

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**14-18 YAŞ GRUBU ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM
TUTUMLARININ, İLİŞKİLERDE GÜVEN VE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gözde KARAMAN

Psikoloji Ana Bilim Dalı

Psikoloji Programı

ŞUBAT, 2021

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**14-18 YAŞ GRUBU ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM
TUTUMLARININ, İLİŞKİLERDE GÜVEN VE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gözde KARAMAN

(Y1712.273020)

Psikoloji Ana Bilim Dalı

Psikoloji Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin KAZAN

ŞUBAT, 2021

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “14-18 Yaş Grubu Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Tutumlarının, İlişkilerde Güven ve Benlik Saygısı Üzerine Etkisinin İncelenmesi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (10/02/2021)

Gözde KARAMAN

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim ve tez yazma sürecimde maddi ve manevi hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan aileme, sevgili eşim Can'a teşekkür ederim. Teze başlamadan önceki ders dönemindeki katkıları, tez dönemindeki tüm yardımları ve bilgisini benle paylaştığı için tez danışmanım Sayın Dr. Öğretim Üyesi Hüseyin KAZAN hocama teşekkürü bir borç bilirim.

Şubat 2021

Gözde KARAMAN

14-18 YAŞ GRUBU ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM TUTUMLARININ, İLİŞKİLERDE GÜVEN VE BENLİK SAYGISI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Sosyal medya günümüzde insanların gündelik yaşantısını işgal etmiş durumdadır. Sosyal medyanın tüm dünyada yoğun bir şekilde kullanılması olumlu veya olumsuz bazı etkileri de beraberinde getirmektedir. Özellikle gelişimi hala devam eden ergenlik dönemindeki bireyler, bu yeni sosyal medya dünyasından daha da fazla etkilenmektedir. Bu araştırmanın amacı, lise kademesinde öğrenim görmekte olan ergenlik dönemindeki öğrencilerin; sosyal medya kullanım tutumlarının, ilişkilerde güven ve benlik saygısı üzerine etkilerinin belirlenmesini sağlamaktır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ili Bakırköy ilçesinde Anadolu Lisesi'nde öğrenim gören 9. ve 12. sınıflardan olmak üzere 240 öğrenci oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Tutum Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve İlişkilerde Güven Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerden alınan verilerin analizinde IBM SPSS 26 programı kullanılmıştır. Analizler sonrasında, bağımlı değişken benlik saygısı ile güven arasında orta düzeyde, anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa duydukları güven duygusunun artması ile benlik saygısının da arttığı görülmüştür. Katılımcı öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumlarının sosyal izolasyona yol açacak düzeyde artışıyla, benlik saygılarının azaldığı sonucuna varılmıştır. Sosyal medya ağlarında gerçek ad kullanan öğrencilerin takma ad kullananlara göre benlik saygısı düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Sosyal medyada harcanan süre ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki görülememiştir.

Anahtar Kelimeler: Ergenlik, Sosyal Medya, Güven, Benlik Saygısı...

INVESTIGATION OF THE SOCIAL MEDIA USAGE ATTITUDES OF ADOLESCENTS WHO ARE IN THE AGE GROUP OF 14 TO 18 ON SELF-ESTEEM IN RELATIONSHIPS.

ABSTRACT

Social media has occupied the daily life of people today. The extensive use of social media all around the world brings both positive and negative effects with it. Especially adolescent, whose improvement still continues are affected more by this social media world. The aim of this research is to define the effects of social media usage attitudes on trust and self-esteem in relationships among the adolescence students who study at high school level. The samples of the research include 240 students who have been studying at the 9th and 12th grade at Anatolian High School in Bakırköy district of province İstanbul. Personel Information Form, Social Media Attitude Scale, Rosenberg Self-Esteem Scale and Confidence Scale in Relations were used to collect datas. IBM SPSS 26 programme was used on to analyze the data which was obtained from the students participating in the research. After the analysis, it was revealed that there is medium level, meaningful and a positive relationship between the dependent variable self-esteem and trust. It was observed that with the increase of trust of the participants in interpersonal relationships their self-esteem also increased. It was also concluded that as the social media usage attitudes of the students increased at a level leading to social isolation, their self-esteem decreased. It was observed that the students who uses real name in social media networks have higher self-esteem than the students who use nicknames. It wasn't able to be observed that there was a significant relation between the time spent on social media and self-esteem.

Key Words: Adolescence, Social Media, Trust, Self- Esteem...

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	x
I. GİRİŞ.....	1
A. Araştırmanın Problemi.....	2
1. Araştırmanın Alt Problemleri	2
B. Araştırmanın Amacı.....	3
C. Araştırmanın Hipotezleri	3
D. Araştırmanın Önemi	4
E. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
II. BENLİK VE BENLİK SAYGISINA YÖNELİK YAKLAŞIMLAR.....	5
A. Benlik Kavramı.....	5
1. Benlik Üzerine Kuramlar	6
2. Benlik Saygısı	9
III. ERGENLİK- BENLİK- GÜVEN İLİŞKİSİ	11
A. Ergenlik Kavramı.....	11
B. Ergenlikte Fiziksel Gelişim	12
C. Ergenlikte Sosyal Gelişim	14

D. Ergenlikte Bilişsel Gelişim	15
E. Ergenlikte Ahlak Gelişimi	16
F. Ergenlikte Kimlik – Benlik Gelişimi	18
1. Ergenlikte Benlik Algısı-Benlik Saygısı.....	21
2. Ergenlikte Benlik Saygısı Gelişiminde İlişkilerdeki Güven Duygusunun Önemi	23
IV. BENLİĞİN İNŞASINDA VE GÜVENLİ İLİŞKİLERDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ	25
A. Sosyal Medyanın Tanımı	25
B. Sosyal Medyanın Tarihçesi.....	27
C. Sosyal Ağlara Genel Bir Bakış	29
1. Facebook	29
2. Twitter.....	31
3. Instagram.....	32
D. Sosyal Ağlarda Ergen Bireyin Benlik Sunumu	34
V. 14- 18 YAŞ GRUBU LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM TUTUMLARININ, GÜVENLİ İLİŞKİ VE BENLİK SAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	38
A. Araştırmanın Modeli.....	38
B. Evren ve Örneklem	38
1. Evren	38
2. Örneklem.....	38
C. Veri Toplama Araçları	39
1. Kişisel Bilgi Formu.....	39
2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği	39
3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği	40
4. İlişkilerde Güven Ölçeği	40

D. Verilerin Toplanması	40
E. Verilerin Analizi	40
VI. BULGULAR	43
VII. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	51
A. Sonuç	51
B. Öneriler	52
VIII. KAYNAKÇA	54
EKLER.....	67
ÖZGEÇMİŞ.....	74

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1.	Erinlikteki Fiziksel Değişimler Dizisi	13
Çizelge 2.	Kohlberg'e Göre Ahlaki Gelişim Evreleri.....	17
Çizelge 3.	Erikson'un Psikososyal Gelişim Evreleri Kuramı ve Karşılık Gelen Kimlik Duygusu.....	19
Çizelge 4.	Değişkenlerine Ait Basıklık ve Çarpıklık Katsayıları	41
Çizelge 5.	Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Ağlarına İlişkin Bulgular	43
Çizelge 6.	Öğrencilerin En Faydalı Buldukları Sosyal İletişim Mecralarına İlişkin Bulgular	44
Çizelge 7.	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları	44
Çizelge 8.	Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler	45
Çizelge 9.	Katılımcıların Sosyal Medya Tutum Alt Ölçekleri ile Benlik Saygısı Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	46
Çizelge 10.	Katılımcıların Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	46
Çizelge 11.	Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler	47
Çizelge 12.	Katılımcıların İlişkilerde Güven ile Benlik Saygısı Arasındaki Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	47
Çizelge 13.	Katılımcıların Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	48
Çizelge 14.	Katılımcıların Sosyal Medyada Her Girdiklerinde Harcadıkları Ortalama Süreye Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları	48

Çizelge 15. Katılımcıların Sosyal Medyada Gerçek veya Takma Ad Kullanma Durumlarına Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları	49
Çizelge 16. Katılımcıların Sosyal Medyada Tanıştıkları İnsanlara Duydukları Güvene Göre Benlik Saygısı Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları	49
Çizelge 17. Katılımcıların Sosyal Medya Üyeliği Oluşturduktan Sonra Gerçek Hayattaki Sosyal Çevresindeki Değişiklik Durumuna Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları.....	50

I. GİRİŞ

Günümüzde sosyal medya kullanımı hem Türkiye’de hem de evrensel olarak bakıldığında tüm dünyada büyük önem taşıyan bir konu haline gelmiştir. Kitleler istediği her şeye kolay erişim ve diğer medya araçlarından farklı olarak karşılıklı etkileşimi getirebilmesi gibi sebepler dolayısıyla sosyal medyayı hemen benimsemiştir. Yapılan araştırmalara göre 2018’de Türkiye’de sosyal medya kullanım oranı %63 iken sosyal medyada geçirilen süre ise günlük ortalama 2 saat 48 dakikadır (We Are Social, 2018). İnsanlar artık sosyal mecralarda sadece güzel anı ve duygularını paylaşmamaktadır. Bununla birlikte gün içinde yaptığı her aktiviteyi büyük önem taşıyan ve milyonlarca insanı ilgilendiren bir durum gibi yansıtarak, sosyal medyayı gerçek dışı ve abartılı şekilde kullanmaya başlamışlardır. Sosyal medyada insanların nerede yaşadığının, ne işle uğraştığının ve sosyo-ekonomik düzeyinin ne olduğunun hiçbir önemi yoktur. Bu mecralarda insanların istemediği takdirde kimliğini gizleyebilme şansları birçok kişinin kendini olduğundan farklı gösterme eğilimlerini ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda bireyler sosyal medyada genellikle güçlü yönlerini paylaşarak kendilerini olduğunun dışında ifade etmeye çalışmaktadırlar. Sosyal medyayı bu davranışlarla kullanan bireyler kendi yaşamlarını olduğundan çok farklı göstermeye çalışmaktadırlar. Sosyal medyanın doğuşundan günümüze kadar olan gelişimine baktığımızda aslında benlik yapısını etkileyen ne kadar gerçek dışı ve çarpık örnek olduğu günlük hayattaki gözlemlerimiz sonucunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyanın günümüzdeki şekliyle kullanımı insanların sürekli kendilerini daha üstün gibi gösterme gayretleri aslında kişileri yalnızlaştırmakta ve sosyal olarak daha izole bir yapıda olmalarına neden olmaktadır. Bu durum yetişkinlerin bile benlik saygılarını etkilerken ergenleri etkilemesi de kaçınılmazdır. Sosyal medya, günümüzde her yaşta insanı etkilerken, ergenlik gibi bireyin kimlik, benlik algısı ve benlik saygısı oluşturduğu bir dönemde de olumlu ve olumsuz birçok yönden ergenleri etkilediği görülmektedir (Sağbaş, Ballı ve Şen, 2016: 160). Sosyal medya kullanımının, ergen bireyin benlik

saygısını etkileyebileceği ihtimali ortaya çıksa da; ergen birey yaşamındaki tüm ilişkilerde güven duygusunu geliştirebilirse bu etkiler azalabilecektir. Ergen sosyal medya kullanım tutumları sebebiyle çok fazla yalnızlaşır ve kendini izole ederse benlik saygısında bir düşme gözlemlenebilecek fakat güven duygusunun varlığı hayatında toparlayıcı bir etki yaratacaktır.

