. Başta 54 madde ile geliştirilen ölçeğin madde sayısı, yapılan madde ve faktör analizleri sonucunda 40 maddeye düşürülmüştür. Ölçekte üstünlük, sömürücülük, otorite, kendine yeterlilik, kendini beğenme, hak iddia etme ve teşhircilik olmak üzere yedi boyut bulunmaktadır (Raskin, Hall, 1988). 2006 yılında Ames ve arkadaşları NKE' i düzenleyerek 16 soruluk formunu geliştirmiştir (Ames, 2006). 16 maddenin içerisinde ‘‘ Gösterişten kaçınırım’’, ‘İnsanlardan çok şey beklerim’ ve ‘Özel biri olduğumu düşünüyorum’ gibi maddeler bulunmaktadır. Ölçeğin ortalama iç tutarlılık katsayısı .67 olarak belirlenmiştir. (Ames, 2006, s.440–449). Uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda, soruların orijinal yapıya uygun olarak 6 faktöre dağıldığı görülmüştür (Salim,2009). Açıklanan altı faktör; teşhircilik, otorite, üstünlük, hak iddia etme, sömürücülük ve kendine yeterliliktir. Cronbach’s Alfa değeri önce .62 olarak hesaplanmış fakat ölçekte düşük korelasyona sahip ve dolayısıyla ölçeğin güvenilirlik düzeyini düşürdüğü fark edilen bir madde çıkarılmış ve böylece Cronbach’s Alfa değeri .65’ e (Salim, 2009) yükselmiştir. İstenildiğinde NKE-15 formu da kullanılabilir. Bu çalışmada NKE – 16 toplam puan üzerinden değerlendirilmiştir. Narsistik Kişilik Envanteri formu Ek 3’ te verilmiştir.

2.3.4. Kırılgan Narsizm Ölçeği (KNÖ):

Hendin ve Cheek tarafından 1997 yılında, narsizmin kırılgan ve duyarlı yönlerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Orijinal formu 10 madde olan ölçeğin, bu çalışmada 8 maddelik formu kullanılmıştır. Ölçeğin 10 maddelik orijinal formunun Cronbach’s Alfa değeri .63 olarak bulunmuştur (Hendin ve Cheek, 1997). Türkçe’ye standardizasyon çalışmaları Şengül ve arkadaşları (2015) tarafından gerçekleştirilmiş, iki madde dışlanmış ve sekiz maddelik formun Cronbach’s Alf değeri .66 olarak bulunmuştur. Ölçek ‘aşırı duyarlılık’ tek faktöründen oluşmaktadır (Üzümcü, 2016). Çalışmada KNÖ toplam puan üzerinden ölçülmüştür. Kırılgan Narsizm Ölçeği formu Ek 4’ te gösterilmektedir.

2.3.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu (SMBÖ-YF):

Ölçeğin geliştirilmesi ve geçerlik- güvenirlik çalışmaları Şahin ve Yağcı (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir. 20 maddeden oluşan ölçek Cronbach's Alfa iç tutarlılık katsayısı .94, alt boyutlardan sanal tolerans için .92 ve sanal iletişim için 0,91 bulunmuştur (Şahin ve Yağcı, 2017). Ölçek formu 5'li Likert tipinde; '(1)Bana hiç uygun değil', '(2)Bana uygun değil', '(3)Kararsızım', '(4)Bana uygun', '(5)Bana çok uygun' şeklinde oluşturulmuştur. Olumsuz ifadelerde ise ters kodlama puanlanmıştır. SMBÖ-YF sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Sanal tolerans alt boyutu 1-11 arası maddeler (5.madde: Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem), sanal iletişim ise 12-20 arası maddelerden (15. madde: Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur) oluşmaktadır. 5 ve 11. addeler ters kodlanmaktadır. Bir kişi ölçekten en fazla 100, en düşük 20 puan almaktadır. Yüksek puanlar, bireyin kendisini 'sosyal medya bağımlısı' olarak algıladığı şeklinde değerlendirilmektedir. Ölçek değerlendirmeleri toplam puan üzerinden yapılmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu Ek 5' te verilmiştir.

2.3.6. Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği (DDGÖ):

Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği Gratz ve Roemer (2004) tarafından duygu düzenleme güçlüklerini tespit etmek amacı ile geliştirilmiş, Rugancı (2010) tarafından ülkemizde geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmıştır. 'Ne hissettiğimi dikkate alırım', ' Kendimi kötü hissettiğimde zayıf birisi olduğum duygusuna kapılıyorum' gibi 36 maddeden oluşan ölçek için her madde 5' li likert tipi ölçek kullanılarak değerlendirilmektedir. Cevaplandırmalar; 1 (hemen hemen hiç) ve 5 (hemen hemen her zaman) aralığında gerçekleştirilmektedir. DDGÖ altı alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; açıklık, kabul etmeme, stratejiler, dürtü, farkındalık ve amaçlar olarak sıralanmaktadır. Ölçekten alınan puandaki artış, duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerin de artışını göstermektedir. Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği'nin test-tekrar test tutarlılık değeri .88 (n:21) bulunmuştur (Rugancı ve Gençöz 2010). Ölçeğin Cronbach's Alfa iç tutarlılık kat sayısı .93 olarak bulunmuştur. Ölçekte bulunan 5. 'Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.' ve 11.'sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.' maddeler diğer ölçek maddeleri ile aynı yönde

olmadıkları için ters kodlaması yapılarak analiz başlatılmıştır. Bu çalışmada Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği toplam puan üzerinden değerlendirilmiştir. DDGÖ formu Ek 6' da gösterilmektedir.

2.3.7. Bilişsel Çarpıtmalar Ölçeği (BÇÖ)- Düşünce Türleri Ölçeği:

R. Covin ve D. Dozois (2011) tarafından önemli 10 bilişsel hatanın değerlendirilmesi için geliştirmiştir. Türkiye' de geçerlik ve güvenirlik çalışmasını Ardanıç (2017)' ın gerçekleştirdiği, 7'li likert tipinde hazırlanan ölçek 10 maddeden (alt ölçeklerle beraber 20 madde) oluşmaktadır. Her bir madde bilişsel çarpıtmaları 'kişilerarası' (sosyal) ve 'başarı' alanlarında ayrı ayrı değerlendirmek üzere yapılandırılmıştır (Ardanıç, 2017). Ölçeğin iç geçerliği Cronbach's alfa testi ile değerlendirilmiş ve genel güvenirliği .85 olarak rapor edilmiştir (Ardanıç, 2017). BÇÖ' de bilişsel hatalardan oluşan 10 alt boyut 'sosyal' ve 'başarı' perspektifinden yorumlanmaktadır. Bilişsel Çarpıtmalar Ölçeği, bu çalışmada toplam puan üzerinden değerlendirilmiştir. BÇÖ formu Ek 7' de gösterilmiştir.

2.4. İşlem

Başkent Üniversitesi Etik Komisyonu' ndan onay alındıktan sonra araştırmada kullanılan veriler Mart 2019- Mart 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalı tutulmuştur. Araştırmada kullanılan ilgili ölçekler araştırmacı tarafından Qualtrics Survey Sofway programına yüklenmiş ve oluşturulan link, sosyal medya kullanana katılımcılara çevrimçi olarak Facebook, Instagram, Twitter ve Whatsapp uygulamalarından ulaştırılmıştır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllü olarak gerçekleşmiş ölçekler her katılımcıya madde yükü sebebi ile seçkisiz sıralama ile verilmiştir. Bir katılımcı tüm ölçekleri yaklaşık 20-25 dakikada doldurabilmiştir. Toplanan veriler araştırmacı tarafından IBM SPSS ve SPSS PROCESS makrosu istatistik programları ile analiz edilmiştir.

Kişiler, veri toplama araçlarına internet üzerinden erişebilmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları çalışma yürütücüsü tarafından Qualtrics Survey Software programına yüklenmiş ve sosyal medya kullanan kişilere Facebook, Instagram, Twitter ve Whastapp uygulamaları aracılığı ile ulaştırılmıştır. 2019 Mart- 2020 Mart ayları arasında

veri toplama işlemi devam etmiştir. Hedeflenen örneklem sayısı araştırma oluşturulurken 200 olarak belirlenmiştir. 342 kişiye ulaşıldığında veri toplama işlemine son verilmiştir.

3. BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın amaçlarına göre yapılan istatistiksel analiz işlemleri ve bulgularına yer verilmiştir. İlk olarak katılımcılardan elde edilen veriler üzerinde gerçekleştirilen tanımlayıcı istatistiklere ilişkin bilgiler verilmiştir. Sonrasında araştırmanın değişkenlerini oluşturan sosyal medya bağımlılığı, kırılğan narsizm, büyüklenmeci narsizm, duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtmalara yönelik korelasyon analizlerine yer verilmiştir. Daha sonra araştırmada Model 1 olarak gösterilen büyüklenmeci narsizm değişkeninin sosya medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme gücünün aracı rolü ve Model 2 olarak gösterilen kırılğan narsizm değişkeninin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar aracılığı ile açıklayabilmek için aracı değişken (mediator) analizi bulguları verilmiştir.

3.1. Verilerin İstatistiksel Analizlere Uygunluğu ve Tanımlayıcı Analizler

İstatistiksel analizlere başlanmadan önce katılımcılardan toplanan verilerin analiz SPSS programı kullanılarak analiz edilmeye uygun olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda veriler analiz edilmeye hazır hale getirilmiştir. İlk aşamada ölçeklerin tümünü yanıtlamayan katılımcılar tespit edilmiş ve veri setinden atılmıştır. Kayıp verileri saptamak amacıyla ölçek toplam puanlarından yararlanılmış ve kayıp veriler saptanmıştır. Çok değişkenli uç değer analizi ile 12 katılımcının olağandışı puan ortalamalarına sahip olduğu görülmüş ve analizlere herhangi bir etkisi olmaması için veri setinden silinmiştir. Tüm kayıp ve uç değerdeki verilerin silinmesi ile birlikte araştırmaya 251 katılımcı ile devam edilmiştir.

Veri setinde değişkenlerin normal dağılım değerlerini tespit edebilmek için kolmogorov- smirnov ile normallik testi yapılmıştır. Normallik testi sonucunda bakılan çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değeri -1 ve +1 değerleri arasında yer alıyorsa veri setindeki puanların normal dağılım standartlarından sapmadığı bilinmektedir (Büyüköztürk, 2011). Çarpıklık ve basıklık değerleri de incelendikten sonra değişkenler

arası normal dağılım sağlandığı tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra çalışmada kullanılan değişken ölçeklerinin alt boyutlarına uygun şekilde alt boyut toplam puanları alınmıştır. Son olarak tüm ölçek maddelerin toplam puanları alınmış, değişkenler oluşturulmuş ve değişkenler arası korelasyon analizlerine geçilmiştir.

3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı, Narsistik Kişilik, Kırılgan Narsistik Kişilik, Duygu Düzenleme Güçlüğü Ve Bilişsel Çarpıtmalar Değişkenleri Arasındaki Korelasyonlara Yönelik Bulgular

Bu kısımda değişkenler arası ilişkileri incelemek amacıyla, araştırmada bulunan iki modelde bulunan tüm değişkenler ile gerçekleştirilen Pearson korelasyon analizi bulguları aktarılmıştır. Büyüklenmeci Narsistik Kişilik örüntüsü ve Sosyal Medya Bağımlılığı değişkenlerine ait alt boyutlar da korelasyon analizine dahil edilmiştir. Korelasyon analizine ait bulgular Tablo 2' de verilmektedir.

Tablo 3

Model 1 ve Model 2'de Bulunan Değişkenler ve Alt Boyutlar Arasındaki Korelasyon Analizine Ait Bulgular

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Narsistik Kişilik Örüntüsü	-												
2. Kırılgan Kişilik Örüntüsü	.03	-											
3. Sosyal Medya Bağımlılığı	.03	.26**	-										
4. Duygu Düzenleme Güçlüğü	.04	.26**	.38**	-									
5. Bilişsel Çarpıtmalar	-.07	.33**	.33**	.40**	-								
6. Sanal Tolerans	-.04	.24**	.94**	.40**	.33**	-							
7. Sanal İletişim	.01	.25**	.85**	.25**	.25**	.63**	-						
8. Üstünlük	.54**	.08	.04	.03	-.07	.05	.01	-					
9. Teşhircilik	.36**	.09	.01	.06	.09	.04	.03	.13*	-				
10. Sömürücülük	.49**	-.03	.01	.06	.02	-.03	.08	.09	-				
11. Otorite	.47**	.03	-.12	-.03	-.06	-.12	-.10	.08	.03	.12	-		
12. Kendini Beğenme	.27**	-.04	.16*	.09	.10	.14*	.14*	-.24**	-.07	-.07	-.12	-.02	-
13. Hak İddia Etme	.41**	-.12	-.29**	-.19**	-.34**	-.31**	-.20**	.09	-.02	-.02	.17**	.10	-

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$, $N = 251$

Korelasyon analizi sonuçlarına göre büyüklenmeci narsizm değişkeninin diğer değişkenler ile araştırmada beklenmeyen şekilde anlamsız veya negatif yönde ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile büyüklenmeci narsizm ($r = -.03, p = .65$) arasında negatif yönde anlamsız bir ilişki varken, sosyal medya bağımlılığı ile duygu düzenleme güçlüğü ($r = .38, p < .01$), bilişsel çarpıtmalar ($r = .33, p < .01$) arasında pozitif yönde ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Bu sonuçlara ek olarak büyüklenmeci narsizm ile duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar arasında da anlamlı ilişkiler tespit edilememiştir. Büyüklenmeci narsizm ile duygu düzenleme güçlükleri araştırmada temsil edilen örneklem için pozitif yönde anlamsız bir ilişki görülmektedir ($r = .04, p = .58$). Yine büyüklenmeci narsizm ile araştırmanın 2. aracı (mediator) değişkenini oluşturan bilişsel çarpıtmalar arasında negatif yönde anlamsız bir ilişki ortaya çıkmıştır ($r = -.07, p = .24$). Model 1' e yönelik korelasyon analizi bulguları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Özetlersek, sosyal medya bağımlılığı beklenmeyen bir şekilde büyüklenmeci narsizm değişkenine yönelik ölçümler ile negatif yönde ve anlamsız bir ilişkiye sahiptir. Ancak model 1'de sosyal medya bağımlılığı diğer iki değişken (duygu düzenleme güçlüğü, bilişsel çarpıtmalar) ile beklenen şekilde anlamlı ve pozitif yönde ilişki sergilemektedir. Büyüklenmeci narsizm oranının artması sosyal medya bağımlılığına negatif etki gösterirken, duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtma oranları arttıkça sosyal medya bağımlılığının da artabileceği görülmektedir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığındaki artışın da bilişsel çarpıtmalara ve duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerin artışı ile sonuçlanabilmektedir. Ancak bulgular incelediğinde büyüklenmeci narsist kişilik örüntüleri ile bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenlemede kişinin yaşadığı güçlükler arasında anlamlı ilişkiler görülmemektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ile kırılğan narsisizm ($r = .26, p < .001$), duygu düzenleme güçlüğü ($r = .26, p < .001$) ve bilişsel çarpıtmalar ($r = .33, p < .001$) arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler bulunmuştur. Araştırmada Model 2' nin bağımsız değişkenini oluşturan kırılğan narsistik kişilik özellikleri ile duygu düzenleme güçlükleri arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = .26, p < .001$). Aynı şekilde modeldeki ikinci aracı değişken olan bilişsel çarpıtmalar ile kırılğan narsistik özellikler arasında da anlamlı

ve pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir ($r = .33, p < .001$). Bu ilişkilerin yanında, bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlükleri arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = .40, p < .001$).

Kırılgan narsistik kişilik özellikleri arttıkça sosyal medya bağımlılığının artabileceği görülmektedir. Ayrıca bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenlemede yaşanabilecek güçlüklerdeki artışın kırılgan narsizm düzeyindeki artışla ilişkili olduğu saptanmıştır.

Araştırmadaki temel değişkenler arası korelasyon ilişkilerine ek olarak, bağımsız değişkenleri oluşturan kırılgan narsistik kişilik örüntüsü ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları ve bağımlı değişken olan sosyal medya bağımlılığı alt boyutları da korelasyon analizine dahil edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı'na ait olan sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutlarının diğer değişkenler ile korelasyon analizi bulguları şöyledir;

Sanal tolerans alt boyutu ile narsistik kişilik örüntüleri negatif yönlü anlamsız bir ilişkiye sahiptir ($r = -.04, p = .49$). Yine sanal tolerans alt boyutu; kırılgan narsistik kişilik örüntüleri ile pozitif yönde anlamlı ($r = .24, p < .001$), duygu düzenleme güçlükleri ile ($r = .40, p < .001$) anlamlı ve bilişsel çarpıtmalar ile ($r = .33, p < .001$) pozitif yönlü anlamlı bir şekilde ilişkili bulunmuştur.

Sosyal medya bağımlılığı değişkeninin diğer bir alt boyutu olan sanal iletişim ile büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüleri arasında korelasyon analizine göre anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($r = .01, p = .91$). Bu bulgu ile birlikte sanal iletişim alt boyutu; kırılgan narsistik kişilik örüntüsü ile pozitif yönde anlamlı ($r = .25, p < .001$), duygu düzenleme güçlükleri ile pozitif yönde anlamlı ($r = .25, p < .001$) ve bilişsel çarpıtmalar ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahiptir ($r = .25, p < .001$).

Model 1'in bağımsız değişkenini oluşturan Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüleri'nin alt boyutları ve diğer değişkenler arasında yapılan korelasyon analizlerine göre; üstünlük alt boyutu ile kırılgan narsistik kişilik örüntüleri ($r = .08, p = .21$), sosyal medya bağımlılığı ($r = .04, p = .55$), duygu düzenleme güçlükleri ($r = .03, p = .61$), bilişsel çarpıtmalar ($r = -.07, p = .30$) ile negatif yönde ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan sanal tolerans ($r = .05, p = .44$) ve sanal iletişim ($r = .01, p = .86$) ile istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler tespit edilmiştir.