Günümüzde lise sıralarında olan ergenlik dönemindeki bu bireyler ileride; kurdukları aile ve arkadaşlık ilişkileriyle ve bunların yanında meslek seçimleriyle, gelecekteki toplumu oluşturacaklardır. Kendileri için inşa ettikleri yaşamla, ileride toplumu oluşturacak olan bu bireylerin de sosyal medyanın etkisiyle yönlendikleri bazı olumsuz etkilerin, bilimsel dayanaklarla incelenmesi ve çıkabilecek problemlerin de, her okulda bulunan Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık servislerinin önleyici hizmetler yürütmesiyle çözümlenebileceği düşünüldüğünden bu konu seçilmiştir.

A. Araştırmanın Problemi

Ergenlerin sosyal medya kullanım tutumlarının, ilişkilerde güven ve benlik saygısı arasında anlamlı bir etkisi var mıdır?

1. Araştırmanın Alt Problemleri

Araştırma kapsamında aşağıda yer alan sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır:

- Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen sosyal yetkinlik puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
- Ergenlerin sosyal medya kullanım amaçları nelerdir?
- Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen paylaşım ihtiyacı puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
- Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen öğretmenlerle ilişki puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
- Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen sosyal izolasyon puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?

- Ergenlerin ilişkilerde duydukları güvene ait puanlar benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
- Ergenlerin sosyal medyaya her girdiğinde harcadıkları ortalama süreye göre benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal medyada gerçek ad ile takma ad kullanan ergenlerin benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Ergenlerin sosyal medyada tanıştıkları insanlara duydukları güvene göre benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Ergenlerin sosyal medya üyeliği oluşturduktan sonra gerçek hayattaki sosyal çevresindeki değişiklik durumuna göre benlik saygısı puanları anlamlı bir biçimde farklılaşmakta mıdır?

B. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı ortaöğretim düzeyinde ergenlik dönemindeki öğrencilerin; sosyal medya kullanım tutumlarının, ilişkilerde güven ve benlik saygısı üzerine etkisinin incelenmesi; varsa etkilerinin belirtilmesidir.

Bunun yanı sıra öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumlarının öğrenilmesi ve varsa benlik saygılarını etkileyecek düzeyde olan sosyal medya kullanım tutumlarının değiştirilmeye çalışılmasını sağlamaktır.

C. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Ergenlerin sosyal izolasyona yol açacak düzeydeki sosyal medya kullanım tutumları, benlik saygılarını düşürür.

H2: Ergenlerin kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa duydukları güven ile benlik saygıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Ergenlerin kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa duydukları güven arttıkça, benlik saygıları da artar.

D. Araştırmanın Önemi

Literatür taraması yapıldığında lise düzeyinde ergenlik döneminde olan bireylerin sosyal medya kullanım tutumlarının, benlik saygısı ve ilişkilerde güven bağlamında bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu araştırma bu özelliği ile yeni yapılacak çalışmalara kaynak ve zemin oluşturabilecektir.

Resmi tüm okullarda ve okul düzeylerinde bulunan Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Servisleri'nde öğrenciyi tanıma, bilgi verme, yönlendirme gibi hizmetler yürütülmektedir. Bu araştırmayla öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumları öğrenilmiş olup bu doğrultuda sosyal medya kullanım tutumlarının ilişkilerde güven ve benlik saygısı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi; okullarda gerçekleştirilen destekleyici, önleyici ve yönlendirici psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerine katkı sağlayacaktır.

E. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında İstanbul ili Bakırköy ilçesinde Anadolu Lisesi'nde öğrenim görmekte olan 9. ve 12. sınıf öğrencileriyle sınırlıdır. 2020- 2021 eğitim- öğretim yılında Covid-19 Corona Virüsü salgını nedeniyle 10. ve 11. sınıf öğrencileri yüz yüze eğitim için okullara gelmediklerinden dolayı, araştırmaya dahil edilememişlerdir.
- Araştırma, katılım sağlayan 240 öğrenci ile sınırlıdır.
- Araştırma analizlerinde cinsiyet analizleri göz önünde bulundurulmamıştır.
- Araştırmadan elde edilecek bulgular, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile ulaşılan sonuçlarla sınırlıdır.

II. BENLİK VE BENLİK SAYGISINA YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

A. Benlik Kavramı

Benlik kavramı ile ilgili literatür araştırması yapıldığında kişilik ve benlik kavramlarının bazen birbiri ile karıştırıldıkları ve bazen de birbirlerinin yerine kullanıldıkları görülmüştür. Baymur (2017) ise kişilik ve benlik kavramlarını tüm ayrıntılarıyla birbirinden ayırmış ve ikisi için de ayırt edici kavramlar ortaya koymuştur. Kişilik kendine özgü ve dengeli bir bütünü ifade etmektedir. Kişilik kavramı bir bireyin ilgi, yetenek, davranış, dış görüntüsü ve çevresiyle nasıl bir uyum biçiminin olduğu gibi özellikleri içeren çok geniş kapsamlı bir kavramdır. *‘Kişilik, bir insanı başkalarından ayıran duyuş, düşünüş ve davranış tarzlarının tümünden oluşur’*. Benlik ise kişiliği oldukça etkileyen bir kavram olmakla birlikte kişilik kavramı kadar geniş değildir. *‘Benlik, kendi kişiliğimize ilişkin kanılarımız ve kendi kendimizi görüş tarzımızdan oluşur’*. Benlik doğduğumuz an itibarıyla oluşmaya başlayan, kendimize ilişkin yorumlarımızdır (Baymur, 2017: 273-280). Benlik kavramı kendimizle ilgili duygu ve düşüncelerimizdir.

Birbiri ile çok karıştırılan kişilik ve benlik arasındaki farkı inceledikten sonra benlik kavramı daha net şekilde anlaşılabilir. Benlik kavramıyla ilgili olarak birçok araştırmacı aşağıda belirtilen birbirinden farklı yorumlar ortaya koymuşlardır.

Benlik bireyin davranış, tutum ve fiziksel özelliklerinin bir bütün haline gelip ortaya bir kişilik göstergesi olarak çıkmasıdır. Her bireyin kendine özgü bir benliği vardır ve bebeklikten itibaren oluşmaya başlamaktadır. Bireyler sahip oldukları bu benlikle birlikte insanların zihninde kendi istedikleri şekilde yer almak istemektedirler (Çakmak, 2018: 138). Benlik bir kişinin kendini nasıl gördüğü, nasıl algıladığı ve kendisiyle ilgili olan düşüncelerini kapsamaktadır (Adana, vd., 2012: 23). Öztürk de benliği; *‘..bireyde dış dünyayı algılayan, dış dünyadaki koşullar ile bireyin iç dünyasındaki dürtüleri, istekleri, çatışmaları,*

korkuları, yasakları değerlendiren, iç ve dış dünyaya uyumu sağlayan işlevleri içeren soyut bir ruhsal yapı..' olarak tanımlamıştır (Öztürk, 2016: 51). Benlik kavramı bireyin kendisiyle ilgili kanaatlerinin ve düşüncelerinin toplamı; kendisini anlamaya çalışma ve kendisiyle ilgili yargılarını değerlendirme şeklini ifade etmektedir (Sarıkaya, 2005: 18). Benlik kavramı ile ilgili diğer bir tanım da Şirin (2020) tarafından yapılmıştır: Benlik, kişinin kendisiyle ilgili farkındalığı sonucunda ortaya çıkan, diğer insanlar arasından farklı bir birey olarak ayrışmasını sağlayan zihinsel bir süreçtir (Şirin, 2020:125). Benlik bireyin kendisi hakkındaki düşünceleri ve kendisiyle ilgili olumlu- olumsuz yorumlarıdır.

1. Benlik Üzerine Kuramlar

Literatürde benlik kavramı üzerine birçok araştırma yapılmış ve bu kavram açıklanmaya çalışılmıştır. Psikoloji biliminde benlik kavramını sistematik bir şekilde ele alıp inceleyen ilk kişi William James olarak kabul edilmektedir. James'e göre birey her zaman kendi varlığının farkındadır ayrıca bu farkında oluş yine bireyin kendisi tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu durumda birey hem bilen hem de bilinen; yani hem nesne hem de özne konumundadır. James bu düşünceler neticesinde benliğin 'bilen benlik' ve 'bilinen benlik' olmak üzere iki boyutta incelenmesi gerektiğini belirtmiştir (Özen ve Gülaçtı, 2010: 22). Benlik kavramını ayrıntılı şekilde ele alıp inceleyen James ayrıca benliğin 'maddesel benlik', 'sosyal benlik', 'ruhsal benlik' ve 'saf ego' olmak üzere dört türünün olduğunu belirtmiştir. Materyal benlikle anlatılmak istenen fiziksel varlığımız, ailemiz, sahip olduğumuz eşyalarımızdır. Birey eşya sahibi olmak isteyerek veya aile kurarak materyal benliğini korumaya çalışmaktadır. Sosyal benliğimiz ise çevremiz tarafından nasıl algılandığımızla ilgilidir. Statü sahibi olmak istemek, gururlu olmak istemek gibi davranışlar sosyal benliğimizi ifade etmektedir. James'e göre sosyal benliğimiz sebebiyle ailemizin yanında, arkadaş çevremizde, iş yerimizde veya çocuklarımızın yanında farklı benliklere sahip olmaktadır (Aslan Yılmaz, 2016: 80). Sosyal benliğimiz aracılığıyla yaşamdaki tüm rollerimizi olması gereken ortamda ve olması gereken şekilde gerçekleştirebilmekteyiz.

William James'in bahsettiği diğer bir benlik türü olan ruhsal benlik ise birey olarak karakter yapımızı, istek ve arzularımızı, tutumlarımızı ifade etmektedir.

Dördüncü benlik türü olan saf ego ise; bireyde ‘kendi kendini düşünen’ ve kişiye süreklilik duygusu veren kısımdır (Aslan Yılmaz; 2016: 81). James; maddesel benlik, sosyal benlik ve ruhsal benlik türlerini bilen ben ve saf ego türünü ise bilinen ben olarak sınıflandırmıştır. (Aslan Yılmaz akt Asıl, 2017: 5). Brown, James’in ortaya koyduğu bilen ve bilinen benlik kavramını bir örnek ile açıklamaya çalışmıştır. ‘I see me’ örneğini vererek bilinen benliğin görme eylemini gerçekleştiren özne benlik (I); bilen benliğin ise görülen konumdaki nesne benliği (me) ifade ettiğini belirtmiştir (Aslan Yılmaz, 2016: 80). William James’ten sonra Brown gibi birçok araştırmacı benlik kavramı üzerine kuramlarını ortaya koymuşlardır. Bunlardan bir tanesi de Carl Rogers’tır.

Varoluşçu yaklaşımıcılardan bir tanesi olan Carl Rogers incelendiğinde ise; kendi kişilik kuramında, benlik kavramını merkeze yerleştirdiği görülmektedir. Rogers benlik kavramının ‘ben neyim?’ ve ‘ne yapabilirim?’ sorularına verilen cevapları kapsadığını belirtmektedir. O, benliğin gerçek ve ideal olmak üzere iki tür olduğunu söylemiştir. Gerçek benlik, kişinin kendini gerçek durumlara göre değerlendirmesiyle ideal benlik ise; ulaşılmak istenen benliği ifade etmektedir. Rogers’a göre ideal benlik gerçek benliğe yaklaştıkça, birey hayatta daha mutlu ve kendini başarılı olarak algılayan bir birey olacaktır (Atkinson vd., 2006: 477). Yani Rogers hayal edilen benlik ile sahip olunan benlik arasındaki farkın az oluşuyla daha mutlu ve başarılı bireyler olabileceğini ileri sürmüştür.

Carl Rogers benlik üzerine birçok araştırma yapmış ve ortaya birçok görüş koymuştur. Bunlardan bir tanesi de, benliğin bileşenlerine dair görüşleridir. Bunlardan biri benlik imajıdır ve bireyin kendini nasıl gördüğünü ifade etmektedir. Kişi kendisine ‘ben kimim?’ sorusunu sormakta ve fiziksel görünüşü, sosyal bir varlık olarak kendini nasıl algıladığı ve kişilik özelliklerinin nasıl olduğuna dair cevaplar almaktadır. Diğer bir bileşen de ideal benlik kavramıdır. Rogers ideal benlik kavramının kişinin kendisini görmek istediği yeri temsil ettiğini belirtmiştir. Son olarak Rogers, benlik saygısı bileşenini açıklamıştır. Kişinin kendini ne kadar değerli bulduğu ve kendisini ne kadar kabul ettiğini ifade etmektedir (Özçiçek, 2014: 25). Rogers’a göre bireyin benlik imajıyla ilgili fikirleri ne kadar olumlu olursa, benlik saygısı da o kadar yüksek olmaktadır.

Araştırmacılarından bir diğeri Cooley ise benliğin kazanılmasında diğer insanlarla olan ilişkiler üzerine yoğunlaşmıştır. Çocuk yaştaki bireyin

çevresindeki öğretmen, arkadaş ve aile gibi önemli kişilerin etkisiyle benliklerini oluşturduklarını ileri sürmüştür (Argun, 2005: 50). Cooley benlik oluşumunda sosyal çevrenin önemine vurgu yapmıştır.

Psikoloji literatüründe oldukça fazla söz edilen kuramcılardan bir tanesi olan Freud ise; benlik yapısını id, ego ve süperego olmak üzere üç bölüme ayırmıştır. O'na göre id; tamamen dürtüsel istekleri temsil etmektedir ve mantık dışıdır. Süperego; toplumsal davranış standartlarını ve toplumsal değer yargılarını temsil etmektedir. Freud'a göre ego ise; id ve süperego arasında dengeleyici bir görev üstlenmektedir (Çam, vd., 2017: 510). Ego; mantık ve ahlak dışı istekleri olan id ve sürekli toplumsal kuralları hatırlatan süperego arasındaki uyumu sağlamaya çalışmaktadır.

Benlik kavramıyla ilgili önemli görüşler ortaya koyan bir diğer kuramcı ise Erik Erikson'dur. Erikson'un benlik ile ilgili yaptığı araştırmalara bakıldığında da benliğin daha çok sosyal yönü üzerinde durduğu görülmüştür. Erikson, benlik kavramını birbiriyle bağlantılı olan sekiz gelişim evresine ayırarak açıklamıştır (Erikson, 2019:90). Erikson bu evrelerin hepsinde bireylerin gerçekleştirmeleri gereken yaşam görevlerini anlatmıştır.

Kuramcılardan bir diğeri olan Adler ise sosyal çevre ve toplumsallaşmanın önemiyle ilgili açıklamalarının yanı sıra benlik kavramının da üzerinde durmuştur. Freud'un id ve süperego arasında dengeleyici bir rol üstlendiğini öne sürdüğü ego kavramına karşılık, Adler benliği; bireyin bazı kararlar vererek bu kararlar doğrultusunda hedefe yönelik işleyişi sağlayan bir yapı olarak ele almıştır (Eker, 2012: 170). Adler'e göre benlik, yaşamdaki amaçlara yönelik harekete geçmeyi sağlayan bir mekanizma olarak değerlendirilmiştir.

Benlik kavramı ve benlik saygısı kavramlarıyla ilgili birçok fikir ortaya koyan araştırmacılardan bir tanesi de Rosenberg'tir. Rosenberg'e göre benlik, bireyin kendisiyle ilgili duygu ve düşüncelerinin toplamını ifade etmektedir. Bireyin kendisine karşı olan tutum, duygu ve düşüncelerini içermektedir. (Kolb ve Brodie'den akt. Argun, 2005: 50). Benlik, kişinin kendine bakışıdır. Bu bakışın olumlu veya olumsuz olması da benlik saygısı kavramını doğurmuştur. Benlik saygısı kavramıyla ilgili birçok kuram üretilmiştir.

2. Benlik Saygısı

Benlik saygısı kavramı ile ilgili olarak birçok araştırmacı bazı noktalarda birbirine benzeyen bazı noktalarda ise birbiriyle ayrılan birçok tanım yapmıştır. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Benlik saygısı, kişinin kendisini olduğundan yetersiz veya olduğundan yüksekte görmeden; kendinden memnun olması, kendini sevmesi ve olumlu yönleriyle kendini değerlendirebilmesidir (Erşan, vd., 2009: 36). Benlik saygısı; bireyin kendisiyle ilgili değerlendirmeleri sonucunda oluşturduğu önemlilik ve saygıdeğerlik duygusudur (Arıcak, 1999: 34). Bireyin kendisine dair duygu ve düşünceleri ne kadar olumluysa benlik saygısı o kadar yüksek demektir.

Benlik saygısı, benlik kavramının bir değerlendirmeye varılabilen kısmıdır. Benlik saygısı; bilişsel ve davranışsal yönleri kapsayan benliğin, değerlendirici yanını içermektedir (Uşaklı, 2006: 88). Benlik saygısı, kişinin kendi değerlendirmesini yaptıktan sonra ulaştığı benliğiyle ilgili olan yargıları onaylamasını ifade etmektedir (Özkan, 1994: 4). Bireyin benliğiyle ilgili olumlu duyguları ne kadar yüksekse, birey benliğini ne kadar onaylıyorsa benlik saygı da o derecede yüksek olacaktır. Benlik saygısı bireyin önce değerlendirdiği benliğini beğenme durumudur. Birey kendisini olumsuz şekilde eleştirebilir, kendinde eksikler bulabilir ya da kendini tamamen beğenebilir. Bireyin kendi benliğini beğenmesi için çok üstün özelliklere sahip olması gerekmemektedir ve olumsuz bir durumu yansıtmamaktadır. Çünkü benlik saygısı bireyin kendine ait özellikleri; olduğundan aşağıda ya da olduğundan yüksekte görmeden, kendini tamamen olduğu haliyle kabul etmesidir (Tonga ve Halisdemir, 2016: 1215). Yakar ise bu kavramı '*Benlik saygısı; kişinin kendini benimsemesi, değer vermesi, kendine güven ve saygı duyması, bireyin psikolojik açıdan etkin olmasını sağlayan temel belirleyicilerden biridir.*' şeklinde açıklamıştır (Yakar, 2019: 10). Benlik saygısının yüksek oluşu bireyin kendisiyle ilgili hiçbir olumsuz özelliği kabullenmemesi demek değildir.

Benlik saygısı her bireyin sahip olması gereken kendisiyle ilgili bir kabullenme durumudur. Bireyin psikolojik olarak sağlıklı bir gelişim sağlaması için ve yaşamının devamlılığı için önemli derecede katkı sağlayan bir insani ihtiyaçtır (Güngöz, 2019: 15). Benlik saygısı yüksek olan bireyler; kendinden

memnun, değişime açık, öz farkındalığı yüksek, kendini kabullenmiş, yeteneklerinin farkında ve bu yeteneklerini amaçları doğrultusunda kullanabilen bireylerdir. Benlik düzeyi düşük olanlar ise; kendinden hoşnut olmayan, sürekli kendini suçlama eğiliminde olan, kendine değer vermeyen, esnek olmayan ve değişime kapalı bireylerdir (Yenidünya, 2005: 55). Benlik saygısı yüksek olan bireyler kendileriyle ilgili olumlu veya olumsuz gerçekler üzerine düşünebilen ve esnek yapılarıyla olumsuzluklardan arınabilen kişilerdir. Benlik saygısı yüksek olan bireylerden oluşan toplumların da benlik saygısı yüksek olacaktır. Her bir birey kendi değerleriyle topluma değer katacaktır.

III. ERGENLİK- BENLİK- GÜVEN İLİŞKİSİ

A. Ergenlik Kavramı

Literatür incelendiğinde ergenlikle ilgili birçok kavramın ortaya konduğu görülmektedir. Araştırmacılar sadece bu kavramı açıklamakla kalmamış; ergenlik dönemi özelliklerini farklı disiplinlerce ele almış ve birçok görüş ortaya koymuşlardır.

Türk Dil Kurumu ergenlik için şu tanımı kullanmıştır: Cinsel organların fizyolojik gelişmesiyle başlayan, bülüğa ermişlikle yetişkinlik arasındaki dönem, yeni yetmelik, ergenlik çağı (TDK, 2019). Ergenlik dönemi; kızlarda 12-13 yaşlarında başlayıp 18 yaşına kadar devam eden, erkeklerde ise 13-14 yaşları ile başlayıp 21 yaşına kadar süren gelişim dönemidir. Bu dönemde fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal açıdan gelişmeler yaşanmaktadır (Alisinanoğlu, 2002: 62). Ergenlik fiziksel, cinsel ve psikososyal gelişimin yaşandığı; çocukluk döneminden erişkinliğe bir geçiş dönemidir ve insan gelişim dönemleri arasında en önemli dönemlerden biridir. Ergenliğin tam olarak başlangıcını ve tam olarak ne kadar süreceğini belirlemek oldukça zordur (Parlaz, vd., 2012: 10). Yapılan araştırmalar incelendiğinde ergenlik döneminin başlangıç ve bitiş yaşları ile ilgili kesin bir bilgi verilmemekte ve bireyden bireye fark edebileceği belirtilmektedir.

Derman; ‘ergenlik dönemi, fiziksel ve duygusal süreçlerin yol açtığı cinsel ve psikososyal olgunlaşma ile başlayan ve bireyin bağımsızlığını, kimlik duygusunu ve sosyal üretkenliğini kazandığı zaman sona eren zamandır’ şeklinde ergenliği tanımlamıştır (Derman, 2008: 19) ve bu dönemde birçok araştırmacının da belirttiği gibi çok yönlü bir gelişim yaşandığını vurgulamıştır.

Araştırmacılar ergenlik kavramını sadece tek bir bakış açısıyla ele almamıştır. Örneğin Koç (2004); genel yaklaşımlara ek olarak ergenlik dönemini tarihsel açıdan ele almıştır. Ergenlik dönemi fiziksel, duygusal, sosyal, sosyo-ekonomik ve kültürel çerçevelere alınarak yıllarca incelenmiştir. Geçmiş yüzyıllara bakıldığında da, tarımla uğraşan toplumda ergenlik yaşlarındaki

bireyin aileye katkı sağlamak amacıyla iş gücüne ihtiyaç duyulmuş ve birey direkt olarak çocukluktan yetişkin sorumluluklarını alma dönemine girmiştir. Fakat sanayileşmeyle birlikte ergenlik dönemindeki bireylerin iş gücüne eskisi kadar ihtiyaç kalmamasıyla, birey çocukluktan sonra ergenlik dönemini sadece biyolojik olarak geçirmeyip bu dönemin sosyal, psikolojik ve kültürel etkilerini de hissetmeye başlamıştır (Koç, 2004: 232). Ergenlik dönemi hızlı fizyolojik gelişimin, zihinsel, hormonal, sosyal değişim ve gelişmelerin yaşandığı; bireyin çocuk dünyasından ergen dünyasına geçtiği bir ara dönemdir (Şahin ve Özçelik, 2016). Araştırmacıların da belirttiği gibi ergenlik dönemi birçok farklı gelişimsel alanda incelenmiş ve bu şekilde ergenlik daha ayrıntılı şekilde aydınlatılmaya çalışılmıştır.