Teşircilik alt boyutu ile; kırılgan narsistik kişilik örüntüleri arasında ($r = .09, p = .14$), sosyal medya bağımlılığı ($r = .01, p < .85$), duygu düzenleme güçlükleri ($r = .06, p =$

.35), bilişsel çarpıtmalar ($r = .09, p = .16$) ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları; sanal tolerans ($r = .04, p = .56$) ve sanal iletişim ($r = .03, p = .64$) ile istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler tespit edilmiştir.

Sömürücülük alt boyutu ile gerçekleştirilen korelasyon analizleri incelendiğinde; kırılğan narsistik kişilik örüntüleri ($r = -.03, p = .96$) ile negatif yönde, sosyal medya bağımlılığı ($r = .01, p = .85$), duygu düzenleme güçlükleri ($r = .06, p = .36$), bilişsel çarpıtmalar ($r = .02, p = .79$) ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan sanal tolerans ($r = -.03, p = .59$) ile negatif yönde ve sanal iletişim ($r = .08, p = .21$) ile istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler bulunmuştur.

Otorite alt boyutu ile; kırılğan narsistik kişilik örüntüleri ($r = .03, p = .69$) ile sosyal medya bağımlılığı ($r = -.12, p = .05$) ile negatif yönde, duygu düzenleme güçlükleri ($r = -.03, p = .67$), bilişsel çarpıtmalar ($r = -.06, p = .36$) ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan sanal tolerans ($r = -.12, p = .06$) ile negatif yönde ve sanal iletişim ($r = -.10, p = .13$) ile de negatif yönde istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler bulunmuştur.

Kendine yeterlilik alt boyutu ile; kırılğan narsistik kişilik örüntüleri ($r = -.04, p = .58$) ile negatif yönde anlamsız, sosyal medya bağımlılığı ($r = .16, p < .05$) ile pozitif yönde anlamlı, duygu düzenleme güçlükleri ($r = .09, p = .17$) ile anlamsız, bilişsel çarpıtmalar ($r = .10, p = .13$) ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan sanal tolerans ($r = .14, p < .05$) ile pozitif yönde anlamlı ve sanal iletişim ($r = -.10, p = .13$) ile de negatif yönde istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler bulunmuştur.

Hak iddia etme alt boyutu ile; kırılğan narsistik kişilik örüntüleri ($r = -.12, p > .05$) ile negatif yönde anlamsız, sosyal medya bağımlılığı ($r = -.29, p < .001$) ile negatif yönde anlamlı, duygu düzenleme güçlükleri ($r = -.19, p < .05$) ile negatif yöne anlamlı, bilişsel çarpıtmalar ($r = -.34, p < .001$) ile negatif yönde anlamlı ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları olan sanal tolerans ($r = -.31, p < .001$) ile negatif yönde anlamlı ve sanal iletişim ($r = -.20, p < .05$) ile de negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Tablo 4

Korelasyon Bulgularının Özeti

Sosyal Medya Bağımlılığı İle Pozitif Korelasyon Saptanan Değişkenler

Kırılgan Narsistik Kişilik Örüntüsü**

Duygu Düzenleme Güçlükleri**

Bilişsel Çarpıtmalar**

Sanal Tolerans**

Sanal İletişim**

Kendini Beğenme*

Üstünlük

Teşhircilik

Sömürücülük

Sosyal Medya Bağımlılığı İle Negatif Korelasyon Saptanan Değişkenler

Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüsü

Hak İddia Etme**

Otorite

Bağımsız ve Aracı Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüsü ve Duygu Düzenleme Güçlüğü +

Büyüklenmeci Narsistik Kişilik Örüntüsü ve Bilişsel Çarpıtmalar -

Kırılgan Narsistik Kişilik Örüntüsü ve Duygu Düzenleme Güçlüğü +**

Kırılgan Narsistik Kişilik Örüntüsü ve Bilişsel Çarpıtmalar +**

** $p < .001$, * $p < .05$, + = pozitif yönlü ilişki, - = negatif yönlü ilişki

3.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcılarına Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

Çalışmanın değişkenlerine yönelik korelasyon analizleri sonrasında aracı model analizine geçmeden önce, sosyal medya bağımlılığının yordayıcılarına yönelik dört aşamalı hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Hiyerarşik regresyon analizinde; ilk aşama, katılımcıların demografik bilgilerine ait cinsiyet, eğitim durumları ve aylık gelirleri, ikinci aşama kırılğan narsistik kişilik örüntüsü ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları, üçüncü aşama bilişsel çarpıtmalar alt boyutları ve dördüncü aşama ise duygu düzenleme güçlüğü alt boyutlarından oluşmaktadır. Hiyerarşik regresyon analizi bulguları Tablo 5 'te verilmektedir.

Tablo 5

Regresyon Analizine İlişkin Sosyal Medya Bağımlılığı Yordayıcılarına Yönelik Bulgular

	<i>F</i> değişim	<i>DF</i>	β	<i>t</i>	<i>R</i> ²
Değişkenler					
Demografik Bilgiler	12.078	247			.128
Cinsiyet			-.13	-1.68	
Eğitim			.04	.56	
Aylık gelir			-.28*	-3.5	
Kırılğan ve büyüklenmeci Narsistik Kişilik	6.250	240			.262
Kırılğan					
Narsistik Kişilik			.24**	4.21	
Otorite			-.06	-1.03	
Üstünlük			.09	1.50	
Sömürücülük					
Teşhircilik			-.02	-.40	

Hak iddia etme			-0.17*	-3.62
Kendine yeterlilik			.15*	2.86
Bilişsel				
Çarpıtmalar	1.285	230		.301
Zihin okuma			.12	-1.69
Felaketleştirme			.15	1.88
İkiüçlü düşünme			-0.01	-1.16
Duygudan sonuca varma			-0.12	-1.16
Etiketleme			.09	1.27
Filtreleme			.11	1.38
Genelleme			.02	.27
Kişiselleştirme			-0.05	-0.62
Zorunluluk cümleleri			-0.02	-2.23
Olumluyu yok sayma			.06	.79
Duygu				
Düzenleme				
Güçlükleri	3.013	224		.354
Açıklık			-0.01	-2.20
Farkındalık			-0.06	-0.88
Dürtü			.08	.93
Kabul etmeme			.06	.83
Strateji			.11	1.20
Amaçlar			.07	1.01

Not. * $p < .05$, **

$p < .001$

Demografik değişkenler içerisinde yer alan cinsiyet, eğitim ve aylık gelir'in sosyal medya bağımlılığı üzerindeki açıklayıcı gücünü görebilmek amacı ile hiyerarşik regresyona

başlanmış, denkleme önce demografik değişkenler girmiştir. Demografik değişkenler ile gerçekleştirilen analiz istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur [$F(3, 247) = 12.078, p < .001$]. Bununla birlikte analize dahil edilen demografik değişkenler sosyal medya bağımlılığını toplamda % 13 varyans ile açıklamaktadır. Analiz edilen demografik bilgilerin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkileri teker teker incelendiğinde, ‘aylık gelir’ ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü ancak anlamlı bir ilişki görülmektedir [$\beta = -.28, t(247) = -3.5, p < .05$].

Dört aşamalı hiyerarşik regresyon analizinin ikinci aşamasında; sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerini incelemek adına kırılmanarsistik kişilik örüntüsü toplam puan (‘aşırı duyarlılık’ tek faktörü) ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları analize dahil edilmiştir. Yapılan analiz istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur [$F(7, 240) = 6.250, p < .001$]. Kırılmanarsistik kişilik örüntüsü ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları, sosyal medya bağımlılığını toplamda %26’lık bir varyans ile açıklamaktadır. İkinci aşamadaki regresyon analizi değişkenleri teker teker incelendiğinde; kırılmanarsistik kişilik örüntüsü sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir [$\beta = .24, t(240) = 4.21, p < .001$]. Büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları incelendiğinde ise sadece kendine yeterlilik [$\beta = .15, t(240) = 2.86, p \leq .05$] ve hak iddia etme [$\beta = -.17, t(240) = -3.62, p < .001$] boyutlarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kendine yeterlilik alt boyutu sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif bir etkiye sahipken, hak iddia etme alt boyutu sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönlü bir etki göstermektedir.

Hiyerarşik regresyonun üçüncü aşamasına gelindiğinde bilişsel çarpıtmaların sosyal medya bağımlılığı üzerindeki açıklayıcı gücü incelenmiştir. Ancak beklenenin aksine bu çalışma örneğinde bilişsel çarpıtma alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir [$F(10, 230) = 1.285, p > .05$].

Hiyerarşik regresyonun dördüncü aşamasında duygu düzenleme güçlüklerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki açıklayıcı gücü incelenmiştir. Ancak duygu düzenleme güçlüklerinin sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir şekilde yordamadığı veya sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir [$F(6, 224) = 3.013, p > .05$].

3.3. Narsizm Türleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerde Duygu Düzenleme Güçlüğü ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolüne İlişkin Bulgular

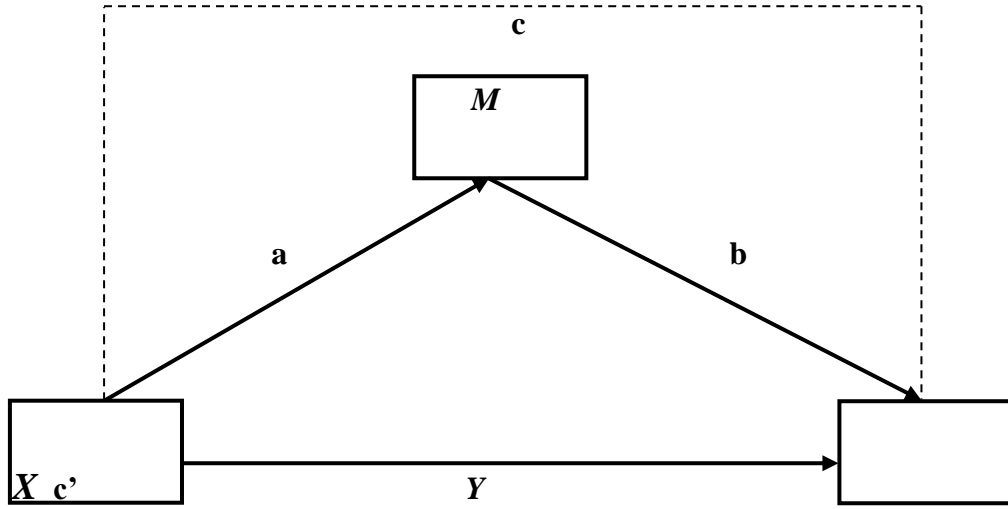
Yapılan korelasyon analizlerinden sonra model 1 ve model 2'deki aracı değişkenlerin rolünü incelemek amacıyla aracı (mediator) değişken analizi yapılmıştır. Model 1 'de büyülenmeci narsizm ve sosyal medya arasındaki ilişkide bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüğü'nün aracı rolü araştırılırken, model 2'de kırılğan narsizm ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüklerinin aracı rollerine bakılmıştır. Analizlerin bu kısmında sosyal medya bağımlılığı yordanan, kırılğan ve büyülenmeci narsizm yordayıcı, bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüğü ise aracı değişkenler olarak alınmıştır. Modellerdeki aracı değişkenlere yönelik analizleri yapmak için SPSS PROCESS Macro programında Model 4 kullanılmıştır.

Aracı değişken analizinde model 4'e göre X (yordayıcı) değişkeni, Y (yordanan) değişkeni ve M (mediator) değişkeni bulunmaktadır. Bu çalışmada bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüğü olmak üzere iki aracı değişken kullanılmıştır. Bu nedenle duygu düzenleme güçlüğü M_1 , bilişsel çarpıtmalar M_2 , sosyal medya bağımlılığı Y, büyülenmeci ve kırılğan narsizm iki modelde ayrı gösterilmek üzere X değişkeni olarak atanmıştır. M değişkeni X'in Y üzerindeki etkisini yordamaktadır. X'ten Y'ye giden yol c yoludur. Aracı değişkenin dahil olması ile gösterilen X ve Y ilişkisi 'doğrudan etki' olarak tanımlanmaktadır. Aracı değişken yardımı ile X'ten Y'ye giden yol (ab yolu) ise 'dolaylı etki' dir. Aracı Değişken Model Analizi Model 4 örnek modeli şekil 4' te gösterilmektedir.

Aracı model analizinde her iki model için de aracılıkların test edilmesi amacı ile Bootstrap (5000) yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntem ile toplam örneklemden alınan veri seti içerisinde alınan küçük örneklem tekrar tekrar test edilerek geniş örneklem ile uyumluluklarına bakılmaktadır. Burada kullanılan yöntem güven aralığı hesaplamaları yoluyla bizlere sobel z testinden daha güvenilir sonuçlar vermektedir. Güven aralıkları analiz bulguları metninde yer almaktadır. Bu çalışmada yapılan aracı değişken analizi araştırmadaki her iki model için ayrı ayrı yapılmıştır.

Şekil 4

SPSS PROCESS makrosu aracı değişken modeli (Model 4)



Not 1. Model 1 için;

X: Büyüklenmeci Narsizm (Bağımsız/ Yordayan)

Y: Sosyal Medya Bağımlılığı (Bağımlı/ Yordanan)

M1: Duygu Düzenleme Güçlüğü

M2: Bilişsel Çarpıtmalar

Not 2. Model 2 için;

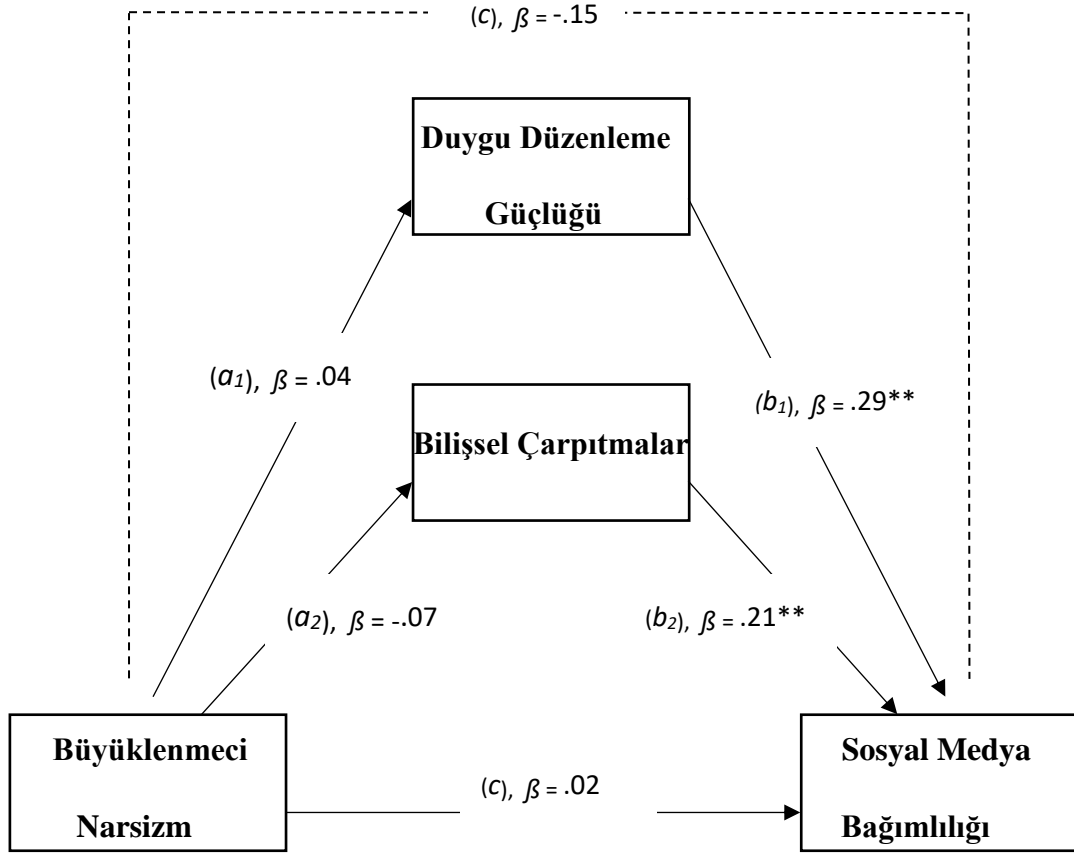
X: Kırılgan Narsizm (Bağımsız / Yordayan)

Y: Sosyal Medya Bağımlılığı (Bağımlı/ Yordanan)

M1: Duygu Düzenleme Güçlüğü

M2: Bilişsel Çarpıtmalar

Büyüklenmeci narsizm ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracı rollerini incelemek amacıyla SPSS PROCESS makro programında Model 4 kullanılarak aracı değişken analizi yapılmıştır. Model 1 için aracı değişken analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır [$F(3, 247) = 18.42, p > .05$]. Bu analize yönelik ilişkisel ve beta katsayılarına yönelik bulgular Şekil 5'te gösterilmektedir.



Not. Standardize edilmiş beta katsayıları kullanılmıştır. $p < .001^{**}$

Şekil 5. Büyüklenmeci Narsizm ve Sosyal Medya Bağımlılığı ilişkisinde Bilişsel Çarpıtmalar ve Duygu Düzenleme Güçlüklerinin Aracı Rolüne İlişkin Beta Katsayıları.

Model 1 için yapılan aracı değişken analizi bulgularına göz atıldığında, örneklemden katılımcılar için büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsünde meydana gelen artış duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerdeki artışı anlamlı bir şekilde yordamamaktadır ($a_1: \beta = .04, p = .58$). Bu bulguya rağmen duygu düzenlemede kişilerin yaşadığı güçlüklerin düzeyi arttıkça sosyal medyaya olan bağımlılık oranlarında da artış gözlenmektedir ($b_1: \beta = .29, p < .001$).

Büyüklenmeci narsistik kişilik özelliklerinin bilişsel çarpıtmaların düzeyi ile ilişkisine bakıldığında ise, büyüklenmeci narsizm düzeyindeki artışın düşünme hatalarını veya çarpık bilişleri de yordamadığı görülmektedir ($a_2: \beta = .24, p = .24$). Narsizmde görülen büyüklenmeci özelliklerin bilişsel çarpıtmalar üzerinde bir etkisi olmamasına karşın modelde bilişsel çarpıtmalarda gözlenen artış sosyal medya bağımlılığına sebep olabilecek

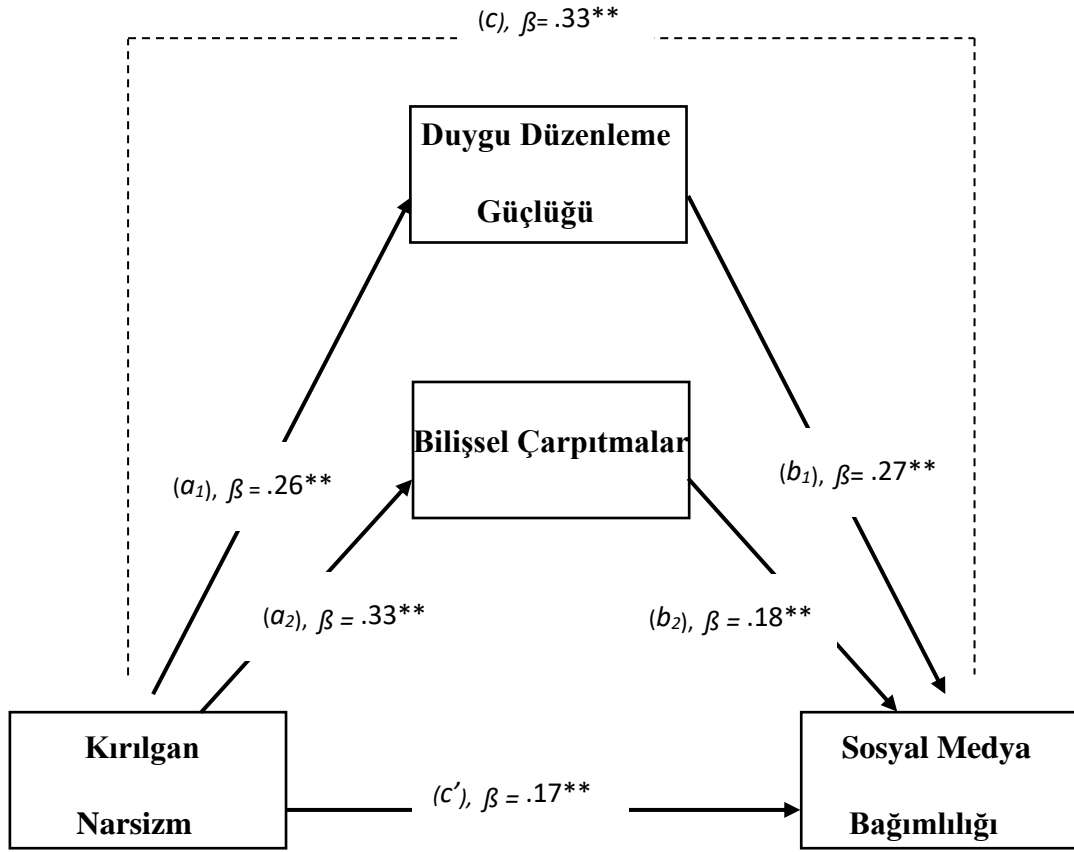
davranış ve düşünce düzeylerini artırmakta yani anlamlı bir şekilde yordamaktadır ($b_2: \beta = .21, p < .001$)

SPSS PROCESS makrosu model 4'e göre güven aralığındaki değerler arasına '0' dahil olduğunda modelde bir aracılığın varlığından söz edilememektedir. Duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların modeldeki aracılık etkilerini görebilmek için yapılan aracılık testi sonuçlarına göre model 1 için duygu düzenleme güçlükleri (M1) aracı bir rol oynamamaktadır ($a_1b_1 = .01, SH = .02$), %95 GA [-0, 1763 - 0, 2815].

Bir diğer aracı değişken olan bilişsel çarpıtmalar değişkeni de aynı şekilde model 1 için aracılık sağlayan bir değişken değildir ($a_2b_2 = -.016, SH = .02$), %95 GA [-0,3006- 0, 0554].

Bu bulguların yanı sıra aracı değişkenler kontrol edildiğinde narsistik kişilik örüntülerinin sosyal medya bağımlılığına ait davranış ve düşüncelerde herhangi bir artış yaratmadığı ve hatta narsistik kişilik özelliklerindeki artışların sosyal medyaya olan düşkünlüğü azalttığı görülmektedir. Bu bulguya dayanarak narsizmin büyülenmeci boyutu sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir şekilde yordamadığı ve aralarında negatif yönlü bir ilişki bulunduğu söylenebilmektedir ($c' : \beta = -.021, p = .16$).

Model 1' deki değişkenlerin analiz bulgularına göre, büyülenmeci narsizm ile sosyal medya bağımlılığı arasında duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar aracılığı ile anlamlı ve pozitif bir ilişkiye rastlanmamıştır.



Not. Standardize edilmiş beta katsayıları kullanılmıştır. $p < .001^{**}$

Şekil 6. Kırılğan Narsizm ve Sosyal Medya Bağımlılığı ilişkisinde Bilişsel Çarpıtmalar ve Duygu Düzenleme Güçlüklerinin Aracı Rolüne İlişkin Beta Katsayıları.

Bu modelde (Model 2) kırılğan narsistik kişilik özellikleri (X: yordayan değişken), sosyal medya bağımlılığı (Y: yordanan değişken) ilişkisinde, duygu düzenleme güçlüğü (M₁: aracı değişken) ve bilişsel çarpıtmalar (M₂: aracı değişken) değişkenlerinin aracılığını test etmek amacı ile SPSS PROCESS makrosu Model 4 kullanılmıştır. Analiz sonucunda çıkan bulgulara göre Model 2 istatistiksel olarak anlamlı olup, varyansın % 19.78' ini açıklamaktadır [$F(3, 247) = 20.30, p < .001$].

Yukarıda belirtilen beta katsayıları ve değişkenler arasındaki yollara bakıldığında ilk olarak kırılğan narsistik kişilik özelliklerindeki baskınlığın duygu düzenlemede yaşanan güçlük düzeylerini artırdığı ($a_1: \beta = .26, p < .001$) ve duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerin artmasının da sosyal medya bağımlılığı oranlarını artırdığı saptanmıştır ($b_1: \beta = .27, p < .001$). Bunlara ek olarak kırılğan narsistik kişilik örüntülerindeki artış, bilişsel çarpıtmalar veya düşünce hatalarındaki oranlarını artırmaktadır ($a_2: \beta = .33, p < .001$). Aynı

zamanda düşüncelerde görülen bilişsel çarpıtmaların artışı sosyal medyanın aşırı kullanımı ile ilişkili görülmekte ve bağımlı davranış düzeyindeki artışı, istatistiksel olarak anlamlı, doğrudan bir şekilde yordamaktadır ($b_2: \beta = .18, p < .001$).

Model 2 için yapılan aracı değişken analizinde, modeldeki aracılık etkisinin derecesini görebilmek amacıyla bootstrap yöntemi kullanılmıştır. Bu sayede 5000 adet örneklem oluşturularak güven aralıkları hesaplanmış ve aracılık etkileri ölçülmüştür. Analiz sonuç tablolarında tamamen standardize edilmiş güven aralıklarına göre duygu düzenleme güçlüğü oranlarının modeldeki aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($a_1b_1 = .072, SH = .024$), %95 GA [0, 0303- 0, 1216].

Diğer bir aracı değişken olan bilişsel çarpıtmalardaki oranların da Model 2' de aracı rol oynadığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde görülmektedir ($a_2b_2 = .059 SH = .026$), %95 GA [0,0138 – 0,1156].

Bu bulguların yanında duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtmaların etkileri kontrol edildiğinde sosyal medya bağımlılığına ilişkin davranış düzeylerinde artışın görüldüğü tespit edilmiştir ($c' : \beta = .17, p < .001$). Model 2'ye ait aracı değişken analizi sonucunda elde edilen beta katsayıları şekil 4'te gösterilmektedir.

Bu kısma kadar model 2 için yapılan aracılık değişken analizlerine bakıldığında, kırılğan narsistik kişilik örüntülerinin duygu düzenlemedeki güçlükler ve bilişsel çarpıtmalar aracılığı ile veya tek başına sosyal medya bağımlılığına yönelik bağımlı davranışları anlamlı ve istatistiksel olarak yordadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Aracı değişken analizlerine yönelik özet tablo, Tablo 6' da gösterilmektedir.

Tablo 6

Aracı Değişken Analizi Bulgularına İlişkin Özet Tablo

Yordayıcı Değişken	Aracı Değişkenler		Yordanan
Değişken	Duygu Düzenleme Güçlüğü	Bilişsel Çarpıtmalar	
Büyükleme			
Narsistik			Sosyal Medya
Kişilik Örüntüsü	Aracılık Yok	Aracılık Yok	Bağımlılığı
Kırılgan			
Narsistik			Sosyal Medya
Kişilik Örüntüsü	Aracılık Var	Aracılık Var	Bağımlılığı

4. BÖLÜM

TARTIŞMA

Tez çalışmasının bu kısmında belirtilen kuramsal çerçeve kapsamında oluşturulan araştırma sorularına yönelik analiz sonuçları ve alanyazın bulguları ile bütünleştirilmesine yer verilmektedir. Değişkenler ve ilişkilerine yönelik analiz sonucu elde edilen bulgular alanyazın göz önünde bulundurularak tartışılmıştır. Sırasıyla;

- Araştırmada test edilen iki modelin değişkenlerini oluşturan sosyal medya bağımlılığı, kırılğan narsizm, büyüklenmeci narsizm, duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar arasındaki korelasyon analizlerine yönelik sonuçlar,

- Sosyal medya bağımlılığı yordayıcılarına yönelik yapılan dört aşamalı hiyerarşik regresyon analizine yönelik sonuçlar,

- Model 1 ve Model 2’de uygulanan aracı değişken analizi sonuç ve bulgularına,

- İki modelden elde edilen sonuçlar bağlamında büyüklenmeci narsizm ve kırılğan narsizmin araştırma kapsamındaki karşılaştırılmalarına yer verilmiştir.

4.1. Değişkenler Arası Korelasyon ve Hiyerarşik Regresyon Analizlerine Ait Bulguların Tartışılması

Çalışmadaki ana değişkenler arası korelasyon bulguları incelendiğinde sosyal medya aşırı kullanımı, kırılğan narsist kişilik örüntülü düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler tespit edilmiştir. Narsizmin açık yönü olan büyüklenmeci narsizm ile sosyal medya bağımlılığı, duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmalar arasındaki ilişkiler, araştırma sorularına ve araştırmacının beklentilerine uygun olmayan şekilde anlamlı çıkmamıştır.

Büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü ile duygu düzenleme güçlükleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemektedir. Duygu düzenleme becerileri çocuklukta, daha çok ebeveyn – çocuk ilişkisi ile ilintilendirilen, edinilmeye başlanıp hayat boyu karşılaşılan duygusal tepkilere neden olan olaylar karşısındaki tavır ve düşüncelerin yönünü belirleyen oldukça önemli bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Derryberry

(1988) ebeveyn veya bakım verenlerin bebeğin karşılaştığı durumlarda verdikleri tepkiler sayesinde bebeklerin kendi duygularını düzenleme becerilerini edindiğini söylemektedir. Büyüklenmeci narsistik kişiliğin oluşumunda rol oynayan özellikle reddedici veya soğuk ebeveyn hikayeleri de göz önüne alındığında bu kişilerin duygu düzenlemede güçlük yaşayacakları tahmin edilmiştir. Bir başka deyişle büyüklenmeci narsistik kişilik özellikleri ile duygu düzenlemede yaşanabilecek güçlükler birbiri ile ilişkili olduğu düşünülmüştür. Ancak bu araştırmadaki temsil edilen örnekleme, büyüklenmeci narsist kişilik örüntülerindeki artış duygu düzenleme güçlüklerinin artışı ile ilişkisiz olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada büyüklenmeci narsizm ve bilişsel çarpıtmalar değişkenleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde iki değişken arası anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu sonucun aksi yönünde kırılğan narsizm ile bilişsel çarpıtmalar Narsizm doğası gereği gerçekdışı düşünceler içeren bir kişilik yapısı olarak bilinmektedir. Kişinin kendisine ve dış dünyaya karşı çarpıtılmış düşüncelerinin olması bilişsel süreçlerde meydana gelebilecek bilişsel çarpıtmaları akla getirmektedir. Bunun yanında kişinin sahip olduğu bilişsel süreçlerdeki hatalar veya çarpıtmaların kişilik bozuklukları, anksiyete gibi değişkenler üzerinde oldukça etkili olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Wilson, Bushnell, Rickwood, Caputi ve Thomas, 2011).

Yapılan korelasyon analizine sosyal medya bağımlılığı ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsünün alt boyutları da dahil edilmiştir. Sosyal medya alt boyutları olan sanal tolerans ve sanal iletişim'e yönelik sonuçlar; büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü hariç diğer değişkenler ile anlamlı ilişkilere sahiptir. Sosyal medya bağımlılığını tespit edebilmek amacı ile geliştirilmiş maddelerin bir üst başlığı olan sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları kırılğan narsistik kişilik özellikleri ile pozitif bir ilişki içerisindedir. Buradan hareket ile kırılğan narsist kişilerin kişilerin sosyal medya ile ilgili bağımlılık belirtilerinden biri olan toleransı geliştirebilecekleri söylenebilmektedir.

Büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü alt boyutları tahmin edileceği üzere bu araştıma için diğer değişkenler ile anlamlı ilişkiler sergilememektedir. Bu bulguyu destekler nitelikte çalışmalar bulunmaktadır. Casale ve Fioravanti (2018) yaptıkları bir çalışmada büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüleri ile sosyal medyanın sorunlu kullanımı arasında zayıf ilişkiler bulgulamışlardır.

Ancak kendine yeterlilik ve hak iddia etme değişkenleri sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları ve dolayısı ile sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı ilişkilere sahiptir. Hak iddia etme, büyüklenmeci narsist kişilik örüntüsüne sahip olan bireyler için; her türlü isteklerinin yer veya zaman fark etmeksizin derhal yerine getirilmesi gerektiği/isteği şeklinde kısaca açıklanabilir. Bu araştırma sonuçlarına göre hak iddia etme alt boyutu sosyal medya bağımlılığı ile negatif fakat anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Buradan hareketle kişilerin hak iddia etme düzeylerindeki artışın sosyal medya bağımlılığına yönelik davranışlarındaki düşüş ile sonuçlanabileceği düşünölebilmektedir.

Bunun yanı sıra hak iddia etme alt boyutu kırılğan narsistik kişilik örüntüsü ile negatif yönde anlamlı bir ilişki sergilemektedir. Buradan kişilerin kırılğanlık düzeyleri ile hak iddia etme veya kendilerinin hak etsin veya etmesin bir şeyi elde etme isteklerinin ters orantılı bir ilişkide oldukları söylenebilmektedir. Kırılğan narsistik kişiler başkalarının düşünce ve onaylarına ihtiyaç duymaktadırlar. Buradan hareketle isteklerini elde etme konusunda büyüklenmeci kişiler kadar görünür bir şekilde ısrarcı olmadıkları tahmin edilebilmektedir.

Diğer bir büyüklenmeci narsist kişilik alt boyutu olan kendine yeterlilik ise sosyal medya bağımlılığı ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki sergilemektedir. Kendine yeterlilik, temelde kişinin kendine hayranlığına dayanmaktadır. Fakat aynı zamanda kişinin kendi benliğine olan yetersizlik inançlarını örtmek için kullandığı bir benlik imajı olarak da görölmektedir (Oğuz, 2016). Kişilik özellikleri ve internet bağımlılığ ilişkisinin incelendiği bir başka çalışmada ise kendine güveni yüksel olan ve yalnız başlarına yaptıkları işlerden daha çok keyif alan, kalabalık ortamlardan uzak durma eğilimi gösteren kişilerin internet bağımlılığı oranlarının daha yüksek olduğu gösterilmektedir (Young ve Rodgers, 1998).

Sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla; cinsiyet, eğitim durumu ve aylık gelir etmenleri incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ve demografik bilgileri içeren birçok çalışma görölmektedir. Pfeil, Arjan ve Zaphiris (2009) yaptıkları bir araştırmada kadınların erkeklere oranla sosyal medyada daha fazla vakit harcadıklarını ileri sürmüşlerdir. Bakken ve arkadaşları 2009 yılında yürüttükleri çalışmalarında erkeklerin kadınlara oranla daha fazla internet kullandıklarını bulgulamışlardır. Bu tez çalışması örnekleme ait sonuçlarda cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu söylenememektedir. Kadın veya erkek olmak sosyal medya kullanımındaki değişikliklere etki etmemektedir. Alanyazındaki internet bağımlılığı ile ilgili araştırmalardaki cinsiyet bulgularına yönelik farklılaşmada,

araştırmaların yöntemsel farklılıkları ve seçtikleri örneklemlerin farklı özelliklerini etkisi olabileceğinden bahsedilmektedir (Chou ve ark., 2005).