B. Ergenlikte Fiziksel Gelişim

Ergenlik dönemine geçildiğinin en önemli belirtileri fiziksel belirtilerdir. Kızlarda göğüslerin çıkması, kalçaların genişlemesiyle birlikte ilerlerken; erkeklerde ise sesin kalınlaşması, omuzların genişlemesi ve sakalların çıkması ergenlik döneminin başlarında görülen fiziksel gelişim özellikleridir (Gül ve Güneş, 2009: 82). Bu dönemdeki fiziksel gelişme daha çok olgunlaşmayla ve cinsel gelişimle ilgili olarak karşımıza çıkmaktadır; bu gelişimi belirleyen de troid hormonudur. Hipofiz bezi de diğer salgı bezlerinin hormon salgılamalarını tetiklemekte ve bu hormonlar da cinsel organlarla birlikte diğer fiziksel gelişmelerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Bacanlı, 2018: 74). Bu dönemde fiziksel gelişimi sağlayan unsur; vücuttaki bazı hormonlardır.

Ergenlik dönemi süresince kızların büyüme atılımı erkeklerden iki yıl kadar önce başlamaktadır. Bedenin yağ ve kas oranlarında ciddi değişimler yaşanır ve erkeklerde kas oranı, kızlara göre daha yüksek duruma gelmektedir (Steinberg, 1985: 47). Ergenlik dönemindeki fiziksel gelişimle ilgili yapılan çalışmaların bir kısmı incelendiğinde; araştırmacıları ortak bir noktada buluşturan diğer bir sonuç ise, kızların erkeklerden daha erken bu döneme giriyor olmalarıdır.

Goldstein, 'Erinlikteki Fiziksel Değişimler Dizisi' başlığı altında bir çizelge oluşturmuş ve erkek-kızlardaki fiziksel değişimleri ayrıntılarıyla sunmuştur (Goldstein 1976'dan aktaran Steinberg, 1985: 47).

Çizelge 1. Erinlikteki Fiziksel Değişimler Dizisi

Erkekler		Kızlar	
Özellikler	İlk Görülme Yaşı	Özellikler	İlk Görülme Yaşı
1.Erbezlerinin ve erbezi torbasının büyümesi.	10 ile 13,5	1.Memelerin büyümesi	7-13
2.Pubik kılların büyümesi	10-15	2.Pubik kılların büyümesi	7-14
3.Beden büyümesi	10,5-16	3.Beden büyümesi	9,5-14,5
4.Penisin büyümesi	11-14,5	4.Menarş (ilk adet görme)	10-16,5
5.Sesteki değişimler (gırtlığın büyümesi)	Yaklaşık penis gelişimiyle aynı zamanlar	5.Koltuk altı kılları	Pubik kıllardan yaklaşık 2 yıl sonra
6.Yüz ve koltuk altı kılları	Pubik kılların görünmesinden iki yıl kadar sonra	6.Yağ ve ter üretme bezleri (bezler tıkanınca akne oluşur)	Koltuk altı kıllarıyla yaklaşık aynı zamanda
7.Yağ ve ter üretme bezleri, akne	Koltuk altı kıllarıyla yaklaşık aynı zamanda		

Çizelgede de belirtildiği gibi kızlarda ergenlik dönemi belirtileri 7 yaş itibariyle başlarken, erkeklerde bu gelişmelerin başlangıcı 10 yaş olarak görülmektedir.

Gelişme ve büyümenin hızı, miktarı ve başlangıç-bitiş zamanı bakımından çocuklar arasında önemli farklar bulunabilmektedir. Bazı çocuklar -cinsiyet aynı olsa dahi- daha çabuk ergenliğe girebilir ve bedensel gelişimlerini daha çabuk tamamlayabilmektedir. Hastalık vb. olağandışı bir durum olmadığı sürece bu dönemdeki birey 'belirli bir hedefe varmaya' çalışmakta yani gelişimini tamamlamaya çalışmaktadır (Kulaksızoğlu, 2018: 37-38). Araştırmaların gösterdiği sonuçlara göre; yaş veya cinsiyet gibi özelliklere göre bazı farklılıklar görüle de; ergenlik döneminde aynı gelişme ve değişimler her bireyde görülmektedir.

C. Ergenlikte Sosyal Gelişim

Ergenlik dönemindeki fiziksel gelişimlerden bahsederken evrensel olarak her bireyde görülebilecek bazı özellikler sıralanabilmektedir. Fakat sosyal gelişim için bu şekilde bir somut tablo söz konusu olmamaktadır.

Ergenlik tanımlanma biçimi ve yaş aralıkları göz önünde bulundurulduğunda toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. Bu farka neden olan en büyük etken, ergenin bulunduğu toplumun kültürel ve sosyolojik farklılıklarıdır. Örneğin; ilkel toplumlarda ergenliğe geçiş törenlerle gerçekleştirilir ve bu tören sonunda birey artık yetişkin olarak görülmeye başlanmaktadır (Yavuzer, 2017: 275). Bazı toplumlarda ise ergenlik bir süreç olarak ele alınmaktadır. Erikson ise kişilik gelişiminden bahsederken ergenlik dönemini 'kimliğe karşı kimlik karmaşası' başlığı altında incelemiş ve kimlik gelişimine sosyal çevrenin etkisini ele almıştır. Erikson'a göre bu dönemde ergen kendini sadece içsel olarak değil toplum içinde ne olduğuyula, toplum içinde ne ifade ettiğiyula birlikte değerlendirmektedir. (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2011: 170-171). Bir başka deyişle, ergen sosyal çevresindeki kendini konumlandırmasıyla ve o sosyal çevreden aldıklarıyla kimliğini oluşturmaktadır.

Sosyal gelişim bireyin grup içindeki yaşamın zorluklarına direnebilmesi, kendi sosyal çevresi veya kendi kültüründeki diğer bireylerle geçinebilmesi ve onlarla ortak bir davranış sistemi geliştirebilmesidir (Küçük ve Koç, 2004: 6). Birey ergenlik döneminde sosyalleşmekte ve içinde bulunduğu toplumda bir statü kazanmaya çalışmaktadır. Aile, akran grupları, kitle iletişim araçları ve okul ergenin sosyalleşebileceği, kimlik oluşumunda etkisi olan yapılardır. Bu yapılarla uyum sağlayan ergen, kabul gördüğüne inanmakta ve kimlik karmaşası yaşamadan ergenlik dönemini atlatabilmektedir (Özçelik ve Şahin, 2016: 45). Ergen birey bu dönemde kendini ifade etmek, bazı ihtiyaçları konusunda kendini tatmin etmek için bir akran grubuna yani sosyal çevreye ihtiyaç duymaktadır. Ergenin kişiliğinin gelişmesi açısından sosyal çevrenin ve bu çevredeki paylaşımlarının çok büyük bir önemi vardır (Çivilidağ, 2013:20). Ergenlik dönemindeki bireyin bu döneme ait gelişim özelliklerini yerine getirebilmesi için; sosyalleşmesi, kendisini bir gruba ait hissetmesi, bu sosyal grup içinde bir yeri olduğunu görmesi gerekmektedir. Bu gereklilikleri yerine getiren ergen bireyin

kimliğini oluşturabilmesi ve yaşamın ilerleyen dönemlerinde başarılı olması da bu şekilde daha kolaylaşmış olacaktır.

D. Ergenlikte Bilişsel Gelişim

Ergenlikte yaşanan tüm değişimlere ek olarak bu dönemde birey, bilişsel olarak da değişmekte ve gelişmektedir. Ergenlikteki bilişsel gelişimle ilgili önemli kuramlardan bir tanesi ise Jean Piaget'ye aittir. Piaget gelişimi bazı dönemlere ayırmış ve ergenlik dönemine denk gelen yaşlarda da soyut işlemler dönemine girildiğini belirtmiştir. Ancak bilişsel gelişim sadece yaş özelliklerine bağlı olarak beynin olgunlaşmasıyla yaşanmamaktadır. Piaget'ye göre soyut işlemleri yapabilmek çevreden gelen taleplere bağlıdır. Ergen birey ancak çevresiyle etkileşim içinde olursa soyut dönemin özelliklerini taşıyabilmektedir (Çelik, 2007: 6). Ergenlikte bilişsel gelişim zor bir süreçtir ve bu süreçte ergen beyni, beyin hücreleri üretmeye devam etmektedir. Aktif olarak kullanılmayan bağlantılar ise kesilmektedir. Ergenlik dönemiyle ergen birey, muhakeme yeteneğini arttırmaktadır. Bilişsel olgunlaşmayla birlikte ergen bireyin diğer kişilerin düşüncelerini kabullenebilme ve problem çözme yetenekleri de gelişmektedir (Gül ve Güneş, 2009: 84-85). Bu dönemde ergen birey bilişsel olarak ne kadar işlevsel olursa, ilerleyen yaşlarda da bilişsel işlevselliği o kadar yüksek olacaktır.

Bireydeki bilişsel gelişim doğuştan getirilen özelliklere bağlı olup, gizil bir güçtür. Fakat içinde yetişilen aile ve çevreden de etkilenmektedir. Uygun eğitimle donatılmayan zekâ, gelişmeyi noktalamaktadır. Genellikle 15-16 yaşlarında zekâ gelişimi zirveye ulaşmakta ve 20 yaşına kadar da yavaş bir gelişme gösterdiği görülmektedir. Ergen artık muhakeme yapabilmekte, genellemelere gidebilmektedir (Yörükoğlu, 2007: 48-49). Ergenlik dönemi ile birey artık somut işlemler dönemindeki bilişsel becerilerinin üstüne çıkmakta, yeni kazanımlar elde etmeye başlamakta ve bu da ergen bireyin daha üst düzeyde dengeye ulaşmasını sağlamaktadır (Ahioğlu Lindberg, 2011: 6). Ergen birey bilişsel olarak da çocukluktan çıkıp, yetişkinliğe yaklaşmaktadır. Ergen bireyin düşünce sistemine ve sorunlara yaklaşımına bir düzenlilik gelmektedir. Artık ergen sadece var olanları değil olası ihtimalleri de düşünebilmektedir (Cüceloğlu, 2018: 355). Ergenlik döneminde bireyin bilişsel gelişimi; ilerisi için olası senaryoları

görebilmesi ve yaşamını bu bilinçle sürdürebilmesi adına oldukça önem taşımaktadır.

E. Ergenlikte Ahlak Gelişimi

Bireylerin toplum içinde sergiledikleri ahlaki davranışlar, toplumda var olan düzenin devamlılığını sağlarken, ahlak dışı davranışlar ise toplumda kargaşa ve huzursuzluk yaratmaktadır (Onat Kocabıyık, 2014: 261). Toplumda birlikte yaşayan insanların huzur, mutluluk ve güven duygusuna ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlarını karşılamak için ise bireylerin ahlak duygusuna sahip olmaları gerekmektedir. Ahlaki gelişim insan gelişimindeki en önemli faktörlerden biridir. Ahlaki gelişim fiziksel, bilişsel, sosyal gelişim özelliklerine paralel şekilde olgunlaşmaktadır (Şengün, 2007:201). Bireyin ergenlik dönemindeki gelişim ve değişimleri bir bütün halinde gerçekleşmektedir.