Sosyal medya bağımlılığı ve kişilik özellikleri ilişkisini inceleyen bir çalışmada, sosyal medyayı kullanma ve yaş arasında negatif yönlü bir ilişki varken, yine sosyal medya kullanımı ve kişilerin eğitim durum ilişkisi anlamlı ve pozitif yönlü bulunmuştur (Correa ve ark., 2009). Bunun yanı sıra alanyazın incelendiğinde, eğitim düzeyindeki artışın sosyal medya kullanımındaki artış üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu belirten çalışmalar bulunmaktadır (Andreassen ve ark., 2014). Alanyazındaki bu bilginin aksine bu tez çalışmasındaki örneklem için, eğitim durumunun sosyal medya kullanımı üzerinde anlamlı yordayıcı etkisine rastlanmamıştır. Eğitim durumundaki değişkilik veya lise, niversite, yüksek lisans vb. mezunu olmak, kişilerin sosyal medya kullanım oranlarını ve bağımlılığa gidebilecek davranışları üzerinde bir etkiye sahip görülmemektedir. Bu bulgudan hareketle internete ve sosyal medya platformlarına erişimin ucuz ve kolay olmasının bu etkiyi sağladığı söylenebilir. Eğitim düzeyi fark etmeksizin çoğu kişinin güncel uygulamalar ve popüler sosyal ağlar hakkında bilgi sahibi olmak istemesi ve hatta sosyal platformların bir yesi olmak istemesi bu sonuç üzerinde etkili olabilir. Sosyal medya kullanım amaçlarını düşündüğümüzde bu amaçların büyük çoğunluğunu eğlence ve sosyal etkileşim (Wang, Jackson, Gaskin ve Wang, 2014) oluşturmaktadır. Ek olarak sosyal medya kullanımı günümüzde serbest zaman (Dumazedier, 1977) değerlendirme biçimi olarak da görülmektedir. İş yaşamının yarattığı stres ve meşguliyetten biraz olsun kaçınabilmek için kişiler sosyal medyalarını sık sık kontrol etmekte ve paylaşımlarda bulunmaktadır. Buradan hareketle eğitim düzeyi fark etmeksizin her kesimden ve her iş sektöründen kişinin kolayca ulaşabildiği bu sosyal medya gibi sanal ortamlar kişilerin serbest zamanlarını değerlendirecekleri ve stresli yaşam olaylarından az da olsa uzaklaşabilecekleri mecralar olarak görülebilir.

Ancak aylık gelir ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kişilerin aylık gelir düzeyleri düştükçe sosyal medya kullanımında bağımlı davranış sergileme oranları da artmaktadır. Sosyoekonomik düzey ve bağımlılık ile ilgili gerçekleştirilen bazı çalışmalarda ailelerin gelir düzeylerindeki düşüşün aile bireylerinde olası bağımlılık risklerini artırdığından bahsedilmektedir (Schmidt ve ark., 2002). Sosyoekonomik düzey ve internet kullanımı ile ilgili araştırmalardan biri Jackson ve arkadaşlarının (2003) yaptıkları bir çalışmadır. Bu alışma sonuçlarına göre gelir ve eğitim

düzeyleri internet kullanım oranları ile ilişkilidir fakat günümüzdeki sosyal medya ve diğer internet sitelerinin yayılma hızı ve popülerliği nedeniyle bu ilişkilerin azaldığı, gelir ve eğitim düzeylerinin internet bağımlılığı üzerindeki etkisini kaybettiği ileri sürülmektedir. Gelir düzeyindeki düşüşün sosyal medya kullanımına yönelik davranışları artırmasında geçim sıkıntısının yarattığı olumsuz etkiler ele alınabilir. Sosyal medya platformlarının yarattığı meşguliyet ve eğlenceli içerikler kişilerin sosyal medyalarında daha fazla vakit harcamalarına neden oluyor olabilir. Buna ek olarak gelir düzeyi yükseldikçe kişilerin yaşadıkları hayatlar da farklılaşmaktadır. Sosyoekonomik olarak yüksek düzeydeki ailelerde teknolojik aletlerin kullanımı konusundaki farkındalık veya internetin faydalı kullanımı gibi konular ön plana çıkmaktadır (Kayri ve Günüş, 2016). Buradan hareketle internet kullanımına yönelik farkındalığın arttığı aile veya çevrelerde internetin ve dolayısı ile sosyal medya platformlarının bilinçli ve kontrollü kullanıldığı düşünülebilir.

Regresyon analizinin ikinci aşamasında analize kırılğan narsistik kişilik örüntüleri ve büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüleri alt boyutları dahil edilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan kırılğan narsistik kişilik envanteri ‘aşırı duyarlılık’ tek boyutundan oluşmaktadır. Bu neden ile toplam puan üzerinden regresyon analizine dahil edilmiştir. Kırılğan narsistik kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kuramsal çerçeve bağlamında bahsedildiği üzere sorunlu internet kullanımına yol açabilecek birçok risk faktörü mevcuttur. Bu risk faktörleri içerisinde yer alan kişilik, bağımlı davranışların başlaması, gelişmesi ve sürdürülmesinde önemli bir role sahiptir (Andreassen ve ark., 2013; Grant ve ark., 2010). Bu çalışmadaki sonuçlarla tutarlı bir şekilde Casale ve Banchi’nin 2020 yılında yaptıkları bir çalışmada narsistik kişiliğin kırılğan boyutu ile sorunlu sosyal medya kullanımı arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Kırılğan narsistik kişilik örüntülerinin sosyal medya bağımlılığına ne şekilde etki edebileceği ileriki başlıklarda detaylandırılmıştır.

Hiyerarşik regresyonun ikinci ve üçüncü basamaklarında mevcut çalışmanın aracı değişkenlerini oluşturan bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüklerinin alt boyutları ile analiz gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı üzerinde bilişsel çarpıtmalar ve duygu düzenleme güçlüklerinin teker teker anlamlı etkilerinin olmadığı görülmüştür. Davis (2001) sorunlu internet kullanımının kişilerde, depresyon, anksiyete gibi patolojik sorunların yanı sıra uyumsuz bilişlerin gelişimine de neden olduğunu söylemektedir. Buradan hareketle uyumsuz bilişlerin ve yapılan düşünce hatalarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkili

olacağı düşünülmektedir. Ancak bu tez çalışması örnekleminde, bilişsel çarpıtmaların alt boyutları sosyal medya bağımlılığına yönelik davranış ve düşünceler üzerinde etkili görünmemektedir. Duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların sosyal medya bağımlılığına giden yolda yaptıkları aracılık rollerine ilişkin detaylar ileriki başlıklarda ayrıntılandırılmıştır.

4.2. Narsistik Kişilik Envanteri Toplam Puanları İle Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkide Bilişsel Çarpıtmalar Ve Duygu Düzenleme Güçlüklerinin Aracı Model Analizi Bulgularının Tartışılması

Uygulanan aracı model analizine göre büyüklenmeci narsizm özellikleri arttıkça artan duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtma yolu ile sosyal medya bağımlılığını açıklayan model anlamlı olmadığı gibi, bu modelin içerdiği önemli ara yolların da anlamlı olmadığı görülmektedir. Anlamlı olmayan yolların büyüklenmeci narsizm ile bağlantı önerilen yollar olduğu görülmektedir.

Andreasen (2015) narsizmin bilinen şekli olan büyüklenmecilik ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu söylemektedir. Yapılan diğer bir çalışmada bir sosyal medya platformu olan Facebook' un kullanımı ve büyüklenmeci narsizm arasındaki pozitif ve anlamlı ilişki vurgulanmaktadır (Skues, Williams ve Wise, 2012).

Bu tez çalışmasında büyüklenmeci narsizm ile sosyal medya aşırı kullanımı ve bağımlılığa giden özellikler arasında, alanyazındaki bu gibi çalışma sonuçlarından farklı olarak, anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak yine literatür incelendiğinde yüksek düzeyde büyüklenmeci özellikler sergileyen kişiler ile bağımlılık davranışları arasında pozitif yönde herhangi bir ilişkinin olmadığını söyleyen çalışmalara da rastlanmaktadır (Roche ve ark., 2013). Başka bir araştırmada narsistik bireylerin başka kaynak ve kişilere duydukları ihtiyaçları görmezden geldikleri ve inkar ettikleri kendileri ile ilgili üstün düşünceleriyle meşgul olduklarından bahsedilmektedir (Kernberg, 2012). Buradan hareketle grandiyöz özelliklere sahip narsist bireylerin başkalarına olan hissettikleri ihtiyaç düzeyinin düşük olması sosyal medya düşkün olmamaları veya sosyal medyada fazlaca vakit geçirip paylaşım yapmaya ihtiyaç duymamaları şeklinde bir açıklama getirilebilir. Bir başka bakış

açısı ile; başkalarının dikkat ve hayranlığını elde etmek isteyen narsistik bireyler öz güvenlerini ve kendileri ile ilgili üstün düşünce yapılarını korumak amacıyla ilgi görebilecekleri başka yerler aramaktadırlar (Bergman ve Fearington, 2011). Yüksek özsaygı ve kendini beğenme düşüncelerine sahip olan büyüklenmeci narsistik eğilimi olanlar da kendileri hakkında olumsuz düşüncelere sebep açabilecek ortamlardan uzak durma eğiliminde olabilirler. Sosyal medya büyüklenmeci narsistler için fazla kişi ile kıyaslanma veya sıradan olma gibi kaçınılması hislere işaret ediyor olabilir.

Araştırma bulgularına göre büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüleri duygu düzenlemede yaşanan güçlükler üzerinde yordayıcı bir etkiye sahip görülmemektedir. Tooby ve Cosmides'e göre (1990) duygular; günlük yaşamda davranışlara yol gösterici nitelikte olup, ortam ve koşullara uygun olarak kişiye yardımcı olmaktadır. Buradan hareketle duyguları fark etmenin ve koşullara uygun bir şekilde işlevsel hale getirmenin günlük yaşamı kolaylaştırıcı nitelikte olduğu söylenebilmektedir. Duygulardaki bu işlevsel yönler, kişi tarafından fark edilmez veya işlevsiz bir hal alırsa, kişi için zorlayıcı bir etken haline gelebilir (Gross, 1999). Alanyazında; büyüklenmeci narsizm ile duygu düzenlemede karşılaşılan güçlüklerin ilişkili olduğunu söyleyen araştırmalar (Pollock ve ark., 2016; Ronningstam, 2010) olmasının yanı sıra, aynı değişkenlerin ilişkisiz olduğunu ileri süren çalışmalar da bulunmaktadır (Vonk ve ark., 2015). Mevcut araştırma örnekleminde elde edilen bulgulara göre üstünlük, otorite, sömürücülük gibi örüntülere sahip olan büyüklenmeci narsistik eğilim gösteren kişilerin bu eğilimlerinin duygu düzenlemede yaşadıkları güçlükleri yordamadığı ortaya çıkmıştır. Alanyazındaki başka bir çalışmaya göre duygusal durumları anlamlandırma, duyguları fark etme ve kabul ve duygu düzenleme güçlükleri büyüklenmeci narsizm ile ilişki bulunmamıştır (Di Pierro ve ark. 2017). Başkalarının duygu ve düşüncelerine karşı aldırılmaz tavırlar veya sosyal ilişkilerde duygu içeren ifadeleri anlayamama gibi özelliklerin büyüklenmeci narsist eğilim gösteren kişiler için geçerli olduğu bilinmektedir. Bu bilgiye ek olarak büyüklenmeci narsist kişilerin yaşadıkları sorunlar karşısında sorunu kendilerinde aramak yerine başkalarını suçları ve olumsuz eleştirilere karşı duyarsız olduklarını belirten çalışmalar da bulunmaktadır (Rosenthal ve ark., 2006). Bu bilgiler ışığında duyguları fark edemeyen ve yaşamdaki sorunlar karşısında kendisi ile ilgili bir sorun olduğunu düşünmeyen büyüklenmeci narsistik eğilim gösteren kişilerin duygularını düzenleme ihtiyaçlarının farkında olmadıkları söylenebilir. Bu farkındasızlık duygularını işlevli hale getirmek için gereken çabayı göstermemelerine ve dolayısıyla böyle bir sorun yaşamadıklarına dair düşüncelerine yol açıyor olabilir.

Araştırma analizlerine göre diğer bir bulgu; büyüklenmeci narsistik kişilik örüntülerinin bilişsel çarpıtmalar üzerinde anlamlı bir yordayıcı etkiye sahip olmadığı ve bilişsel çarpıtmaların büyüklenmeci narsizm ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı bir rol üstlenmediği şeklindedir. Alanyazın incelendiğinde;

Büyüklenmeci narsist kişilik örüntüsü sergileyen kişilerde sorunlu durumlarda değişmesi gereken, sorunlu olanın karşı tarafın veya durumun kendisi olduğunu düşünme eğilimi görülmektedir. Bu durumda kişi olumsuz duygu ve düşüncelerden kaçınabilmek için çeşitli düşünce ve davranış mekanizmaları geliştirecektir. Ancak bilişsel çarpıtmalarda görülen özellikle seçici soyutlama, felaketleştirme, aşırı genelleme gibi kişinin kendi yetersizliklerine veya başarısızlıklarına odaklandığı durumlar, büyüklenmeci narsist kişilerin eğilim gösterdiği değil de daha çok kaçındığı düşünce biçimleri olabilir. Örneğin yaptığı bir proje ile başvurduğu işten kabul alan kişinin ‘şansım yaver gitti, benim başarım sayılmaz’ gibi olumluyu yok sayan çarpıtılmış düşüncelerinin, büyüklenmeci narsistik kişilik eğilimi gösteren bireyler için uygun olmayacağı öne sürülebilir. Burada büyüklenmeci özelliklerin ön plana çıkarak ‘zaten benim hakkımdı’ şeklinde bir düşüncenin ortaya çıkma ihtimali daha yüksek olabilir. Büyüklenmeci narsist bireylerin kendileriyle ilgili üstün ve oldukça olumlu düşünceleri bilişsel çarpıtmalar şeklinde çarpıtılmış düşüncelerin üretilmesini engelliyor olabilir.

Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilişsel çarpıtmalar anlamlı düzeyde birbirleri ile ilişkili bulunmuştur. Bir başka deyişle bilişsel süreç ve düşüncelerdeki hatalar sosyal medya bağımlılığına yönelik davranış ve düşünceler ile anlamlı olarak pozitif bir ilişki içerisindedir. Bilişsel davranışçı terapiler internet bağımlılığı tedavilerinde kullanılan modellerdir. Ve alanyazın incelendiğinde bu modellerden en kapsamlı ve en çok ses getirenlerden bir tanesi Davis’ in modeli olmaktadır. Davis (2001), patolojik internet kullanımı ile uyumsuzluk yaratan/uyum bozucu işlevlerin ilişkili olduğunu söylemektedir. Hatta bu bağımlı davranışların merkezinde bilişsel düzeydeki düşünce hatalarının yattığına işaret etmektedir. Literatürdeki bu bilgiler ile araştırma bulguları birbirlerini destekler niteliktedir.

4.3. Kırılğan Narsistik Kişilik Özellikleri Ölçeği Toplam Puanları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Duygu Düzenleme Becerileri Ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Model Analizi Bulgularının Tartışılması

Bu tez çalışmasında ele alınan ve model 2' de yer alan bağımsız (yordayan) değişkenlerden bir diğeri de kırılğan narsistik kişiliktir. Uygulanan aracı model analizine göre kırılğan narsizm özellikleri arttıkça artan duygu düzenleme güçlüğü ve bilişsel çarpıtma yolu ile sosyal medya bağımlılığını açıklayan modelin anlamlı olduğu saptanmıştır. Başka bir anlatımla, örneklemdaki katılımcıların kırılğan narsistik kişilik envanterinden aldıkları puanlar sosyal medya bağımlılığına giden yolda duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracılığı ile yordamaktadır. Narsizmin bahsedilen iki boyutu arasındaki bu fark bir sonraki bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Önceki bölümlerde söz edildiği üzere, kırılğan narsistik özellik gösteren kişiliklerde onay arama ihtiyacı ve bu nedenle başkalarına bağılı olma davranışları görülebilmektedir. Buradan hareketle kitleler halinde kullanılmaya devam eden ve her geçen gün kullanıcı oranlarının arttığı sosyal medya siteleri ve uygulamaları ile başkaları tarafından onaylanma ihtiyacını, yapılan paylaşım ve anlık takipler ile karşılayıp, diğers sosyal medya kullanıcıları ile uyum içinde olmayı sağlayabilmektedir. Başkalarına ait olma ihtiyacı veya başkalarına uyum sağlama ihtiyacının karşılığı olarak bu eğilimdeki kişilerin sosyal ağ siteleri kullanım oranlarının fazlalığından bahsedilmektedir (Pelling, 2009). Bunlara ek olarak başka bir çalışmada narsistik eğilimi olanların etrafındaki insanların kabulünü arzuladıkları ve kendi özsaygılarını yükseltmek ve korumak amacıyla çevrelerindeki kişilerden ilgi ve kabul görmek için kaynak arayışı içine girebildiklerinden bahsedilmektedir (Bergman ve Ferrington, 2011). Bu bilgiler ışığında sosyal ilişkilerinde kişilerin düşüncelerine oldukça önem veren eleştirilere karşı hassas olan kabul görmek isteyen kırılğan narsist kişilerin sosyal medyalarını fazlaca kullanmaları hiç de şaşırtıcı görünmemektedir. Kırılğan narsist özelliklerin bir diğeri olan düşük özgüven ile bağımlılık arasında da anlamlı ilişki tespit eden çalışmalar bulunmaktadır (Rohman, 2012).

Aracı model analizi sonuçlarına göre kırılğan narsistik eğilim gösteren bireylerin duygu düzenleme konusunda zorluk yaşadığı sonucuna da ulaşılabilir. Duygu düzenleme veya olumsuz duyguları durum ve ortama göre işlevsel hale getirmenin gerçekleşebilmesi için duyguların tanınması ve yansıtılması gerekmektedir. Yaşanılan

duyguların bilinmesi ve adlandırılması duyguların kontrolü için ön koşul olarak görülmektedir. Duyguların fark edilmesi ve dile getirilmesinin psikolojik iyi olma hali için oldukça önemli olduğunu gösteren araştırmalar bulunmaktadır (Lundh ve ark., 2002).