Bireyin ahlak gelişimiyle ilgili birçok araştırmacı bazı kuramlarını ortaya koymuşlardır. Ergenlik dönemindeki ahlak gelişimiyle ilgili ortaya konulan en önemli kuramlardan bir tanesi Jean Piaget'ye aittir.

Piaget ahlaki gerçekçilik ve ahlaki göreci kavramlarından bahsetmiştir. Ahlaki gerçekçiler niyeti göz ardı ederek tamamen sonucun ne olduğuna odaklanmaktadır. Ahlaki görececiler ise soyut düşünebilme yetenekleri ile sonucun sebebini de işin içine katmaktadırlar. Lawrence Kohlberg ise ahlak gelişimini üç düzeye ve her düzeyi de iki evreye ayırmıştır. Evreler ve düzeyler hiyerarşik bir yapıdadır. Kohlberg, üçüncü düzeye gelebilen insan sayısının pek fazla olmadığını belirtmektedir (Bacanlı, 2018:108-109).

Çizelge 2. Kohlberg'e Göre Ahlaki Gelişim Evreleri (Bacanlı, 2018:110).

Evre	Evrenin Özelliği
Geleneköncesi Düzey (cezadan kaçma ve ödül alma ağırlıklı)	
I.Evre: Heteronom ahlak; ceza ve itaat ahlakı.	İyi olan, dışardan dayatılan kurallara uyan ve
II.Evre: Araçsal amaç; Pazar değiş tokuşu ahlakı.	ödül getiren, cezadan kaçındırandır. İyi olan, bireye ve iyilik yapan veya kişiye makul gelendir; uzun süreli bağlılık yoktur.
Geleneksel Düzey (toplumsal kurallar ağırlıklı)	
III.Evre: Kişiler arası uyum; akran kanısı ahlakı.	İyi olan, akran grubunu oluşturan arkadaşlardan onay getirendir.
IV.Evre: Toplumsal sistem yönelimi; toplumsal sisteme uyum; kanun ve düzen ahlakı.	İyi olan, kanunlara, geleneklere ve otoritelere uygun olandır.
Gelenekötesi Düzey (moral prensipler ağırlıklı)	
V.Evre: Toplumsal anlaşma yönelimi; toplumsal anlaşma ve bireysel haklar ahlakı.	İyi olan, toplumda uzlaşmazlıkları önlemek için konmuş, varolan kurallara uygun olandır; gerçek sonuç ne iyi ne kötüdür.
VI.Evre: Kendisinin seçtiği evrensel prensipler ahlakı.	İyi olan, kişisel, moral prensiplerle tutarlı olandır.

Kohlberg'in ahlak gelişimi kuramına göre ergenlik dönemine denk gelen 9-18 yaşları arasındayken 'geleneksel aşama'dan geçilmektedir. Geleneksel aşamanın ilk evresinde birey grup ve toplum kurallarıyla ilgilenmektedir. Ergen için başkalarını memnun etmek önemlidir ve karşıdan da onay beklemektedir. Bu dönemde önemli olan sonuç değil niyettir (Wright ve Croxen, 1989'dan aktaran Kulaksızoğlu, 2018: 101). Geleneksel aşamanın ikinci evresinde ise ergen birey toplumun kendisinden beklediği görev ve sorumlulukları kabul etmektedir. Toplumun haklarını korumayı kendine görev bilmekte ve toplum düzenini korumaya çalışmaktadır (Kulaksızoğlu, 2018: 102). Kohlberg' göre geleneksel aşamanın ilk evresinde bireyler yakın çevreleriyle iyi ilişkiler kurmayı ve yakın çevrelerinden onay almayı hedeflerken; geleneksel aşamanın ikinci evresinde ise bireysel daha geniş bir bakış açısıyla bakmakta ve toplumsal kuralları ön planda tutmaktadırlar.

Ergen bireyde doğru (istenen) ahlak gelişiminin yaşanması için akranlarıyla olduğu kadar aynı aileden farklı kuşaklarla da iletişim halinde olması gerekir. Çünkü ergen birey sadece ona anlatılanlarla değil ebeveynlerini rol model olarak beklendiği ahlaki davranışlara ulaşabilmektedir (Gürses ve Kılavuz, 2016: 115). Ergen bireyin istendiği ahlaki gelişimi sağlaması, ebeveynleri ve onlardan gördükleri davranış modelleriyle yakından ilişkilidir.

Tüm bu anlatılanlar göz önünde bulundurulduğunda; ergen bireyin çevresiyle, akranlarıyla ve ebeveynleriyle sürekli etkileşim içinde olması ve bu sayede yaşamda çok önemli bir dönem olan ergenlikte olumlu ahlak yapısı oluşturabileceği görülmektedir.

F. Ergenlikte Kimlik – Benlik Gelişimi

Ergenlik dönemindeki gelişim alanları araştırıldığında karşımıza çıkan en önemli noktalardan bir tanesi de ergenlikteki kimlik gelişimidir. Kimlik gelişimi belirli bir listeyle gerçekleşmemekte, zaman içerisinde bireydeki kimliğin gelişmesi ve şekillenmesi beklenmektedir.

Bu dönemde birey artık dışarıyla değil kendisiyle ilgilenmeye başlamakta, kendi duygularını ve bedenini incelemektedir. Ergen bireyin kendisiyle ilgili düşünceleri sürekli bir iniş çıkış halindedir çünkü kendisine uygun bir kimlik arayışındadır ve benliğini yeniden düzenlemeyle uğraşmaktadır (Yörükoğlu, 2007: 105). Bu dönemde ergen kendi kimliğini oluştururken, kendilerinin çevreden nasıl görüldüğüyle de ilgilenmektedir. Daha önceden kendileriyle ilgili oluşturdukları benlik algısıyla yeni kimlik yapılarını örtüştürmeye çalışmaktadır (Eryılmaz ve Aypay, 2011: 168). Birey çevresiyle bütünleştiği bu dönemde kendi benliğinin farkına varmakta ve kimlik duygusunu geliştirmektedir (Çankaya, 2007: 1). Birey sahip olduğu kimliği bu dönemde geliştirmektedir.

Ergenlik kimlik geliştirmede önemli bir dönemdir ve ergen kendine ‘ben kimim?’, ‘nasıl davranmalıyım?’ sorularını sormaktadır. Bu dönemde ergen çevresindeki insanların davranış örüntülerini gözlemleyip kendine bir kimlik oluşturmaya çalışmaktadır. Bunu başaramadığı durumda ise ‘kimlik karmaşası’ ortaya çıkmaktadır. ‘Kimlik karmaşası’ kavramından söz eden ise Erik Erikson’dur. O, yaşamı sekiz evreye ayırmıştır ve ergenlik döneminin de başarılı

bir kimlik oluşturma görevi üstlendiğimiz bir dönem olduğunu belirtmiştir. Erikson'a göre bu dönemdeki görevini yerine getiremeyen ergenler kimlik karmaşası yaşamaktadır (Kulaksızoğlu, 2018: 106-107). Bu dönemin yaşam görevini yerine getiremeyen bireyler kimlikle ilgili problem yaşamaktadırlar.

Çizelge 3. Erikson'un Psikososyal Gelişim Evreleri Kuramı ve Karşılık Gelen Kimlik Duygusu (Atak, 2011:169).

Yaşam Dönemi	Psikososyal Gelişim Evresi	Kimlik Duygusu
Bebeklik	Temel güven-Güvensizlik	"Ben bana verilenim"
İlk Çocukluk	Özerklik-Utanç, kuşku	"Ben oluşturduğum şeyim"
Oyun Çağı	Girişimcilik-Suçluluk	"Ben olacağımı hayal ettiğim şeyim"
Okul Çağı	Çalışkanlık- Aşağılık duygusu	"Ben öğrenebildiklerimin tümüyüm"
Ergenlik	Kimlik duygusu- Kimlik kargaşası	"Ben kimim"
Genç Yetişkinlik	Yakınlık- Yalıtılmışlık	"Biz sevebildiklerimizin tümüüz"
Yetişkinlik	Üretkenlik- Durgunluk	"Ben ürettiğim şeyim"
Yaşlılık	Ego bütünlüğü- Durgunluk	"Ben geride bırakabildiklerimim"

Erikson'a göre bireyin olumlu bir kimlik duygusu geliştirmesinde daha önceki gelişim dönemlerinde kazandığı kişilik özelliklerinin de önemli bir yeri vardır. Ergenlik döneminde olan birey, kimlik arayışı çabası içerisindeyken karşı cinse, kahramanlara ve yeni öğretilere ilgi duymaktadır. Ergen birey çocuklukta edinmiş olduğu alışkanlıklarla bu yeni öğrendikleri arasında bocalamaktadır. Ancak ergen bireyin daha önceki dönemlerde kazandığı kişilik özellikleriyle yeni ilgi alanlarının keşfedilmesi sağlanırsa; ergen birey kimlik karmaşası yaşamadan bu dönemi sağlıklı şekilde tamamlayabilecektir (Gürses ve Kılavuz, 2011: 157). Birey daha önceki yıllarda biriktirdiği özelliklerini dönüşüme uğratarak ergenlik döneminde kimlik gelişimini gerçekleştirmektedir.

Erikson'un ergenlik dönemi için bahsettiği 'kimlik karmaşası' çözümlenmezse ergenlerde ortaya çıkabilecek bazı istenmedik durumlar söz konusu olmaktadır. Bunlar; ben ile kimlik arasında karmaşa, aşırı gelişmiş benlik imajı, yüksek düzeyde kaygı, kendi özelliklerinden yeterince emin olamama ve

kendisine yönelik değişken duygulara sahip olmak şeklinde ortaya çıkabilecek problemlerdir (Rubin, 1968'den aktaran Aydın, 2019: 196). Erikson ergenlik dönemindeki kimlik gelişiminin öneminden ve başarısız kimlik gelişiminin ilerleyen yaşam yıllarında bireyleri olumsuz yönde etkileyeceğinden bahsetmiştir.

Erikson'un kimlik ile açıklamalarını kabul eden James Marcia ayrıca dört çeşit kimlik statüsü olduğunu söyleyerek, bunları aşağıdaki gibi açıklamıştır (Marcia, 1996):

Başarılı kimlik statüsü: Bu statüdeki bireyler bir kimlik kazanmak için yeteri kadar deneme yapmışlardır. Kendileri için uygun olan seçenekleri araştırmış, denemiş ve en sonunda kendilerine uygun olan bir seçimi gerçekleştirmişlerdir. Bu statüdeki bireyler hem kendi yapabildiklerinin hem de başarısızlıklarının farkında olan bireylerdir. Kimlik krizini yaşamış ve deneyimleriyle bunu atlatmışlardır. Başarılı kimlik, farklı dinamiklerden oluşan sağlıklı bir kimlik bütünlüğünü ifade etmektedir (Atak, 2011: 187). Başarılı kimlik geliştiren bireylerin ergenlik dönemindeki temel psikolojik görevlerini gerçekleştirebildikleri düşünülmektedir (Demir ve Derelioğlu, 2010: 101). Başarılı bir kimlik oluşturabilen bireylerin, yeni gelişim görevlerinde de başarılı olacağı öngörülmektedir.

Askıya alınmış kimlik statüsü (Moratoryum): Bu statüdeki ergen bireyler için ortada birçok seçenek vardır. Fakat bu seçenekler onlar için belirsizdir. Kendi yetenekleri ve toplumun onlardan istedikleri arasında bir karara varamazlar bu sebeple sürekli bir arayış içinde olurlar. Bu arayış da onların içsel olarak sürekli meşgul ve huzursuz olmalarına, hayatla ilgili kaygı ve sorularının üzülmesine engel olmaktadır (Marcia, 1966: 552). Kendisi için uygun seçenekleri bile göremeyen birey, bu seçenekler arasında savrulmakta ve bir karar verememektedirler.

İpotekli/ bağımlı kimlik statüsü: İpotekli/ bağımlı kimlik statüsündeki bireyler bir kimlik krizi yaşamamaktadır. Çünkü seçeneklerle ilgili herhangi bir arayışa girmemişlerdir. Kendileri için seçenek araştırmak veya hedef belirlemek yerine ebeveynlerinin onlardan istedikleriyle ilgilenmektedirler. İpotekli/bağımlı kimlik statüsüne sahip olan ergen bireyler için önemli olan; ebeveynleri tarafından onaylanmaktır (Marcia, 1996: 552). Bu bireyler bir kimlik krizi

yaşamamalarına rağmen bir karara varmış gibi görünmektedirler. Bu karar aslında kendilerinin değil ebeveynlerinin kararıdır (Bacanlı, 2018: 130). İpotekli/ bağımlı kimlik statüsündeki bireyler arayış veya seçimle ilgili bir endişe taşımadıkları için bir kimlik krizi yaşamazlar da; kendi başarılı kimliklerini oluşturamamaktadırlar.

Dağınık kimlik statüsü: Bu kimlik statüsüne sahip bireyler ise; bir kimlik krizi yaşamamışlardır. Bir mesleğe, bir ideolojik görüşe hevesleri veya bağlılıkları yoktur; bir arayış içinde değillerdir. Karşlarına çıkan fırsatlarda; o an hangisi daha iyi görünüyorsa onu seçmektedirler. Bağlılıkları olmadığı için, tercih ettikleri hedeflere ulaşamamaktadırlar (Marcia, 1996: 552). Bazı seçenekleri incelemiş olsalar bile belli bir seçeneğe bağlanmamışlardır. Seçenekleri ciddi bir şekilde ele alıp incelememekte ve kararlarını durumdan duruma değiştirmektedirler (Lafçi, 2018: 105). Bu kimlik statüsüne sahip kişiler hedef belirlememiş ve dolayısıyla o hedefe ulaşmak için de çaba harcamamışlardır.

1. Ergenlikte Benlik Algısı-Benlik Saygısı

Ergenlik döneminde bireylerin yaşadığı kimlik gelişimi ile öne çıkan benlik algısı ve benlik saygısı olguları araştırmalara konu olmuş ve birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Ergenlik döneminde birey; fiziksel, bilişsel ve sosyal gelişim gibi birçok alanda farklılıklar ve gelişmeler yaşamaktadır. Ergen bu değişikliklere uyum sağlamaya çalışırken bir yandan da bireysel olarak kendini tanımlamayla uğraşmakta ve bir benlik algısı geliştirmeye çalışmaktadır (Archer 1989'dan aktaran Oktan ve Şahin, 2010: 545). Çocukluk dönemiyle oluşmaya başlayan benlik algısı gelişimi özellikle ergenlik yıllarında ivme kazanmaktadır. Ergenler bu dönemde ebeveynleri, öğretmenleri ve arkadaşları gibi önemli kimselerin onlara karşı olan sözel veya sözel olmayan iletilerinden anlamlar çıkarmaya başlamaktadır. Ergen birey sürekli olarak kendini; kendi standartları ve arkadaşlarıyla kıyaslama eğiliminde olmaktadır. Bu da ergenlerin benlik algılarının gelişiminde hem içsel hem de dışsal (sosyal) süreçlerin önemli bir yeri olduğunu göstermektedir (Woolfolk 1998'den aktaran Altun ve Yazıcı, 2013: 146). İçsel kaynaklı olarak gelişen benlik algısı sistemi, bireyin yaşamının ilerleyen yıllarındaki başarısı adına daha yararlı olmaktadır. İçsel odaklı yani tamamlanmış benlik algısı bireyi yaşamda mutluluk ve başarıya motive ederken; dışsal yani tamamlanmamış benlik algısı sistemi bireyi yaşamın ilerleyen

yıllarında mutsuzluk ve başarısızlığa yönlendirmektedir (Bayat, 2003: 5). Bireyin kendi farkındalığı ile sahip olduğu benlik algısı sistemi başarıda daha etkin görünmektedir. Yörükoğlu'na göre ergenlik dönemi benlik saygısının gelişimi açısından düşünüldüğünde riskli bir dönemdir. Bu döneme kadar belli düzeyde bir benlik saygısı geliştiren birey ergenlik dönemiyle birlikte tekrar kendini, duygularını, düşüncelerini ve değerlerini yargılamaya başlamaktadır. Bu soruları cevaplandırmaya çalışırken daha önceki algılayışları ve benlik saygısı düzeyi ayrıca yakın çevresi, anne-babası ve akran grubuyla olan ilişkileri de önemli hale gelmektedir (Yörükoğlu, 2007: 104). Birey bu dönemde geçmiş deneyimleri ve yeni yaşantılarının örtüşmesini sağlamaya çalışmaktadır.

Ergenlik döneminde olan bireyin kimlik gelişimi, bu dönemde oluşturduğu benlik algısı ve kendisine ait bu algının düzeyi sonucunda ortaya çıkan benlik saygısıyla ilgili olarak birçok tanımlama yapılmıştır. Ergenin kendisiyle ilgili kabul edilme, onaylanma ve kendini değerli hissetme şeklinde bir benlik algısı varsa benlik saygısı da yüksek olmaktadır. Tam tersi durumda bireyin kendine ilişkin algısı olumsuz ise benlik saygısı düşük olmaktadır (Çevik ve Atıcı, 2009: 339). Ergenlikle beraber benliğini yeniden değerlendirmeye başlayan ve kendisine ait bir benlik algısı geliştiren birey; kendini olumlu olarak görüyor ve kendine değer veriyorsa benlik saygısı yüksek demektir. Fakat ergenin kendini algılayışı olumlu değilse, içsel ve sosyal olarak problemler yaşamaktaysa ise benlik saygısı düzeyi düşük demektir (Yıldız ve Çapar, 2010: 105). Benlik algısı olumlu olan bireylerin benlik saygısı düzeyi de olumlu yönde olmaktadır.

Rosenberg'e göre benlik saygısı; hızlı bedensel değişimlerin yaşandığı ve bu değişimlerin kabullenilme dönemi olan, akranlarla ilişkilerin önemli olduğu, bir mesleğe veya bir evliliğe hazırlık dönemi ve ben kimim sorusuna cevap verme dönemi olan ergenlikte anlam kazanan bir kavramdır (Eriş ve İkiz, 2013: 181). Ergenin aktif bir birey olarak toplumda var olabilmesinde, çevresindeki bireyler arasında yerini alabilmesi ve bir saygınlık kazanmasında, gelişim dönemlerine ait bilgi beceri ve yeterliklere sahip olabilmesinde benlik saygısı kavramı öne çıkmaktadır (Çankaya, 2007:1). Benlik saygısının seviyesi ergenlik dönemindeki bireyin akademik başarısını, akranlarıyla olan ilişkisini, stresle başa çıkabilme becerisini ve yaşam içindeki aktifliğini etkilemesi sebebiyle oldukça önemli bir olgudur (Özkan, 1994: 4). Benlik saygısının yüksek oluşu, bireyin yaşamının

ilerleyen yıllarında bireysel, sosyal, akademik vb. birçok alanda başarılı olmasında oldukça etkili bir faktördür.

2. Ergenlikte Benlik Saygısı Gelişiminde İlişkilerdeki Güven Duygusunun Önemi

Güven kişiler arası ilişkilerde en önemli unsurlardan biridir. Yaşamı kolaylaştırdığı düşünülen bu olgu, bireylerin karşı tarafın davranışlarından emin olması ve buna göre hareket etmesidir. Diğer insanların niyet ve davranışlarının; olumlu, açık ve dürüst olacağına yönelik beklenti içeren psikolojik bir olgudur (Sağlam Arı ve Tunçay, 2010: 114). Kişiler arası ilişkilerde bireylerin karşılıklı olarak birbirlerine zarar verici bir davranışta bulunmayacakları doğrultusunda bir beklenti ve inanç içermektedir. Literatürde güven duygusunun yanında güvensizlik kavramından da bahsedilmiştir ve iki kavram da aynı doğrultu üzerinde iki zıt kutupta bulunan olgular olarak ele alınmıştır (Sağlam Arı, 2003: 21). Güven duygusu kişiler arası ilişkilerde; karşılıklı olarak bireylere konfor alanı yaratan bir kavramdır.

Erikson da geliştirdiği sekiz evrelik insan gelişiminde ilk evreyi (0-1 yaş) ‘temel güvene karşı güvensizlik duygusu’ olarak ele almıştır. Bu dönemde bebeğe, bakımını üstlenen kişi tarafından sağlanan huzurlu ortam, bebeğin ihtiyaçlarının zamanında karşılanması, sevgi ve şefkat gösterilmesi gibi davranışlar, bebekte ‘temel güven duygusu’nun oluşumunu sağlamaktadır. Bebeğin ileride toplum içinde güven duygusunun varolabilmesi; bebeklikte beslenme ve uyku gibi ihtiyaçlarının zamanında karşılanmasıyla ilgili olmaktadır (Gürses ve Kılavuz, 2011: 155). Bebeğin yaşamın ilk yıllarında oluşan güven duygusuna sahip olması için neler gerekliyse, ilerleyen yaşlarda da güven duygusunun olması için aynı ihtiyaçlar karşılanmalıdır. Temel ihtiyaçların karşılandığı, doğru iletişimin söz konusu olduğu, tutarlı ve sürekliliği olan insanlardan oluşan toplumlarda yaşayan bireyler kendilerini güvende hissetmektedirler (Akbaş, 2005: 278). Erikson, anne sevgisiyle yaşamın ilk anlarında oluşmaya başlayan güven duygusunun çevreyle olan ilişki sayesinde geliştiğini belirtmiştir (Erikson, 2019: 159). Erikson’a göre temel güven duygusu; çevremizdeki insanların bizimle ilgili olumlu duygular beslediği, onlara inanıp güvenilebileceğimiz, onlardan yardım alabileceğimiz ve o insanlara karşı sağlıklı

bir bağıllık duygusu geliştirebileceğimiz duygularının temelini oluşturmaktadır (Arslan, 2008: 54). Bu duygunun ilk bebeklik yıllarında hissedilmesi ilerleyen yaşlarda da bireyin toplum içinde olumlu ilişkiler kurmasını kolaylaştırmaktadır.