Kırılgan narsist eğilim gösteren bireylerin duygu düzenlemede uyumsuz stratejiler kullandıklarından alanyazında da bahsedilmektedir. Patolojik narsizmin iki boyutu ile ilgili yapılan bir çalışmada her iki boyutta da duygu düzenleme becerileri bakımından farklılıklar olabileceğinden bahsedilmektedir (Ronningstam, 2010). Kırılgan narsist kişilerin genel özellikleri göz önüne alındığında; hassas ve çekingen tavırlar, kendileriyle ilgili yüksek beklentiler ile çelişkili görünmektedir. Yüksek beklentilerin dış dünyada karşılanmadığı fikrine kapılan kırılganlar kendi kabuklarına çekilerek bu döngüyü sürdürebilmektedirler. Sosyal medyada oluşturulan kişisel sayfalar ve kişisel hayatların farklı yönlerini paylaşmak için sağladığı rahatlık, kırılganların kendileri ve beklentileri için sanal ortamlara olan ilgilerini ve orada harcadıkları zamanı açıklayabilmektedir. Bunların yanında kaygı düzeylerinin yüksek olduğu bilinen kırılgan narsist bireyler duygularını kontrol etmek ve düzenlemek konusunda güçlükler ile bu sayede başa çıkmalarını da sağlıyor olabilmektedir. Araştırma sonuçlarına ve kuramsal çerçeve bağlamında, günlük hayatta beklentileri ile uyuşmayan durumlarda hayal kırıklığı ve kaygı yaşayabilen kırılgan narsistik kişilik örüntüsü sergileyen bireylerin duygularını düzenlemek için daha fazla çaba sarf edecekleri ve bu konuda daha fazla zorluk yaşayacakları sonucuna ulaşılabilir.

Bilişsel çarpıtmaların (kişiselleştirme, genelleme, seçici soyutlama gibi) kompulsif davranışlar ve onay arama davranışlarını pekiştirir niteliktedir (Davis ve Wosinski, 2012). Büyükleme narsist kişilere daha fazla duygu düzenleme güçlüğü yaşamaları olumsuz duygular karşısında daha çaresiz hissetmelerine ve bilişsel süreçlerde daha fazla düşünce hatası yaptıkları sonucuna ulaşılabilir. Alanyazındaki ilgili çalışmaların incelenmesi sonucu sosyal medya platformlarının aşırı kullanımı veya bağımlılık tarzı durumlar bilişsel süreçlerdeki uyumsuz düşüncelerin bir sonucu olarak görülebilmektedir. Bu durumda narsizmin iki boyutu ile ilgili ayrımın daha net bir şekilde yapılabilmesi için bilişsel çarpıtmalar farklı örneklemeler üzerinde ele alınabilir.

Araştırma sonuçlarına göre, kırılgan narsistik kişilik örüntülerinin sosyal medya bağımlılığını yordadığı dolaylı bu yolda bilişsel çarpıtmaların da etkili olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle bilişsel çarpıtmalar kırılgan narsist kişiler için sosyal medya bağımlılığında aracılık yapmaktadır. Alanyazına göre de yapılan bazı çalışmalarda

kişilerin bilişsel çarpıtma düzeylerindeki artışın kişilik bozukluklarına yol açabileceği veya etkisinin yüksek olduğu belirtilmektedir (Kınık, 2015). Buradan hareketle bu çalışmadaki bulgular ile de uyumlu olmak ile beraber narsizmin alt boyutu olan kırılğan narsizm ve bilişsel çarpıtmaların karşılıklı olarak birbirlerini besledikleri söylenebilmektedir.

4.4. Genel Bakış ve İki Modelin Karşılaştırılması

Bu tez çalışmasında kullanılan Narsistik Kişilik Envanteri patolojik narsizmi yalnızca büyüklenmeci narsizm boyutları ve kişilik özellikleri üzerinden ele alması ve kırılğan narsistik özellikleri açıklamaması bakımından eleştirilmektedir (Rosenthal ve Hooley, 2010). Ek olarak yine alanyazındaki çalışmalara bakıldığında narsizmin genel olarak büyüklenmeci özellikler üzerinden tanımlandığı görülmektedir. Narsizm kavramını iki boyutuyla birlikte açıklamamak veya çalışmalara kırılğan narsizmin dahil edilmemesi, sosyal ilişkiler faktörünün göz ardı edilmesi alanyazında sınırlılıklara yol açabilmektedir. Patolojik narsizmin tüm boyutları ile ele alınması gerektiğini savunan araştırmalar da bulunmaktadır (Lynam ve Campbell, 2011).

Alanyazın genelinde narsizm açıklamaları büyüklenmeci özellikler üzerinden yapılmaktadır. Ancak psikoloji alanında yapılan birçok araştırma artık narsizmin iki boyutlu bir kişilik bozukluğu olduğunu kabul etmektedir. Üstün olma arzusu ve hislerinin her iki narsizm boyutunda ortaya çıktığı bilinmektedir. Bu çalışmada yapılan istatistiksel analizler sonucu, elde edilen bulgular ışığında, narsistik kişilik örüntülerinde büyüklenmeci (grandiyöz/açık) ve kırılğan (hassas/örtük) ayrımının önemine dikkat çekilmektedir. İki kişilik örüntüsünün de benzer yönleri olmasına karşın temelde ihtiyaç ve beklentilerin farklı olduğu bilinmektedir. Araştırma bulgularına göre büyüklenmeci narsist eğilimi olan kişiler duygu düzenlemede kırılğan narsist eğilimi olan kişiler kadar zorluk yaşamamaktadır. Aradaki fark büyüklenmeci narsistlerin kendilerine dair beklentileri ve hayranlık yaratma isteği ile olumsuz düşünceler ile başa çıkabilecek olmaları olabilir. Kırılğan narsistler çevrelerinden aldıkları kötü veya iyi yöndeki eleştirilere karşı oldukça hassastırlar. Bu nedenledir ki kendilerinin başkaları üzerinde bıraktıkları etkilerin farkına varmakta zorlanmamaktadırlar. Bunun aksine büyüklenmeci narsistik kişilik örüntüsü sergileyen kişiler bu durumun farkında olmayabilirler. Çevreleri tarafından istenmedikleri veya hoş

karşılanmadıkları durumlarda kendileriyle ilgili üstünlük fikirleri ile bu gibi durumlarda olumsuz duyguları hissetmiyor veya onlarla başa çıkabiliyor olmaları muhtemeldir.

Duygularını düzenlemede, durum veya ortam şartlarına göre işlevsel hale getirmede 'farkındalık' önemli ve üzerinde durulması gereken bir konu olmaktadır. Başkalarının düşüncelerine ve duygularına gösterilmeyen özen, kendini empati yoksunluğu olarak ortaya çıkarmaktadır. Büyüklenmeci özelliklerden biri olan empati kuramama duyguların fark edilmesini engellemekte ve ortada düzenlenecek işlevsiz bir duygu olmadığı düşüncesini ortaya çıkarabilmektedir. Böylece büyüklenmeci özelliklere sahip kişiler hem ölçek maddelerini okuduklarında hem de sosyal hayatlarında böyle bir güçlük yaşamadıklarını düşünme eğilimi gösterebilirler. Her zaman haklı durumda olan ve hak iddia etmede bir sorun görmeyen kişiler için hayatlarını zorlaştıran duyguların varlığı görünmez bir hale gelebilir. Duyguları fark etmek, duyguları düzenlemenin ön koşulu olarak ele alındığında; araştırma bulguları ile de paralel bir şekilde büyüklenmeci narsist eğilimi olan kişilerin duygu düzenlemede daha az güçlük yaşamaları beklenebilmektedir.

Sosyal medya uygulamaları binlerce ve hatta milyonlarca kişiye erişilebilen, iletişim kurmak için gerekli tüm koşulları sağlayan ve kolaylaştıran mecralar haline gelmektedir. Bireylerin kendilerini ve hayatlarını sergilemeye günbegün daha çok alıştığı bu ortamlarda rekabet, kıyas ve üstün olma çabası da görülür bir hal almaktadır. Bu araştırma bulgularına göre büyüklenmeci narsist kişilik özellikleri sosyal medya bağımlılığı ile bağlantılı düşünce davranışlar üzerinde etkili bulunmamıştır. Büyüklenmeci narsist kişilerde benlik saygısının kırılan narsizmdekine göre çok daha yüksek olduğu çalışmalarda bahsedilmektedir (Zeigler- Hill ve ark., 2008). Büyüklenmeci narsist eğilimi olan kişiler doğası gereği kendilerini başkalarından üstün görmektedir. Bu nedenle sosyal medya gibi bir aracıya ihtiyaçları, sanılanın aksine, olmayabilir. Kendilerini sosyal medya kullanan kitleler ile aynı kefedede görmemeleri ve hatta sosyal medyayı hiç kullanmayıp popüler uygulamalardan uzak kalarak farklılık çabası içinde oldukları bile varsayılabilir. Başkalarının hayatlarına olan kayıtsızlık düşüncelerinin, sosyal medya kullanımının arttığı son yıllarda sosyal medya kullanmayarak, altını çizmek cazip bir durum gibi görünmektedir. Açık veya büyüklenmeci narsist kişiler aynı zamanda girişken bireyler olarak da bilinmektedir. Çok fazla insan tanımalarına rağmen gerçek ve samimi ilişkiler kurmaktan uzak durmakta veya başaramamaktadırlar. Bu durum yine üstünlük fikirleri ve empati yoksunluğu nedenleri ile

açıklanabilmektedir. Bu söylenenlerin aksine kırılğan narsist kişilik özelliklerine sahip bireyler de üstünlük fikirlerine sahiptirler.

Örtük veya çekingen kişiler olarak da bilinen kırılğan narsistler kendilerinin başka insanlar üzerinde bıraktıkları etkinin oldukça farkındadırlar. Ve bunun yanında başkalarından gelecek veya gelme ihtimali olan onay cümlelerine ihtiyaç duymaktadırlar. Farkında oldukları başka düşünceleri onay arama ihtiyacı ile birlikte manipüle edebilirler. Başkalarının fikirlerindeki onaysızlık veya olumsuzluktan, büyükenmecilerin aksine, oldukça etkilenmektedirler. Çekingenlik kırılğan narsistlerin bir özelliği olarak düşünülmektedir. Dış dünyadaki beklentileri karşılanmadığı durumlarda kırılğan narsist bireyler kendi kabuklarına çekilme ve başka hayatları izleyerek kendilerinin haksızlığa uğradığı ve acı çektikleri yönünde düşüncelere kapılabilirler. Bu düşüncelere ek olarak kendileri ile ilgili yüksek beklentilerini gerçekleştirmek ve yalnızlık hissini giderilmesi için sosyal medya kendilerini istedikleri gibi gösterebilecekleri ve beğenilme, konuşulan kişi olma vb. arzularını gerçekleştirebilecekleri bir mecra şekline dönüşmektedir.

Büyükenmeci narsist kişiler kendileri ile oldukça ilgili iken kırılğanlarda bu durum tersi bir şekilde dışa yönelmiştir ve kırılğan kişilerin dikkatleri dış dünyadaki başka kişiler üzerine yönelmiştir (Gabbard, 1989). Buradan hareketle sosyal medyanın bize sunduğu başka kişilere ait hayatlara büyükenmeci narsist kişilerin ilgi duymaması olasıdır.

Alanyazındaki bilgiler de göz önüne alındığında, kırılğan ve büyükenmeci narsistler için şunlar söylenebilir; görünüşe bakıldığında başkalarının duygularını önemsemeyen, ve başka hayatları merak etmeyen büyükenmecilerin aksine onay arama davranışında bulunan ve başkalarının fikirlerine karşı oldukça hassas, alıngan ve kaygılı olan kırılğan narsistlerin uyum sağlama istekleri veya mecburiyetleri de fazla olmaktadır. Başkaları ile aynı yönde olmak çevresi tarafından onaylanma olasılığını yükseltebilir. Bu neden ile sosyal medyadaki arkadaşları ve arkadaş olma ihtimali olan tüm kişiler tarafından sanal ortamda benzer paylaşımlarda bulunarak veya popüler başlıkları takip ederek başkalarından bekledikleri onay ve kabulü göreceklarine yönelik düşünceleri pekişebilmektedir.

Kırılğan narsisizmin büyükenmeci narsisizmin aksine uyumsuz düşünce yapıları ile ilişkilendirilmesi alanyazında da birçok çalışmada bahsedilen bir konudur (Rose, 2002). Kırılğan narsist kişiler yüksek beklentilerine karşın kendileri ve başka insanlar ile ilgili farkındalıkları büyükenmeci kişilere daha fazladır. Duygu yüklü olaylardan

büyüklenmeciler kadar kolay kaçınamayabilmektedirler. Bu nedenle duygularını düzenlemede güçlük yaşamaları beklenen bir sonuç olmaktadır. Kırılgan narsistik örüntülerin düzeyindeki artışın duygu düzenlemedeki zorlukların artışına sebep olması araştırma hipotezini destekler niteliktedir.

Duygularını uyumsuz bir şekilde düzenleme eğiliminde olan kırılganların büyüklenmecilere göre daha fazla bilişsel çarpıtma yapmaları sürpriz bir sonuç değildir. Ek olarak kırılgan narsistlerde görülen yüksek kaygı düzeyi bilişsel süreçlerde çarpıklıkları tetikleyebileceği düşünülmektedir.

SONUÇ

Bu tez çalışmasında sosyal medya bağımlılığına giden yol için iki ayrı model sınanmıştır. 1. modelde, büyüklenmeci narsistik kişilik örüntülerinin sosyal medya bağımlılığına yönelik düşünce ve davranışları yordamasında duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracı rolü incelenmiştir. Yapılan aracı model analizi sonuçlarına göre büyüklenmeci narsistik özelliklerin bireylerde sosyal medya bağımlılığına yönelik davranışları tetiklemediği görülmüştür. Model 1 için anlamsız çıkan sonuçlar alanyazındaki bazı çalışmalar ile uyum içinde iken bazı çalışmalar ile ters düşmektedir. Büyüklenmeci narsist bireylerin yaşadığı olumsuz yaşam olaylarında kendi öz benliklerini korumak adına geliştirdikleri savunma mekanizmalarını (üstünlük hissi, kabul etmemek veya başkalarının düşüncelerini yok sayma vb.) korudukları düşünülmektedir. Bu nedenle büyüklenmeci kişiler yaşadıkları duygu yüklü durumlarda duygularını kontrol etme, düzenleme veya işlevsel hale getirmekte anlamlı derecede bir sorun yaşamadıkları düşünülmektedir.

Bu varsayımlara ek olarak büyüklenmeci narsist kişiler için tanımlanan üstünlük, otorite, hak iddia etme, kendine yeterlilik, teşhircilik ve sömürücülük gibi altı kavram da göz önüne alındığında bilişsel hataların narsist kişiler ile ilişkili olduğu düşünülmüştür. Düşünülen modelde alanyazında görülen ve kuramsal çerçevede bahsedilen bilişsel çarpıtmaların kişilik bozuklukları üzerindeki etkilerinden yola çıkılarak anlamlı ilişkiler beklenmiştir. Ancak yine araştırmanın sınırlılıkları kısmında bahsedilen örneklem seçimi gibi nedenlerden dolayı mevcut çalışmada büyüklenmeci narsist kişilik örüntülerinin bilişsel çarpıtmalara neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine de başka çalışmalarda daha belirli örneklem ile daha detaylı analiz süreçleri yürütüldüğünde sonuçların farklılaşabileceği düşünülmektedir.

Bu tez çalışmasında sınanan ikinci model (Model 2), aracı ve bağımlı (yordanan) değişken sabit kalarak, kırılman narsistik kişilik örüntüleri ile sosyal medya bağımlılığını yordamak amacıyla duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracı rolleri incelenmiştir. Model 1'in aksine kırılman narsistik kişilik örüntülerinin sosyal medya bağımlılığına yol açabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Kırılman narsistlerin başkalarına duydukları ihtiyacın (onay alma, kabul görme vb.) uyum davranışlarına yol açabileceği ve bu nedenle sosyal medya kullanım oranını artırabileceği düşünülmektedir. Yine başka

çalışmalarda kırılğan narsizm ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiler daha ayrıntılı bir şekilde incelenerek sonuçların güvenilirliği test edilebilir.

Model 2 için kırılğan narsistik kişilik özelliği sergileyen kişilerin yaşadıkları duygu yüklü olaylar karşısında duygularını kontrol etme ve düzenlemede büyüklenmeci kişilere göre daha fazla zorlandıkları bulunmuştur. Bu bulgudan hareketle kırılğan kişilerin sosyal ilişkilerinde karşılarındaki kişilerin duygularına, düşüncelerine daha çok odaklandığı ve olumsuz bir durum karşısında daha hassas ve kaygılı tavırlar sergileyebilecekleri söylenebilir.

Bu sonuçlara ek olarak kırılğan narsist kişilik özellikleri ile bilişsel çarpıtmaların da ilişkili olduğu görülmektedir. Bilişsel süreçlerdeki düşünme hatalarının kişilik bozukluklarına yol açabileceğini söyleyen çalışmalar ile de bu sonuç desteklenmektedir.

Duygu düzenlemede yaşanan güçlükler ile paralel olarak ortaya çıkan kaygı kırılğan kişileri hatalı düşüncelere ve bilişsel çarpıtmalara yönlendiriyor olabilir. Mevcut çalışmada narsizmin iki boyutunun sosyal medya bağımlılığına giden yolda ne gibi farklılıklar yaşadığı anlatılmaya çalışılmıştır. İki model arasındaki farka bakılarak büyüklenmeci ve kırılğan narsistik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığı ve aracı değişkenler ile ilgili farklı sonuçlar elde edilmesi İki Modelin Karşılaştırılması başlığı altında ayrıntılandırılmıştır. Yapılacak başka çalışmalarda kırılğan narsistlerin diğer bağımlılık türleri ile de ilişkileri incelenerek daha kapsamlı sonuçlara ulaşılabilir. Ayrıca kırılğan ve büyüklenmeci narsizme özgü değişiklikler bu gibi çalışmalar alanyazına narsistik kişilik bozuklukları ile ilgili görülmeyen farklılıkları ortaya çıkararak katkı sağlayabilir.