Ergenlik döneminde birey için farklı alanlarda yaşanan değişimlerden bir tanesi de çevresiyle olan iletişimidir. Bu dönemde birey ailesiyle olan etkileşiminin yanına akran ilişkilerini de eklemekte ve bu ilişkileri oldukça önemsemektedir (Bayhan ve Işıtan, 2010: 34). Bireyin benlik saygısının gelişmesinde çevresindeki bireylerle yaşadığı ilişkilerdeki güven duygusunun oldukça önemi vardır. Bireyin benlik saygısının gelişiminin, sosyal ilişkilerinin sağlıklı oluşuna dayandığı görülmektedir (Tümekaya, vd., 2010:164). Kişiler arası güven kavramı sadece bakım veren kişiden sağlanan, yaşamın ilk yıllarında edinilen güven duygusuyla bağlantılı değildir. Bunun yanında ergenin çevresini oluşturan ebeveyn ve akranları ile olan etkileşimler de kişiler arası güven kavramının oluşmasıyla ilgilidir (Kurt, vd., 2013:106). Bireyin temel güven duygusunun yanında ilerleyen yaşlarda çevresiyle kurduğu ilişkilerdeki güven duygusu, benlik saygısının geliştirilmesinde etkin bir görev üstlenmektedir.

Ergenlik döneminde, anne-babalar ve arkadaşlarla oluşturulan güvenli ilişkiler benlik saygısının gelişiminde önemli rol oynamaktadır. İhtiyaç duyduğunda yardım alabildiğini ve içinde bulunduğu sosyal çevreyle bir güven ilişkisinin olduğunu hisseden ergen; kendini o toplumun bir parçası olarak değerli görmekte ve benlik saygısı olumlu şekilde etkilenmektedir (Huurre vd. 1999'dan aktaran Taysi, 2000: 21). Armsden ve Greenberg'in 1987'de yaptıkları bir araştırmada; gençlerin hem ebeveyn hem de akranlarına bağlanma ile psikososyal iyilik halleri arasındaki ilişki incelenmiş ve akran bağıllığı yüksek çıkan ergenlerin aynı zamanda benlik saygılarının da yüksek olduğu görülmüştür (Kurt vd., 2013: 106). Ergenlerde benlik saygısı düzeyinin yüksek düzeyde olması için; temel güven duygusuna sahip olmasının yanı sıra kişiler arası ilişkilerde karşı tarafla yaşadığı güven alışverişinin de önemli katkısı bulunmaktadır.

IV. BENLİĞİN İNŞASINDA VE GÜVENLİ İLİŞKİLERDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

A. Sosyal Medyanın Tanımı

İnternet ve sosyal medya tüm dünyada büyük bir güç ve büyük bir etki haline gelmiştir. Her geçen an yeni bir teknolojinin üretilmesi ve bu üretilen içeriğin çok hızlı şekilde yayılabilme olanağının olması, bu güç ve etkiyi arttırmaktadır. İnternet; insanlara sağladığı birçok kolaylık ve seçenek sunması ayrıca hızlı olması sebebiyle günlük hayatımızı kolaylaştırmaktadır. İnternette yer alan iletişim araçlarının en temeli ise sosyal medyadır. Günümüzde geleneksel medya araçlarının yerini sosyal medya almıştır. Sosyal medya, insanların birbirleriyle ilişkilerini ve etkileşim grupları üzerinden iletişimini sağlamaktadır (Demir, 2016:28). Sosyal medya, insanların her birinin istedikleri anda dünyanın farklı yerlerinde kendilerini ve yaptıkları işleri duyurmalarına olanak sağlayan, sadece bireysel olarak değil işletme ve kurumlar düşünüldüğünde de kitlelere doğrudan ulaşımı sağlayan, internet çağının insanlığa bir getirisidir (Gümüş, vd., 2013: 88). Sosyal medya sayesinde insanlar arkadaşlarıyla görüşmekte, arkadaşlarının paylaşımlarını incelemekte, mesaj gönderip alabilmekte, eğlenmekte, boş zamanlarını bu ortamlarda geçirebilmekte, bilgiye çok kısa süreler içerisinde ulaşabilmekte ve gündemi sosyal medya ortamlarından takip edebilmektedirler (Solmaz, vd., 2013: 24). Sosyal medya diğer medya araçlarıyla kıyaslandığında insanlar arasındaki etkileşim ve iletişimi arttırmıştır. İnsanların içerik üretebildiği, eğitim, iş, boş zamanları değerlendirme gibi birçok ihtiyaca cevap verecek bir ortam halini almıştır (Kazan ve Türk, 2019: 456). Sosyal medya mecralarının farklı işlevlerinin olması ve farklı kesimlerdeki insanlara ulaşması, herkes tarafından kısa zamanda benimsenmesini sağlamıştır.

Sosyal medyanın televizyon, radyo ve gazete gibi geleneksel medya araçlarından en önemli farkı aynı anda karşılıklı bir iletişim ortamını sunabilmesidir. Bunun yanında yer ve zaman sınırlamasını ortadan kaldırmakta

ve saniyeler içinde çok büyük kitlelere ulaşımı kolaylaştırmaktadır (Darı, 2018:3). Eraslan '*Sosyal medya; insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini çeşitli mesaj ya da görüntüler ile paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlardır*' şeklinde bir tanım yapmıştır (Eraslan, 2018: 12). Sosyal medya için diğer bir yorum ise; zaman ve sabit bir mekân sınırlaması olmadan, paylaşım ve tartışma ortamının temel nitelikler olarak görüldüğü bir iletişim yoludur şeklinde yapılan tanımdır (Vural ve Bat, 2010: 3351). Sosyal medya; bireylerin internet üzerinden duygu, düşüncelerini ve hatta multimedya olarak adlandırılan fotoğraf ve video gibi içerikleri paylaşabildikleri ayrıca başka insanlarla çeşitli paylaşımlarda bulunarak etkileşime girebildikleri bir platformdur (Bulunmaz, 2011: 29). Sosyal medyanın insanlara karşılıklı iletişim ve paylaşımında bulunma şansı tanınması, kolay kabullenilmesini sağlamıştır.

Sosyal medya tanımı ile ilgili literatür çalışması yapıldığında birçok tanım bulmak mümkün gözükmemektedir. Eraslan ayrıca sosyal medyanın aşağıdaki özelliklere sahip olan bir platform olduğu konusuna da değinmiştir:

- Yaşamın yeni dillerinden biridir,
- Sınırsız iletişimdir,
- Serbestliktir,
- Hızlı ve eşzamanlıdır,
- Sosyalleşme zeminidir,
- Bireyselliktir,
- Çeşitliliktir,
- Tekrarlanabilir bir özelliğe sahiptir,
- Arama/araştırma yapmak için uygundur,
- Erişim kolaydır (Eraslan, 2018: 22-32).

Sosyal medyanın birçok farklı özelliğiyle hayatımızda yer aldığı bir gerçektir. Farklı özellikleriyle yaşamımızda kapladığı öneme ek olarak hangi amaçlarla hangi ortamlarda kullanıldığı konusu da önem göstermektedir. Bireysel kullanımın yanı sıra toplumsal hareketler, siyaset, mesleki gelişim, ekonomi gibi

geniş bir yelpazede sosyal medya kullanımının olduğu görülmektedir. Mevcut sosyal çevreyle iletişim, eğitsel kullanım gibi nedenlere ek olarak insanların birbirleriyle yalnızlıklarını paylaşmak için ve sanal bir düzlemde bir kimlik oluşturmak için sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir (Babacan, 2017: 83-87). Her bir sosyal medya kullanıcısı, sosyal medya mecralarında gerçek kimlikleriyle veya yarattıkları yeni kimliklerle boy göstermektedirler.

Sosyal medya, hayata kattığı yenilikler ve olumlu yanlarıyla incelenebileceği gibi sosyal medyanın bu kadar yaygınlaşmasının getirdiği olumsuz etkiler olabileceği de görülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sosyal medya büyük bir ilgiyle takip edilmekte ve hatta bir süredir özel ve ticari işler, randevular sosyal medya vasıtasıyla gerçekleşmektedir. İnsanlar sosyal medya sebebiyle soyut bir dünya olarak nitelendirebilecek olan bir dünyada yaşamaya başlamış durumdadır. Bu durumun insan hayatında ne kadar sık ve yoğun yer kapladığı düşünüldüğünde dikkat çekici boyutlara ulaştığı ve kırmızı alarm verdiği görülmektedir. Bu sebeple sosyal ilişkilerin artık araçsal bir hal aldığı ve insanı metalaştırdığı söylenebilmektedir (Bozkurt, 2018: 406). Zamanla insanın gündelik yaşamının çok büyük bir kısmını etkilediği görülen sosyal medyanın aile, arkadaş, mahalle, din gibi sosyal kontrol mekanizmalarının da yerini aldığı görülmektedir. Dünyada hızla gelişen ve değişen teknolojik yeniliklere hazırlıksız yakalanan ülkelerde bu durum sosyolojik tehlikeler oluşturabilmektedir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 255). Sosyal medyanın getirdiği değişimler ve yenilikleri sindiremeyen bireyler ve toplumlar, sosyal medyanın olumlu yanlarından çok olumsuz yanlarından etkilenebilecektir.

B. Sosyal Medyanın Tarihçesi

İnternetin ülkemizdeki gelişimi 1990’lı yılların başlarına dayanmaktadır. İlk başlarda özellikle akademik dünyada kullanılmaya başlayan internet daha sonra diğer alanlarda kullanılmaya devam etmiştir (Arısoy, 2009: 57). 1970’lerde başlayıp 1990’lardan sonra hızını artırarak yükselişe devam eden internet kullanımı; yeni platformların geliştirilmesiyle daha fazla kullanıcıya ulaşmış ve 2000’li yıllarda sosyal medyanın işlevselliği ile tüm dünyayı ilgilendiren bir öneme sahip olmuştur (Vural ve Bat, 2010: 3349). Sosyal medya özellikle son 10 yılda hem literatürde hem de gündelik yaşantıda oldukça popülerlik kazanmıştır.

Akıllı telefonların hayatımıza girmesi ve insanların her an her yerde internete ulaşabiliyor olması, hem sosyal medya kullanıcı sayısının hem de sosyal medya platformlarının artmasına neden olmuştur (Korkmaz Yılmaz, 2020: 34). Zaman içerisinde kolay ulaşılabilir internet ve insanların yoğun kullanımları sebebiyle birçok sosyal medya uygulamasının geliştirildiği görülmektedir. Bu uygulamalardan bazıları tarihsel sıralamaya göre ele alınıp incelendiğinde aşağıdaki gibidir:

SixDegrees (1997): Günümüzde kullanılan şekliyle sosyal medya uygulamalarının tarihçesi 1997’de kurulan SixDegrees ile başlamıştır. Kullanıcılar burada profil oluşturabilmiş ve yeni arkadaşlıklar kurabilmişlerdir. Uygulama popüler hale gelmiş ve birçok kullanıcıya ulaşmış olsa da 2001 yılında kapatılmıştır (Hazar, 2011:155).

Friendster (2002): Kullanıcıların, ortak arkadaşlıklar kurmasına yardımcı olmak için kurulmuş bir sitedir. Bunun yanında kullanıcılar bir profil oluşturabilmekte, durum güncellemeleri yapabilmekteydiler. Kullanıcılar Friendster ile ‘arkadaşlarının arkadaşlarının arkadaşlarına’ bile ulaşabilmekteydi (Hootsuite, 2018).

Facebook (2004): Mark Zuckerberg 2004 yılında Harvard Üniversitesi’nde yurt odasından bu siteyi kurmuştur. Başlangıçta ‘The Facebook’ olarak kurulan bu platform daha sonra ‘Facebook’ olarak değişmiştir. Üniversite öğrencileri için kurulmuş olsa da zamanla tüm dünyaya yayılmıştır (Copyblogger, 2012).