5.1. Sınırlılıklar, Gelecek Çalışmalar ve Klinik Uygulamalar için Öneriler

Bu tez çalışmasının alanyazına ve uygulama çalışmalarına katkılarının yanı sıra sınırlılıkları da bulunmaktadır. Araştırma modeli oluşturulurken yazar narsistik kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığına etkisini ve iki narsizm boyutunun arasında olabilecek farkları incelemek istemiştir. İlgili alanyazında narsistik kişilik özelliklerinin büyüklenmeci ve kırılğan olarak ikiye ayrıldıkları ve iki özelliğin de kendi içerisinde çok farklı olup etkiledikleri ve etkilendikleri değişkenlerin değiştiği yapılan geçmiş çalışmalarda

görülmektedir. Duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların psikolojide birçok bozuklukta etkisi tartışmasızdır. Nitekim bu çalışmanın aracı değişkenleri olan duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların sosyal medya bağımlılığı üzerinde de anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip oldukları gözlenmiştir.

Araştırma verileri çevrimiçi olarak twitter, facebook, intagram gibi sosyal medya aracılığı ile toplanmıştır. Bu durumda kişilerin ölçek maddelerini yanıtladıkları ortam ve şartlar kontrol edilememiştir. Cevapların dürüst bir şekilde verilmesi her çalışmada büyük önem taşımaktadır. Ölçeklerin özbildirim şeklinde doldurulması katılımcıların kendilerini farklı göstermek istemelerine sebep olmuş olabilir. Burada özellikle narsistik kişilik özelliklerine yönelik sorularda kişilerin kendilerini olduklarından farklı bir şekilde gösterme eğilimleri artmış olabilir.

Gelecek çalışmalarda örneklem seçimi büyükenmeci narsistik eğilim gösteren kişiler ile sınırlanır ise sonuçların sosyal medya bağımlılığı için değişebileceği öngörülmektedir. Özellikle 'Teşhir' alt boyutu ile ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

15-65 arası değişen katılımcı yaşları teknoloji konusunda farklı düşüncelere sahip birçok kişinin araştırmaya katıldığını göstermektedir. Sosyal medyalarda geçirilen çevrimiçi zaman, alanyazında yapılan diğer çalışmalara bakıldığında, genç nüfusta artış göstermektedir. Bu çalışmadaki orta yaştaki katılımcıların nüfus yoğunluğu sosyal medya kullanımındaki amaçların da kişilik özellikleri değil iş, aile vb nedenlerden dolayı olabileceğini düşündürmektedir.

Diğer bir sınırlılık tüm ölçeklerin her bir katılımcıya belirli bir zamanda sunulması ve katılımcıların ölçekler bitene kadar soruları cevaplamak zorunda olması olabilir. Özellikle bilişsel çarpıtmalar ölçeğindeki soruların uzunluğu kişilerde sıkılma veya doğru bir şekilde okumamaya sebep olmuş olabilir.

Yapılan araştırmadan yola çıkarak gelecekte yapılacak benzer çalışmalarda, örneklem daha geniş ve yaş aralığı kısa tutularak daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilir. Günümüzde çok sayıda kişiye ulaşmak için çevrimiçi ölçek dağıtımı oldukça fazla tercih edilmekte ancak ortam ve kişileri biraz dahi olsa kontrol edebilmek ve yüzyüze dağıtılan ölçekler gelecek çalışmalar için önerilebilir. Ek olarak sosyal medya bağımlılığı ve narsizm boyutları ile yapılacak ileriki çalışmalarda daha kapsamlı analizler ile bu çalışmadaki sonuçlara eklemeler yapılabilir.

Klinik alanda sosyal medya bağımlılığı ile giderek daha fazla karşılaşacağımız alanyazında da belirtildiği şekilde aşikardır. Sosyal medyayı planladıklarından uzun süreler kullanan ve bu nedenle iş, aile veya sosyal hayatlarında sorun yaşayan kişiler ile karşılaştığımızda davranışsal düşünmek ve davranışsal önlemler almadan önce kişinin karakteristiklerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Kişilerin duygu düzenleme becerileri ve bilişsel çarpıtmalarının yönlerini belirlemek sosyal medya bağımlılığını tedavide klinik uygulamalarda bizlere yardımcı olabilir. Bunlara ek olarak klinik alandaki narsistik görünümlerin değişikliklerine daha fazla vakıf olmak ve yapılacak çalışmalarda bu farkı destekleyecek bulgulara erişebilmek hem tedavi hem art alan çalışmaları için oldukça önem taşımaktadır. Sosyal medya bağımlılığına giden yol için kırılgan ve büyülenmeci birey özelliklerinin hangi yönleriyle bağımlı davranışa itilebilecekleri de önemli çıkarımlardandır. İki narsizm boyutu diğer bağımlılık türleri ile çalışılarak daha da kapsamlı bir şekilde ele alınabilir. Yakın geçmişe kadar tek boyut (büyülenmeci) olarak bilinen narsizm için kırılgan boyutunun daha iyi tanınması, biliş ve duygu süreçlerinin ayrıntılandırılmasının klinik alanda işlevsel olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Akın, İ. (2014). *Relationship of problematic internet use with alexithymia, emotion regulation, and impulsivity*. Doctoral dissertation, Bahçeşehir University Social Sciences Institute.

Aktaş, A. ve Şahin, M. (2018) Narsisistik özellik, öz-şefkat ve duygu düzenleme güçlüğü arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(6), 362-374.

Alabi, O. F. (2013). A survey of Facebook addiction level among selected Nigerian university undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70–80.

Aldao, A., Nolen-Hoeksema, S., ve Schweizer, S. (2010) Emotion-regulation strategies across psychopathology: a meta-analytic review. *Clin Psychol Rev*, 30, 217- 37

Ames, D. R., Rose, P. ve Anderson, P.C. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism, *Journal of Research in Personality*, 40, 440-450.

Andreassen, C., S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110, 501-517.

Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Gjertsen, S. R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of behavioral addictions*, 2(2), 90-99.

Andreassen, C.S. ve Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–61.

Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2016). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*. 10.1016/j.addbeh.

Andreassen, C. S. Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293.

Ardanış, P. (2017). *Bilişsel çarpıtmalar Ölçeği'nin Türçeye uyarlanması geçerlik ve güvenilirlik çalışması*. Master's thesis, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

Asbury, T. ve Hall, S. (2013). Facebook as a mechanism for social support and mental health wellness. *PSI CHI Journal of Psychological Research*, 18(3), 124-129.

Atay, S. (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye Standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 181-196.

Bakken, I. J., Wenzel, H.G. ve Gotestam, K. G. (2009) Internet addiction among Norwegian adults: A stratified probability sample study. *Scand Journal Psychology*, 50: 121-7.

Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., ve Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS ONE*, 12(1), e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839> .

Bayrak, H. (2020). Dünyada İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri. <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> sayfasından alınmıştır.

Beard, K.W. (2001). Modification in the proposed diagnostic criteria for internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 4: 377-383.

Beck, A. T. Rush, A. J. ve Shaw, B. F. (1979). Cognitive therapy of depression. *New York: Guilford Press*.

Beck, J. S. (2005). Cognitive therapy for challenging problems: What to do when the basics don't work. New York: Guilford.

Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S. ve Bergman, J. Z. (2011). Millenials, narcissim and social networking: what narcissist do on social networking sites and why? *Personality and Individual Differences*, 50, 706-711.

Berking, M. ve Znoj, H. (2008). *Entwicklung und Validierung eines Fragebogens zur standardisierten Selbsteinschätzung emotionaler Kompetenzen* [Development and validation of a self-report measure for the assessment of emotion-regulation skills]. *Z Psychiatrie Psychol Psychother*, 56:141-152.

Bergman, S. M., Ferrington, M. E., Davenport, S. W. ve Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50(5), 706-711.

Bilgin, M. ve Doğrusever, C. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bilişsel Hatalar İlişkisi. *ERPA*, 645.

Bolger, N. ve Schilling, E. A. (1991). Personality and the problems of everyday life: The role of neuroticism in exposure and reactivity to daily stressors. *Journal of Personality*, 59(3), 355-386.

Bosson, J. K., Lakey, C. E., Campbell, W. K., Zeigler-Hill, V., Jordan, C. H. ve Kernis, M. H. (2008). Untangling the links between narcissism and self-esteem: A theoretical and empirical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(3), 1415-1439.

Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K. ve Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific internet-use disorders: An interaction of person-affect-cognition-execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252–266

Buffardi, E. L. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (9. baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık.

Byun, S., Ruffini, C., Mills, J. E., Douglas, A. C., Niang, M., Stepchenkova, S., Lee, S. K., Loutfi, J., Lee, J. K., Atallah, M. ve Blanton, M. (2009). Internet addiction: Metasynthesis of 1996-2006 quantitative research. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(2), 203-207.

Cabral, J. (2008). Is generation Y addicted to social media. *Future of children*, 18, 125.

Campbell, W. K., ve Foster, C. A. (2002). Narcissism and commitment in romantic relationships: An investment model analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(4), 484-495.

Campbell, K. W. ve Foster, J., D. (2007). *The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies*. In C. Sedikides, & S. Spencer, (115-138). New York: Psychology Press.

Campbell, W. K., ve Miller, J. D. (2013). Narcissistic personality disorder and the five-factor model: Delineating narcissistic personality disorder, grandiose narcissism, and vulnerable narcissism. *Personality disorders and the five-factor model of personality*, (133-145). Washington, DC, US: American Psychological Association.

Canas, J.J., Quesada, F.J., Antoli, A. ve Fajardo, I. (2003). Cognitive flexibility and adaptability to environmental changes in dynamic complex problem-solving tasks. *Ergonomics*, 46(5), 482-501.

Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computer in Human Behavior*, 18, 553-575.

Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic internet use. *Journal of Communication*, 55(4), 721-736.

Casale, S., Caplan, S. E. ve Fioravanti, G. (2016). Positive metacognitions about Internet use: The mediating role in the relationship between emotional dysregulation and problematic use. *Addictive Behaviors*, 59, 84-88.

Casale, S. ve Fioravanti, G. (2018). Why narcissists are at risk for developing Facebook addiction: The need to be admired and the need to belong. *Addictive Behaviors*, 76, 312-318.

Cash T. F. (1984). "The Irrational Beliefs Test: Its Relationship With Cognitive-Behavioral Traits and Depression" *Journal of Clinical Psychology*, 6(40).

Ceyhan, A. A. ve Ceyhan, E. (2008). Loneliness, depression, and computer self-efficacy as predictors of problematic internet use. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(6), 699–701

Chou, C., Condon, L. ve Belland, J. C. (2005). A review of the research on internet addiction. *Education Psychological Review*, 4, 363-388

Colwell J ve Kato M. (2003). Investigation of the relationship between social isolation, selfesteem, aggression and computer game play in Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology*, 6, 149-158.

Correa, T., Hinsley, A. W. ve De Zuniga, H. G. (2009). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.

Correa, T., Hinsley, A. W. ve Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247-253.

Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1992). Four Ways the Five Factors Are Basic. *Personality and Individual Differences*, 13, 653-665.

Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1995). Domains and Facets: Hierarchical Personality Assessment Using The Revised Neo Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, (64)1, 21-50.

Covin, R., Dozois, D. J., Ogniewicz, A. ve Seeds, P. M., (2011). Measuring Cognitive Errors: Initial Development of the Cognitive Distortions Scale (CDS). *International Journal of Cognitive Therapy*, 4(3), 297-322.

Correa, T., Hinsley, A. W. ve De Zuniga, H. G., (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247-253.

Craparo, G. (2011). Internet addiction, dissociation, and alexithymia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 1051-1056.

Çakmak, V. (2018). Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 9(30).

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

Dalı, A. B. ve Dalı, B. B. Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma.

Davis R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computer Human Behavior*; 17(187-195).

Dempsey, M. T. (1996). *Coping and emotional regulation strategies in early adolescence: relationship to behavioral functioning*. Unpublished Doctor Dissertation. Texas University.

Demirkapı, E. Ş. (2014). *Çocukluk çağı travmalarının duygu düzenleme ve kimlik gelişimine etkisi ve bunların psikopatolojiler ile ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Derryberry, D. ve Rothbart, M. K. (1988). Arousal, affect, and attention as components of temperament. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 55(6), 958.

Di Pierro, R., Di Sarno, M. ve Madeddu, F. (2017). Investigating the relationship between narcissism and emotion regulation difficulties: the role of grandiose and vulnerable traits. *Clinical Neuropsychiatry*, 14(3), 209-215

Dodge, K.A. (1991). *Emotion and social information processing*. The development of emotion regulation and dysregulation. New York: Cambridge University Press.

Dodge, K.A. ve Garber, J. (1991). Domains of emotion regulation. The development of emotion regulation and dysregulation, *New York: Cambridge University Press*, (3-11).

Dumazedier, J. (1977). A revolução cultural do lazer nos centros urbanos. *Cadernos de lazer*. São Paulo: Sesc/Brasiliense, 1, 43.

Dünyada İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri 2. Çeyrek Raporu. <https://dijilopedi.com> adresinden alınmıştır.

Ecirli, H. ve Ogelman, H.G. (2015). Beş-altı yaş çocukları için duygu düzenleme stratejileri ölçeği'nin geçerlik güvenirlik çalışması. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(13), 85-100.

Eldoğan, D. (2016). Hangi Narsizm? Büyüklenmeci ve Kırılgan Narsizmin Karşılaştırılmasına İlişkin Bir Gözden Geçirme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(37), 1-10.

Elhai J., Levine J., Dvorak RD, ve Hall B. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Comput Human Behav*, 63,509-516.

Ellis, A. (1963), *Reason and Emotion In Pschotherapy*. NJ: LyleStuart.

Esen, K. N. (2007). *Akran baskısı ve algılanan sosyal destek değişkenlerine göre, ergenlerde internet bağımlılığının yordanması. Ülkemizde bağımlılıkla ilgili gelişmeler içinde* (ss.1- 9). I. Uluslararası Bağımlılık Kongresi, İstanbul.

Estevez, A., Jáuregui, P., Sanchez-Marcos, I., López-González, H. ve Griffiths, M. D. (2017). Attachment and emotion regulation in substance addictions and behavioral addictions. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 534-544.

Fair, Stephen E. (1986). *"Cognitive Content and Distortion Associated with Mood-Induced Depressive and Anxious States"*. Arizona: Arizona State University.

Fonagy, P. ve Bateman, A., (1999). Effectiveness of partial hospitalization in the treatment of borderline personality disorder: a randomized controlled trial. *American Journal of Psychiatry*, 156, 1563–1569.

Foster, J. D. ve Trimm, R. F. (2008). On being eager and inhibited: narcissism and approach-avoidance motivation. *Society for Personality and Social Psychology*, 34(7), 1004-1017.

Franklin, T. ve van Harmelen, M. (2007). Web 2.0 for content for learning and teaching in higher education. JISC Report. <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/digitalrepositories/Web2content-learning-and-teaching.pdf> sayfasından alınmıştır.

Freud, S. (1914). *Narsisizm Üzerine ve Scherber Vakası*, (Çeviri: Mustafa Atakay), 2. Baskı, Metis Yayınları, İstanbul, 2006.

Gabbard, G. O. (1998). *Transference and countertransference in the treatment of narcissistic patients*. E. Ronningstam (Ed.), Disorders of narcissism: Diagnostic, clinical, and empirical implications, (125–145). Washington DC: American Psychiatric Press.

Grant, J. E., Potenza, M. N., Weinstein, A. ve Gorelick, D. A. (2010). Introduction to behavioral addictions. *The American journal of drug and alcohol abuse*, 36(5), 233-241.

Gratz, K. L. ve Roemer, L. (2004). Multidimensional assessment of emotion regulation and dysregulation: Development, factor structure, and initial validation of the difficulties in emotion regulation scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26(1), 41-54.

Graziano, W.G., Jensen-Campbell, A.L. ve Hair, C.E. (1996). Perceiving Interpersonal Conflict and Reacting to it: The Case for Agreeableness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 820- 835.

Griffiths, M.D. (2005). A componets model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, (10)191–7.

Griffiths, M. D., Kuss, D. J. ve Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. In Behavioral addictions. *Criteria, evidence, and treatment* (pp. 119-141). New York: Elsevier.

Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), e188.

Gross, J., Richards, M. ve John, O. P. (2006). Emotion regulation in everyday life. D. K. Snyder, A. Simpson, & N. Hughes (Eds.), *Emotion regulation in couples and families: Pathways to dysfunction and health içinde* (13-35). Washington, DC: American Psychological Association.

Haug, S., Castro, R. P., Kwon, M., Filler, A., Kowatsch, T. ve Schaub, M. P. (2015). Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(4), 299-307.

Hendin, H. M., ve Cheek, J. M. (1997). Assessing hypersensitive narcissism: A reexamination of Murray's Narcism Scale. *Journal of Research in Personality*, 31(4), 588-599.

Himle, D. Thayer ve J.D. Papsdorf. (1982). Relationships Between Rational Beliefs and Anxiety. *Cognitive Therapy and Research*, 219-223.

Holden, C. (2001). Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, 294 (5544), 980-982.

Horney, K. (1939). *New ways in psychoanalysis*. New York, NY: Horton. <http://www.verlaine.pro.br/txt/horney-new-ways.pdf> uzantısından alınmıştır.

Horton, R. S., Reid, C. A., Barber, J. M., Miracle, J. ve Green, J. D. (2014). An experimental investigation of the influence of agentic and communal Facebook use on grandiose narcissism. *Computers in Human Behavior*, 35, 93–98.

Horzum, M. B. (2016). Examining the relationship to gender and personality on the purpose of Facebook usage of Turkish university students. *Computers in Human Behavior*, 64, 319–328.

ICD-10 (1992). *Ruhsal ve Davranışsal Bozukluklar Sınıflandırması*, Dünya Sağlık Örgütü. Çev: Öztürk, O., Uluğ, B. Türkiye Sınır ve Ruh Sağlığı Derneği, Ankara, 1993.

Jackson, L. A., Alexander, E., Biocca, F. A., Barbatsis, G., Fitzgerald, H. E. ve Zhao, Y. (2003). Personality, cognitive style, demographic characteristics and internet use. Findings from the HomeNetToo project. *Swiss Journal of Psychology*, 62, 79-90.

Jafarkarimi, H., Sim, A. T. H., Saadatdoost, R. ve Hee, J. M. (2016). Facebook addiction among Malaysian students. *International Journal of Information and Education Technology*, 6(6), 465–469

Karaca, M. (2007). *Sosyolojik Bir Olgu Olarak İnternet Gençliği: Elazığ Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Elazığ: FÜ. SBE.

Kayri, M. ve Günüç, S. (2016). Yüksek ve düşük sosyoekonomik koşullara sahip öğrencilerin internet bağımlılığı açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 165-183.

Kernberg, O.F. (1975). *Sınır Durumlar ve Patolojik Narsisizm*: çev:Mustafa Atakay, Metis, 1999.

Kernberg, O. (1999). *Sınır Durumlar ve Patolojik Narsisizm*. (Çev. M. Akay). Metis Yayınları, İstanbul.

Kınık, Ö. (2015). *Üniversite öğrencilerinin akademik erteleme davranışları ile fonksiyonel olmayan tutumları, depresyon düzeyleri ve benlik saygıları arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

Kim, W., Jeong, O. R. ve Lee, S. W. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.

King, A.L., Valena, A. ve Nardi, A.E. (2010). Nomophobia: The mobile phone in panic disorder with agoraphobia: Reducing phobias or worsening of dependence? *Cogn. Behav. Neurol*, 23, 52–54.

Kirschner, P. A. ve Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6).

K.N. Ochsner ve J. J. Gross., (2005). The cognitive control of emotion. *Trends Cognitive Science* (5), 242-249.

Koole, T. (2010). Displays of epistemic access: Student responses to teacher explanations. *Research on Language and Social Interaction*, 43(2), 183-209

Köroğlu, O. ve Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. Yeni Medya Kongresi, Kocaeli.

Krystal, H. (1998). Affect regulation and narcissism: Trauma, alexithymia, and psychosomatic illness in narcissistic patients.

Kubey R., Lavin M. ve Barrows J. (2001). Internet use and collegiate academic performance decrements: Early findings. *Journal of Communication*, 51(2), 366-382.

Kuss, D. ve Griffiths, M. (2011). Excessive online social networking: Can adolescents become addicted to Facebook? *Education and Health*, 29 (4), 68-71.

LaRose R, Kim J, Peng W. (2010). Social networking: addictive, compulsive, problematic, or just another media habit. In: Papacharissi Z, editor. A networked self: identity, community, and culture on social network sites. *New York (NY): Routledge*, 59–81.

Levine, I., Stokes, J. P. (1986). An examination of the relation between individual difference variables to loneliness. *Journal of Personality*, 54. 717-733.

Levy, K., Ellison, W. ve Reynoso, J. (2012). A historical review of narcissism and narcissistic personality. *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder*, 3-13.

Lin L.Y., Sidani, J. E., Shensa. A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M. ve Primack, B. A. (2016). Association between Social Media Use and Depression Among U.S. Young Adults. *Depression and Anxiety*, 33, 323–331.

Linehan, M. (2014). *Rationale for dialectical behavior therapy skills training. Skills Training Manual for Treating Borderline Personality Disorder*, New York: Guilford Press, 3-13.

Lopez Fernandez, O. (2018). Generalised versus specific internet use-related addiction problems: A mixed methods study on internet, gaming, and social networking behaviours. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 15, 2913.

Machimbarrena, J.M. (2019). González-Cabrera, J. Ortega-Barón, J. Beranuy-Fargues, M., Álvarez-Bardón, A. ve Tejero, B. Profiles of problematic internet use and its impact on adolescents' health-related quality of life. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 16, 20.

Marengo, D., Poletti, I. ve Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addict. Behav.* 102, 106150.

Mayhew, R. ve Edelman, R. (1989). "Self Esteem Irrational Beliefs and Coping Strategies in Relation to Eating Problems in a Non-Clinical Population". *Personality and Individual Differences*. 5,10 581-584.

Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13(4), 357– 364.

Morahan-Martin J, Schumacher P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computer-Human Behaviour*, 16, 13-29.

Munno, D. ve Cappellin, F. (2017). Internet addiction disorder: Personality characteristics and risk of pathological overuse in adolescents. *Psychiatry Res.*, 248, 1–5.

Ochsner, K. N. ve Gross, J. J. (2005). The cognitive control of emotion. *Trends in cognitive sciences*, 9(5), 242-249.

Ofcom Office of Communications (2008). *Social Networking A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use*, Research Document, 1(69).

Olowu, A. O. ve Seri, F. O. (2012). A study of social network addiction among youths in Nigeria. *Journal of Social Science and Policy Review*, 4(1), 63–71.

Onat, O. ve Otrar, M. (2010). Bilişsel duygu düzenleme ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları.

Ostovar, S., Allahyar, N., Aminpoor, H., Moafian, F., Binti, M. ve Griffiths, M.D. (2016). Internet addiction and its psychosocial risks (depression, anxiety, stress and loneliness) among Iranian adolescents and young adults: A structural equation model in a cross-sectional study. *Int. J. Ment. Health Addict*, 14, 157

Papacharissi Z. ve Mendelson A. (2010). 12 Toward a new (er) sociability: uses, gratifications and social capital on Facebook. *Media perspectives for the 21st century*, 212.

Park, S.K., Kim, J.Y. ve Cho, C.B. (2008). Prevalence of Internet addiction and correlations with family factors among South Korean adolescents. *Adolescence*, 43(172); 895-909.

Pawlak, C. (2002). Correlates of Internet use and addiction in adolescents. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities & Social Sciences*, 63(5-A), 1727.

Pelling, E. L., Behav, B. ve White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites. *Cyberpsychol Behav*, 12. 755–759.

Peris, M. Maganto, C. ve Garaigordobil, M. (2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: Fiabilidad y validez (ERA-RSI) [Scale of risk of addiction to medias and Internet for adolescents: Reliability and validity (ERA-RSI)]. *Rev. Psic Clin. con Niños y Adolesc*, 5052, 30–36.

Pfeil, U., Arjan, R. ve Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking a study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in Myspace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643-654.

Pincus, A. L., Ansell, E. B., Pimentel, C. A., Cain, N. M., Wright, A. G. Ve Levy, K. N. (2009). Initial construction and validation of the pathological narcissism inventory. *Psychological assessment*, 21(3), 365.

Pollock, N. C., McCabe, G. A., Southard, A. C. ve Zeigler-Hill, V. (2016). Pathological personality traits and emotion regulation difficulties. *Personality and Individual Differences*, 95, 168–177.

Raskin, R. N. ve Terry, H. (1988). A principal- components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890- 902.

Raskin, R. ve Hall, T. (1988). “A Principal-Component Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of its Construct Validity”, *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, pp. 151–161.

Ricketts T, Macaskill A. (2003). Gambling as emotion management: Developing a grounded theory of problem gambling. *Addict Res Theory* 11:383-400.

Rogers, E.(2003). Diffusion of innovations. *Free Press*, New York.

Ronningstam, E. F. (2005). *Identifying and understanding the narcissistic personality*. New York, NY: Oxford University Press.

Ronningstam, E. (2010). Narcissistic personality disorder: a current review. *Current Psychiatry Reports*, 12(1), 68-75.

Rose, P. (2002). The happy and unhappy faces of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 33(3), 379-392.

Rosenthal, S. A. ve Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic leadership. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 617–633.

Rozenblatt, S. (2002). *In Defence of Self: The relationship of Self- Esteem and Narcissim to Aggressive Behavior*. Long Island University, Psychology, Yayınlanmış Doktora Tezi, USA.

Rubin, A. M. (1993). Audience activity and media use. *Communications Monographs*, 60(1), 98–105

Rugancı RN ve Gençöz T. (2010). Psychometric properties of the difficulty of emotion regulation scale in a Turkish sample. *Journal of Clinical Psychology*, 66(4), 442-55.

Ryan T, Chester A, Reece J, ve ark. (2014). The uses and abuses of Facebook: a review of Facebook addiction. *J Behav Addict.* 3:133–148

Sanders, C. E., Field, T. M., Diego, M., ve Kaplan, M. (2000). The relationship of Internet use to depression and social isolation among adolescents. *Adolescence*, 35, 237-241.

Salim, A. (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 181-196.

Schmidt, L., Dohan, D. Ve Wiley, J. (2002). Addiction and welfare dependency: interpreting the connection. *Social Problems* 49,221–241.

Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M. Ve Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: *Self-Esteem matters. Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 400–416.

Shapira, N. A., Goldsmith, T. D., Keck, P. E., Khosla, U. M. ve McElroy, S. K. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic internet use. *Journal of Affective Disorders*, 57, 267-272.

Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S. ve Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and anxiety*, 17(4), 207-216.

Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Sidani, J. E., Bowman, N. D., Marshal, M. P. Ve Primack, B. A. (2017). Problematic social media use and depressive symptoms among US young adults: A nationally-representative study. *Social Science & Medicine*, 182, 150–157.

Skues, J. L., Williams, B. ve Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2414-2419.

Smith, T. W. (1982). Irrational beliefs in the cause and treatment of emotional distress: A critical review of the rational-emotive model. *Clinical Psychology Review*, 2(4), 505-522.

Socialbakers (2013). Turkey Facebook Statistics. <http://socialbakers.com/facebookstatistics/turkey> web adresinden alınmıştır.

Southam-Gerow, M.A. (2014) *Çocuklarda ve ergenlerde duygusal düzenleme uygulayıcı rehberi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Stanton, K., Rozek, D. C., Stasik-O'Brien, S. M., Ellickson-Larew, S. ve Watson, D. (2016). A transdiagnostic approach to examining the incremental predictive power of emotion regulation and basic personality dimensions. *Journal of abnormal psychology, 125*(7), 960.

Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 14*(1), 523-538.

Şengül, B. Z., Unal, E., Akca, S., Canbolat, F., Denizci, M. ve Bastug, G. (2015). Validity and reliability study for the Turkish adaptation of the Hypersensitive Narcissism Scale (HSNS). *Dusunen Adam, 28*(3), 231.

Taylor, G. J., Bagby, R. M. ve Parker, J. (1997). *Disorders of Affect Regulation: Alexithymia in Medical and Psychiatric Illness*. London: Cambridge University Press.

Tice DM, Bratslavsky E. Ve Baumeister R. (2001). Emotional distress regulation takes precedence over impulse control: if you feel bad, do it!. *Journal Pers Soc Psychoogy, 1* 80:53-67.

Tooby, J. ve Cosmides, L. (1990). The past explains the present: Emotional adaptations and the structure of ancestral environments. *Ethology and Sociobiology, 11*(4-5), 375-424.

Türkçapar, H. (2011). *Bilişsel Terapi, Temel İlkeler ve Uygulama*. Ankara: Hyb Yayıncılık.

Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) (2018). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması. <http://www.tuik.gov.tr> adresinden alınmıştır.

Tull MT, Barret HM, McMillan ES ve Roemer L. (2007). A Preliminary Investigation of the Relationship Between Emotion Regulation Difficulties and Posttraumatic Stress Symptoms. *Behavior Therapy, 38*: 303-313.

Twenge, J.M. ve Campbell, W.K. (2010). *Asrın Vebası: Narsisizm İlleti*. (Çev. Ö. Korkmaz). İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Usluel, Y. K. ve Mazman, S. G. (2009). Sosyal ağların benimsenmesi ölçeği. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama, 8* (15), 139-160.

Üzümcü, E. (2016). *Büyükleme ve kırılma narsisistik kişilik özellikleri ile ilişkili faktörlerin Şema Terapi modeli çerçevesinde incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Vatan, S. ve Kahya, Y. O. (2018). Duygu Düzenleme Becerileri Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 19(2), 192-201.

Yang, B. ve Lester, D. (2003). Liaw's scales to measure attitudes toward computers and the Internet. *Perceptual and motor skills*, 97(2), 384-384.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1, 237-244.

Young, K. ve Rodgers, R. C. (1998). Internet addiction: Personality traits associated with its development. *Paper presented at the 69th Annual Meeting of the Eastern Psychological Association*.

Young, K. S. ve Roger, R. C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 1, 25-28.

Yu, J. J., Kim, H. ve Hay, I. (2013). Understanding adolescents' problematic Internet use from a social/cognitive and addiction research framework. *Computers in Human Behavior*, 29, 2682-2689.

Yudes-Gómez, C. Baridon-Chauvie, D. ve González-Cabrera, J.-M. (2018). Cyberbullying and problematic Internet use in Colombia, Uruguay and Spain: Cross-cultural study. *Comunicar*, 49-58.

Wang, E.S., Chen, L.S., Lin, J.Y. ve Wang, M.C. (2008). The relationship between leisure satisfaction and life satisfaction of adolescents concerning online games. *Adolescence*, 43(169);177-84.

Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A. ve Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on facebook. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 226-234.

Wink, P. (1991). Two faces of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 590-597.

Wilson, K., Fornasier, S. Ve White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173-177.

Wolfradt, U. ve Doll, J. (2001). Motives of adolescents touse the Internet as a function of personality traits, personal and social factors. *Journal of Educational Computing Research*, 24(1), 13-27.

EK 1: KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Tarih: ... /... / 2019

Yaş:

Cinsiyetinizi işaretleyiniz.

Kadın Erkek

Medeni durumunuz nedir? Lütfen işaretleyiniz.

Evli Bekar

Eğitim seviyenizi işaretleyiniz.

İlkokul Mezunu Ortaokul Mezunu Lise Mezunu
 Üniversite Mezunu Yüksek Lisans Mezunu Diğer

Aylık gelirinizin hangi aralıkta olduğunu işaretleyiniz.

0-2000 TL 2000-4000 TL 4000 TL ve üzeri

En sık kullandığınız sosyal medya hangisidir? Lütfen aşağıdaki boş alana yazınız.
(twitter, facebook...)

-

Kaç yaşından beri sosyal medya kullanmaktasınız?

Sosyal medyayı en sık kullanma amacınız nedir? Lütfen aşağıdaki boş alana yazınız.

Herhangi bir psikiyatrik tanınız var mı?

Evet Hayır

Cevabınız ‘evet’ ise tanının ne olduğunu aşağıdaki boş alana yazınız.

Psikiyatrik tanınıza yönelik herhangi bir ilaç kullandınız mı?

Evet

Hayır

EK 2: ONAM FORMU

ONAM FORMU

Bu çalışma Başkent Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi Saime Begüm Dinç tarafından ve Dr. Öğr. Üyesi Esra Güven danışmanlığında yürütülen bir tez çalışmasıdır. Sosyal medya kullanımına ilişkin bazı özelliklerin çeşitli kişilik örüntüleri ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu formu dikkatlice okuyunuz. Cevaplayacağınız ölçeklerde rahatsız edici herhangi bir madde bulunmamakla birlikte, rahatsızlık hissederseniz araştırmayı yarıda bırakabilirsiniz. Verilerin kullanılabilmesi için boşluk bırakmadan tüm maddeleri işaretlemeniz önemlidir. Herhangi bir konuda sormak istediklerinizi lütfen aşağıda belirtilen e-posta adresi aracılığı ile araştırmacıya iletiniz.

Bu formu imzaladıktan sonra araştırmaya gönüllü olarak katılım sağladığınızı belirtmiş olacaksınız. Bu araştırmada veriler toplu analizlerle değerlendirilecek, bireysel değerlendirme yapılmayacaktır. Kimlik bilgileriniz alınmayacaktır.

Şimdi lütfen bu araştırmaya katılmak için gönüllü iseniz aşağıdaki alanı işaretleyiniz.

Onam formunu okudum, araştırmaya katılmayı kabul ediyorum.

Araştırmacı iletişim bilgileri:

E-posta: saimbegumdinc@gmail.com

Başkent Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı

EK 3: NARSİSTİK KİŞİLİK ENVANTERİ

Yönerge: Aşağıdaki her bir tutum çifti içinden, lütfen size en uygun olanı belirtiniz.

1		İnsanlar bana iltifat ettiklerinde bazen utanırım.
		İyi biri olduğumu biliyorum, çünkü herkes böyle söyler.
2		Kalabalık içinde herkesten biri olmayı tercih ederim.
		İlgi merkezi olmayı severim.
3		Pek çok insandan ne daha iyi ne de daha kötüyüm.
		Özel biri olduğumu düşünüyorum.
4		İnsanlar üzerinde otorite kurmaktan hoşlanırım.
		Emirlere uymaktan rahatsız olmam.
5		İnsanları kolayca manipüle ederim.
		İnsanları manipüle ettiğimi fark ettiğimde rahatsız olurum.
6		Layık olduğum saygıyı elde etme konusunda ısrarcıyım.
		Hak ettiğim saygıyı genellikle görürüm.
7		Gösterişten kaçınırım.
		Genellikle fırsatını bulduğumda şov yaparım.
8		Her zaman ne yaptığımı bilirim.
		Bazen yaptığım şeyden emin değilimdir.
9		Bazen iyi hikaye anlatırım.
		Herkes hikayelerimi dinlemekten hoşlanır.
10		İnsanlardan çok şey beklerim.
		Başkaları için bir şeyler yapmaktan hoşlanırım.
11		İlgi merkezi olmaktan hoşlanırım.
		İlgi merkezi olmak beni rahatsız eder.
12		Otorite olmanın benim için pek bir anlamı yoktur.
		İnsanlar daima otoritemi kabul ediyor görünürler.
		Önemli bir insan olacağım.

13		Başarılı olmayı umuyorum.
14		İnsanlar söylediklerimin bazılarına inanır.
		İnsanları istediğim her şeye inandırabilirim.
15		Kendi kendime yeterim.
		Başkalarından öğrenebileceğim çok şey var.
16		Herkes gibi biriyim.
		Sıradışı biriyim.

EK 4: KIRILGAN NARSİSTİK KİŞİLİK ENVANTERİ

Yönerge: Lütfen aşağıdaki soruları, her bir maddenin sizin duygu ve davranışlarınızı ne dereceye kadar tanımladığını karar vererek cevaplandırınız.

1 (Hiç tanımlamıyor/ Doğru değil/ Kesinlikle katılmıyorum)

2 (Yansıtmıyor)

3 (Kararsızım)

4 (Yansıtıyor)

5 (Oldukça tanımlıyor/ Doğru/ Kesinlikle katılıyorum)

___ 1. Duygularım, başkalarının alayları veya aşağılayıcı sözleriyle kolayca incinir.

___ 2. Bir mekâna girdiğimde sıklıkla kendimin farkında olur ve başkalarının gözlerinin benim üzerimde olduğunu hissederim.

___ 3. Diğer insanların sorunları hakkında endişelenmeksizin kendimde yeterince sorun olduğunu hissederim.

___ 4. Mizaç olarak çoğu insandan farklı olduğumu hissederim.

___ 5. Sıklıkla başkalarının görüşlerini kişisel olarak yorumlarım.

___ 6. Kendimi kolayca kendi uğraşlarıma kaptırır ve başkalarının varlığını unuturum.

___ 7. Bir gruptaki kişilerin en az biri tarafından takdir edildiğimi bilmezsem, o grupla beraber olmaktan hoşlanmam.

_____ 8. Diğer insanlar sorunları için zamanımı ve acılarını paylaşmamı isteyerek bana geldiklerinde iten içe kızgın ya da rahatsız olurum.

EK 5: SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ-YETİŞKİN FORMU (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.					
① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım					
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun					
	1	2	3	4	5
Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.					
Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.					
Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.					
Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.					
Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.					
Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.					
Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.					
Sosyal medyayı kullandıkça gerçek dünyaya uzaklaşıyorum.					
Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.					
Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.					
Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.					
Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyaya girmeliyim.					
Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.					
Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.					
Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.					
İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.					
Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.					

Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.					
Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.					
Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.					

EK 6: DUYGU DÜZENLEME GÜÇLÜĞÜ ÖLÇEĞİ (DDGÖ)

Aşağıdaki cümlelerin size ne sıklıkla uyduğunu yanlarında belirtilen 5 dereceli ölçek üzerinde değerlendiriniz. Her bir cümlenin karşısındaki 5 noktalı ölçekten, size uygunluk yüzdesini de dikkate alarak yalnızca bir tek rakam için (X) işareti koyunuz.

1	2	3	4	5
Hiçbir zaman	Bazen	Ara sıra	Sık sık	Her zaman

	1	2	3	4	5
1. Ne hissettiğim konusunda netimdir.					
2. Ne hissettiğimi dikkate alırım.					
3. Duygularım bana dayanılmaz ve kontrolsüz gelir.					
4. Ne hissettiğim konusunda hiçbir fikrim yoktur.					
5. Duygularıma bir anlam vermekte zorlanırım.					
6. Ne hissettiğime dikkat ederim.					
7. Ne hissettiğimi tam olarak bilirim.					
8. Ne hissettiğimi önemserim.					
9. Ne hissettiğim konusunda karmaşa yaşarım.					
10. Olumsuz duyguların hayatımda yeri yoktur.					
11. Kendimi kötü hissettiğimde böyle hissettiğim için kendime kızarım.					
12. Kendimi kötü hissettiğim için utanırım.					
13. Kendimi kötü hissettiğimde işlerimi bitirmekte zorlanırım.					
14. Kendimi kötü hissettiğimde kontrolden çıkarım.					
15. Kendimi kötü hissettiğimde uzun süre böyle kalacağıma inanırım.					
16. Kendimi kötü hissetmenin yoğun depresif duyguyla sonuçlanacağına inanırım.					
17. Kendimi kötü hissettiğimde duygularımın yerinde ve önemli olduğuna inanırım.					
18. Kendimi kötü hissederken başka şeylere odaklanmakta zorlanırım.					
19. Kendimi kötü hissederken kontrolden çıktığım duygusu yaşarım.					

20.Kendimi kötü hissediyor olsam da çalışmayı sürdürebilirim.					
21.Kendimi kötü hissettiğimde bu duygumdan dolayı kendimden utanırım.					
22.Kendimi kötü hissettiğimde eninde sonunda kendimi daha iyi hissetmenin bir yolunu bulacağımı bilirim.					
23.Kendimi kötü hissettiğimde zayıf birisi olduğum duygusuna kapılırım.					
24.Kendimi kötü hissettiğimde de davranışlarım kontrolüm altındadır.					
25.Kendimi kötü hissettiğim için suçluluk duyarım.					
26.Kendimi kötü hissettiğimde konsantre olmakta zorlanırım.					
27.Kendimi kötü hissettiğimde davranışlarımı kontrol etmekte zorlanırım.					
28.Kendimi kötü hissettiğimde daha iyi hissetmem için yapacağım hiçbir şey olmadığına inanırım.					
29.Kendimi kötü hissettiğimde böyle hissettiğim için kendimden rahatsız olurum.					
30.Kendimi kötü hissettiğimde kendimle ilgili olarak çok fazla endişelenmeye başlarım.					
31.Kendimi kötü hissettiğimde kendimi bu duyguya bırakmaktan başka çıkar yol olmadığına inanırım.					
32.Kendimi kötü hissettiğimde davranışlarım üzerindeki kontrolümü kaybederim.					
33.Kendimi kötü hissettiğimde başka bir şey düşünmekte zorlanırım.					
34.Kendimi kötü hissettiğimde bu duygumun gerçekte ne olduğunu anlamak için zaman ayırırım.					
35.Kendimi kötü hissettiğimde kendimi daha iyi hissetmem uzun zaman alır.					
36.Kendimi kötü hissettiğimde duygularım dayanılmaz olur.					

EK 7: DÜŞÜNME TÜRLERİ ÖLÇEĞİ (BİLİŞSEL ÇARPITMALAR ÖLÇEĞİ)

Yönerge: Bu kısımda, kullandığınız farklı düşünme türleri hakkında bilgi edinmek istemekteyiz. İzleyen kısımda, 10 tür düşünme türü okuyacaksınız. Size her bir düşünme türünün açıklaması verilecektir. Ayrıca düşünme türünü açıklamaya yardımcı olacak iki vaka örneği de okuyacaksınız. Biri sosyal ilişkilere (arkadaşlar, eşler ya da aile gibi) ve diğeri kişisel başarılarla ilgili (bir testi geçme ya da işle ilgili bir görevde başarısız olma gibi) iki vaka örneği her bir düşünme türü için verilecektir. Bu örnekler, her bir düşünme türünün gerçek hayat senaryosu içinde nasıl görüldüğünü anlamanızda size yardımcı olmak amacıyla kullanılmıştır.

Sizden istenen, açıklanan düşünme türünü anlamaya çalışmanızdır. Daha sonra sizden bu düşünme türünü ne sıklıkla kullandığınızı değerlendirmeniz beklenmektedir. Daha önce açıklanan iki alanda (sosyal ilişkiler ve başarı) bu düşünme türünü ne sıklıkta kullandığınız konusunda düşünmeniz istenecektir. Lütfen cevaplarınızı iyice düşündükten sonra veriniz.

1. ZİHİN OKUMA

İnsanlar bazen başkalarının onlar hakkında olumsuz düşündüğünü varsayarlar. Bu durum, diğer kişi olumsuz herhangi bir şey söylemediğinde bile ortaya çıkabilir. Bu, bazen, zihin okuma olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Ayşe, erkek arkadaşı Kerem ile kahve içmektedir. Kerem durgundur ve Ayşe ters giden bir şeyin olup olmadığını sorar. Kerem ‘iyi’ olduğunu söyler. Ayşe ona inanmaz. Kerem’in kendisiyle mutsuz olduğunu düşünür.

Lütfen, bu örnekte olduğu gibi, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler ve aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla zihin okuma yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Mert, haftalardır bir proje üzerinde çalışmaktadır. Sonunda patronuna projenin bitmiş halini teslim eder. Patronunun projesi konusunda ne düşündüğünü

merak etmektedir. Birkaç gün geçtikten sonra Mert, patronunun onun beceriksiz olduğunu düşünüyor olmasından endişe etmeye başlar.

Lütfen, bu örnekte olduğu gibi başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla zihin okuma yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

2. FELAKETLEŞTİRME

İnsanlar gelecek hakkında olumsuz öngörülerde bulunabilirler. Bu öngörüler için yeterli kanıt olmadığında, bu durum Felaketleştirme olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir.

A- Enis'in üniversitedeki ilk yılıdır. Biyoloji sınavından 70 almıştır. Hemen, dersi düşük bir derece ile tamamlayacağına ve mezun olmakta çok zorlanacağına dair endişe etmeye başlar.

Lütfen, başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Felaketleştirme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Duygu'nun erkek arkadaşı, ona ilişkileri hakkında bazı geribildirimler verir. Duygu'ya kendi arkadaşları ile biraz daha fazla zaman geçirmek istediğini söyler. Onun bu ifadelerine dayanarak Duygu, uzaklaşacaklarını ve sonunda ayrılacaklarını düşünmeye başlar.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler ve aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Felaketleştirme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

3. İKİ UÇLU (YA HEP YA HIÇ) BİÇİMİNDE DÜŞÜNME

İnsanlar değerlendirmeler yaptığında, olayları “ya...ya...” olarak görürler. Örneğin, bir konser iyi ya da kötü olarak düşünülür. Diğer taraftan, insanlar değerlendirme ya- parken grinin tonlarını da görebilirler. Örneğin, bir konserin bazı olumsuz yönleri olabilir, ama genel olarak oldukça iyi olarak değerlendirilebilir. Bir kişinin herhangi bir şeyi iyi ya da kötü olarak görmesine Ya hep - ya hiç biçiminde düşünme diyoruz. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Baran, bir sınavdan B alır. Hayal kırıklığına uğramış hisseder, çünkü notu A değildir. O, sınavlardaki başarıyı şu şekilde görme eğilimindedir : “Bir iş ya yapılır ya da başarısızlıktır.”

Lütfen, başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Ya hep- Ya hiç düşünme biçimini kullandığınızı değerlendiriniz.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Emel, birinden ya hoşlanan ya da ondan nefret eden tarzda bir kişidir.

Ya onun “İyi Kitabı”ndasınız ya da değilsinizdir.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla “Ya hep-Ya hiç” düşünme biçimini kullandığınızı değerlendiriniz.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

4. DUYGUDAN SONUCA ULAŞMA

İnsanlar öyle “hissettikleri” için bir şeyin doğru olduğuna inanabilirler. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Filiz’in arkadaşları, herkes için yeterli bilet alamadıkları için, onun kendileri ile birlikte konsere gelemeyeceğini söylerler. Filiz, onların kendisini bilerek dışlama-

dığını bilse de, kendisini reddedilmiş hissetmektedir. Bu nedenle, bir tarafı reddedildiğine inanmaktadır.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Duygusal Mantık Yürütme biçimini kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Patronu Selim'e şirketteki performansının iyi olduğunu söyler. Yine de Selim daha iyi yapıp yapamayacağını merak etmektedir. Aslında, kendisini başarısız hissetmektedir. Sonuç olarak, başarısız olduğuna inanmaya başlar.

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Duygusal Mantık Yürütme biçimini kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

5. ETİKETLEME

İnsanlar kendilerini *belli bir tür insan* olarak etiketleyebilirler. Bu durum, kötü bir şey meydana geldikten sonra ortaya çıkarsa Etiketleme olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Bir sosyal etkinlik sırasında Selim, bir kadını dansa kaldırmak ister. Kadın onu geri çevirir. Sonuç olarak, Selim kendini başarısız biri olarak görür.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Etiketleme yaptığınızı değerlendirin

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Ders esnasında, Nihal'in öğretmeni sorunun cevabını bilen var mı diye sorar. Nihal el kaldırır ve bir cevap verir. Öğretmeni: "Maalesef, yanlış cevap. Cevabı bilen başka biri var mı?" diye sorar. Nihal kendi kendisine bir *salak* olduğunu söyler.

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Etiketleme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

6. ZİHİNSEL FİLTRELEME

İnsanlar bazen, bilgi için filtre kullanırlar. Olumlu ve olumsuz bilgi olduğunda, onlar sadece olumsuzya odaklanırlar. Bu durum, Zihinsel Filtreleme olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Ashı, erkek arkadaşı Furkan'a kulak misafiri olur. Furkan, arkadaşlarına kendi- sinden bahsetmektedir. Furkan: " Evet, şu ana kadar her şey mükemmel gidiyor. O, gerçekten akıllı ve eğlenceli biri. Çok ortak yönümüz var. Bazen, biraz talep- kar olabiliyor ama sorun yok." Demektedir. Furkan'ın daha çok olumlu şeyler söylemesine rağmen, Ashı olumsuz yorum üzerinde durur ve kendini kötü hisse- der.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Zihinsel Filtreleme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Burak, bir lise öğrencisidir. Son denemesi ile ilgili öğretmenin yorumlarını okumak- tadır. Öğretmeni: "Düşüncelerini ifade etmede mükemmel bir tarzın var. Yazım tar- zını gerçekten çok beğeniyorum. Ancak, bir fikirden diğerine geçerken daha iyi geçiş- ler yapmaya çalışmalısın." yazmıştır. Burak, iyi bir performans sergilemiş olmasına rağmen, sadece bu küçük eleştiriyi düşünmekte ve kendisini yetersiz hissetmektedir.

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Zihinsel Filtreleme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

7. AŞIRI GENELLEME

Olumsuz bir olay meydana geldiğinde, insanlar daha kötü şeylerin olacağını varsayarlar. Bir örüntünün başlangıcı olarak olumsuz olayı görürler. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Sibel ve erkek arkadaşı yeni ayrılmışlardır. Sibel kendi kendine : “Asla istikrarlı bir ilişki içine girmeyeceğim” şeklinde düşünür.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Aşırı Genelleme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Volkan yakın zamanda matematik sınavında başarısız olmuştur. Kendi kendine: “Herhalde diğer derslerin sınavlarında da başarısız olacağım” şeklinde düşünür.

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Aşırı Genelleme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

8. KİŞİSELLEŞTİRME

İnsanlar, öyle olmasa bile, olumsuz şeylerden kendilerinin sorumlu olduğuna inanabilirler. Diğer bir deyişle, olumsuz bir olayı ele alıp, bunun nedeninin kendileri olduğunu varsayabilirler. Bu durum, Kişiselleştirme olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Selen’in şirketi önemli bir anlaşmayı gerçekleştirmeyi başaramaz. Buna rağmen bir- çok insan, bu proje üzerinde çok sıkı çalışmıştır. Selen bunun, kendi hatası olduğu- nu varsaymaktadır.

Lütfen başarıyla ilgili durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Kişiselleştirme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Tolga'nın en iyi arkadaşı son zamanlarda kötü bir ruh hali içindedir ve onunla ilişki kurmak zor bir hal almıştır. Tolga, arkadaşının bu şekilde davranmasına neden olacak yanlış bir şey yaptığını sanmaktadır.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Kişiselleştirme yaptığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

9. ZORUNLULUK İFADELERİ (...MELİ, ...MALİ)

İnsanlar bazen olayların *belli bir şekilde* olması gerektiği veya kendilerinin belli niteliklere sahip olmak zorunda olduğunu düşünürler. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Bülent, sınavdan 85 aldığı için üzgündür, çünkü en azından 90 alması gerektiğini düşünmektedir. Birçok şey hakkındaki bu düşünceleri sık sık ortaya çıkmaktadır (örneğin, futbol oynarken asla pas kaçırmaması gerektiğini; odasının sürekli belli bir şekilde düzenlenmesi gerektiğini hissetmektir).

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Zorunluluk ifadeleri kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Melis, sosyal ortamlarda komik ve ilgi çekici olması gerektiğine inanmaktadır

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Zorunluluk ifadeleri kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

10. OLUMLUYU AZIMSAMA veya YOK SAYMA

İnsanlar bazen başlarına gelen olumlu şeyleri yok sayabilirler. Bu durum, “Olumluyu Azımsama veya Yok Sayma” olarak adlandırılır. Aşağıdaki pasajlar bu durumu örneklerle açıklamak için verilmiştir:

A- Büşra, bir emlakçi olarak çalışmaktadır. Patronu ona, son satışta harika bir iş çıkar- dığını söyler. Büşra, başarısını görmezden gelir, çünkü ona göre kendisi muhtemelen ‘sadece şanslıdır’.

Lütfen başarı durumlarında (okul ya da iş gibi) ne sıklıkla Olumluyu küçültme veya Yeter- siz Bulma düşünme biçimini kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman(7)

B- Can kız arkadaşıyla ilk buluşması için hazırlanmaktadır. Arkadaşları kendisine iyi görüldüğünü söylerler. Can, onların iltifatını görmezden gelir, çünkü sadece nazik olmaya çalıştıklarını düşünmektedir.

Lütfen, sosyal durumlarda (örneğin arkadaşlar, eşler veya aile ile olduğunuzda) ne sıklıkla Olumluyu küçültme veya yetersiz bulma düşünme biçimini kullandığınızı değerlendirin.

1 2 3 4 5 6 7

Asla(1) Çok Nadir(2) Ara Sıra(3) Bazen(4) Sık(5) Oldukça Sık(6) Her Zaman