YouTube (2005): Kullanıcıların aile ve arkadaşlarıyla özgür bir şekilde, profesyonelliğe ihtiyaç duymadan videolar yüklemelerini sağlamak için 2005 yılında kurulmuştur (Copyblogger, 2012).

Twitter (2006): Metin mesajı tabanlı bir site olan Twitter, 2006 yılında 140 karakter sınırlamasıyla kurulmuştur. Bireylerin büyük kitlelerle daha kolay ve daha hızlı bir iletişim kurmasını sağlamıştır (Copyblogger, 2012). 2017 yılında karakter sayısı 280’e çıkarılmıştır (Twitter Blog, 2017).

Instagram (2010): Genelde farklı efektler uygulanarak paylaşılan fotoğrafların olduğu bir sosyal medya platformu oluşturulmuştur. Temmuz 2010’da kurucu ortaklarından Mike Krieger ilk Instagram fotoğrafını

paylaşmıştır. Bu uygulama bizi sosyal medyada filtrelenmiş fotoğraflarla tanıştırmıştır (Hootsuite, 2018).

Snapchat (2011): Kullanıcılarına görsel içerikler paylaşma imkânı sunan sosyal medya ağlarından biridir. Yalnız burada paylaşılan içerikler sadece 24 saat boyunca yayınlanabilmekteydi. Özellikle genç kullanıcıların dikkatini çekmiştir. Bunun sebeplerinden bir tanesi de; artık sürekli Facebook kullanan ailelerinden bir kaçış yeril bulmuş olmalarıydı (Hootsuite, 2018).

C. Sosyal Ağlara Genel Bir Bakış

1. Facebook

Sosyal ağların en önemlilerinden biri Facebook'tur. 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulmuştur. İlk başlarda Boston civarındaki okullara yayılmış bir yıl içinde de Amerika'daki tüm okulları kapsamıştır. İlk başlarda sadece okula ait e-mail adresiyle üye olunan Facebook, 2006 yılı itibariyle tüm e-mail adresleriyle üye olunmaya başlanmıştır. Facebook'a üye olmak ve uygulamayı kullanmak ücretsizdir. Facebook, reklamlarla gelir elde etmektedir (Yağmurlu, 2011: 7). Facebook gerçek hayatta tanıştığımız insanlarla internet üzerinden fotoğraf, video, bilgi paylaşımı yapılabilen bir platformdur. Fakat sadece bununla sınırlı değildir. Ayrıca yeni arkadaşlarla tanışılabilen, sürekli iletişim halinde olabildiğimiz ve bilgi alışverişinde bulunulabilen bir sosyal medya ortamıdır (Çevik, 2019: 13). Facebook profilleri sadece kişisel profiller olmak zorunda değildir. Bunun yanında özel şirketlerin veya kamu kuruluşlarının, kâr amacı olmayan yardım gruplarının da Facebook hesapları olabilmektedir (Öztürk, 2019: 33). Bu platform kişisel kullanıcılar tarafından da bazı topluluklar tarafından da kullanılabilir.

Facebook'ta özel veya herkese açık paylaşımlar yapılabilir. Kullanıcılar paylaşımlarını kimlerin görebileceğine kendileri karar verebilmektedirler. Ayrıca gruplara katılıp aynı anda birçok kişiyle iletişime geçebilmek mümkündür. Facebook bunların yanında kullanıcılarına hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sohbet imkânı sağlamaktadır. Oyun gibi eğlenceli aktiviteler de yer almaktadır. Facebook'un mobil cihazlarda da kullanılıyor

oluşu, kısa zaman içerisinde milyonlara ulaşmasında oldukça etkili olmuştur. Facebook insanların yaşamına kattığı olumlu özelliklerin yanı sıra negatif durumlara da neden olmaktadır. Facebook'ta paylaşılan her türlü özel bilgi, fotoğraf ve video gibi içerikler kötü amaçlar için kullanılabilir. Ayrıca çok fazla zaman geçirilmesine neden olduğundan, özellikle çocuklarda bağımlılığa neden olabilmektedir (Karademir ve Alper, 2011: 2). Facebook'un olumlu özelliklerinin yanında uzun süre kullanım sonrasında bazı problemleri ortaya çıkardığı görülmüştür.

Facebook'un birçok özelliği vardır ve kullanıcı kitlesinin sayısı arttıkça her kitleyi kendine çekecek yeni özellikler de eklenmektedir. Bunlardan bazıları şöyledir (Branding Türkiye, 2017):

Durum Güncelleme: Facebook paylaşım çubuğunda 'Ne Düşünüyorsun?' şeklinde bir kısım yer alır. Buraya kullanıcılar düşüncelerini yazabilmekte ayrıca bu metinlere fotoğraf veya video gibi eklentiler yerleştirebilmektedir.

Fotoğraf/ Video Özelliği: Kullanıcılar fotoğraf ve videolarını Facebook'ta paylaşabilirler. Arkadaşlarıyla birlikte olan fotoğraf/ videolarında arkadaşlarını etiketleme ayrıca bu paylaşımları istediklerine açma gibi seçenekleri vardır.

Mesajlaşma (Messenger): Kullanıcıların birbirleriyle yazışabildikleri ayrıca medya gönderebildikleri bir mesajlaşma uygulamasıdır. Başlarda Facebook'ta yer alan bir özellikken, artık Facebook Messenger adıyla Facebook'tan bağımsız şekilde kullanılabilen bir özellik olmuştur.

Hikâye (Story) Paylaşımı: Facebook'ta insanlar fotoğraf ve videolarla 24 saatlerini hikayelerle paylaşabilirler.

Canlı Yayın Özelliği: Facebook kullanıcıları anlık olarak çekimler yapabilir ve hatta arkadaş listelerinde olmayan kullanıcıların bile canlı yayını izlemesini sağlayabilirler.

Etkinlik: İnsanlar Facebook üzerinden düzenledikleri etkinlikleri arkadaşları ile paylaşabilmekte ve hatta arkadaşlarından katılacağıml/ katılmayacağıml şeklinde dönütler alabilmektedirler (Branding Türkiye, 2017).

Şubat 2020'deki son verilere göre dünyada bir milyar doksan beş milyon Facebook kullanıcı vardır. Bu kullanıcıların %44'ü kadın, %56'sı ise erkektir.

Türkiye nüfusunun %56'sının Facebook hesabı vardır (We Are Social, 2020). Bu araştırma sonucuna göre Facebook dünya çapında oldukça yaygın bir kullanımının olduğu görülmektedir.

2. Twitter

Twitter en popüler sosyal medya araçlarından bir tanesidir. Resmi olarak 2006 Ekim ayında piyasaya sürülmüştür. Sağlam ve basit yapısıyla dikkat çeken Twitter, kısa süre içerisinde neredeyse bir milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Twitter kullanıcıları web üzerinden mesaj gönderip alabilir ve eş zamanlı olarak mesajlaşabilmektedir. İnsanlar Twitter'ı iletişim kurmak, soru sormak, destek veya tavsiye almak, bazı konularda diğer kullanıcılarla düşüncelerini tartışabilmek amacıyla kullanmaktadır (Grosbeck ve Holotescu, 2008: 2). Twitter'ın kullanıcılarına sosyalleşme ve iletişime geçme konusunda birçok olanak sağladığı görülmektedir.

Twitter, insanların web ortamında duygu ve düşüncelerini, günlük yaşamlarındaki bazı olayları kısa bir şekilde yazarak ifade edebildiği bir platformdur. Twitter; paylaşımların bir ağ ile yayılması sebebi ile bir sosyal medya ağı olmasının yanında, insanların kendilerini ifade etmek için kullandıkları yazılarındaki karakter sayısı 140 karakter ile sınırlandırıldığından bir mikroblog özelliği de taşımaktadır. (Odabaşı, vd.,2012: 94). Fakat 2017 Eylül'de Twitter yeni bir karar vererek bu kararı kendi sayfasında açıklamıştır. 140 karakterin bazı dillerde tweet atmak için çok yetersiz olduğunu, insanların karakter sayısı yetmediğinden sürekli yazdıklarını düzeltmek zorunda kaldıklarının farkında olduklarını belirtmişlerdir. Fakat Twitter'da insanların kendilerini rahatça ifade etmelerini istedikleri için de karakter sayısını 280'e çıkardıklarını ilan etmişlerdir (Twitter Blog, 2017). Twitter yetkilileri 280 karakter sayısı ile daha rahat bir kullanım sağlayacaklarını düşünerek bu değişikliği yapmışlardır.

Twitter'ın genel amacı kullanıcıların gündelik yaşantılarında gördükleri veya deneyimledikleri şeyleri kısa cümlelerle, diğer kullanıcılarla paylaşma olanağı tanımasıdır (Altunay, 2010: 36). Twitter'ı diğer sosyal medya ortamlarından ayıran en temel özellik ise basit olmasıdır. Hatta bu site ilk ortaya çıktığında kullanıcıların internet bağlantısına bile gerek olmadan mesaj atabilmesine dayanmaktaydı. Ayrıca Twitter herhangi bir mobil cihazda da

hızlıca açılıp kullanılabilir şekilde tasarlanmıştır. Taşınabilir, hızlı ve basit oluşu sebepleriyle Twitter dönemi başlamış ve kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşmasını sağlamıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:18). Bu kolaylıklar sayesinde Twitter en çok kullanılan sosyal medya ağlarından biri olmuştur.

Bayraktutan vd. Twitter arayüzünün özelliklerini şu şekilde ele almışlardır:

Tweet kullanıcıların yazdığı/ gönderdiği mesajları ifade etmektedir. Yazılan/gönderilen tweetler, kullanıcının takipçilerine iletilmektedir. Twitter kullanıcısı, yazdıklarının özellikle bir kişi tarafından okunmasını istiyorsa 'mention' kullanmaktadır. Bunun için '@' işaretiyle birlikte tweeti görmesi istenen diğer kullanıcının adı yazılmaktadır. Twitter'ın diğer bir özelliği ise son gönderinin en üstte olmasıdır. Hashtag'ler ise belli bir konuyla ilgili atılan tüm tweetleri kapsamaktadır. Hashtag '#' ile gösterilmektedir ve hashtag ile arama yapıldığında bu etikete sahip tüm gönderiler çıkmaktadır. Hashtagler ile Twitter'daki kullanıcılar herhangi bir toplumsal konuya dikkat çekmek, insanları belli bir fikir etrafında toplayabilmektedir (Bayraktutan vd.,2012: 16). Bazı konularda mağduriyet yaşayan kişiler, mağduriyet yaşadıkları konuları diğer insanlara duyurmak ve gelen destek ile problemlerin çözülebilmesi için 'Hashtag Etkinliği' başlatabilmektedir.

Şubat 2020'de yapılan son araştırmalara göre; dünyada 339,6 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır. Kullanıcıların %38'i kadın ve %62'si erkektir. Türkiye'deki toplam nüfusun %18'i Twitter kullanmaktadır (We Are Social, 2020). Araştırmalara göre Twitter oldukça fazla kullanıcı sayısına ulaşmış bir sosyal medya ağı olmuştur.

3. Instagram

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan ve yalnızca akıllı telefonlarda kullanım için geliştirilmiş bir uygulamadır. İlk yıllarında sadece IOS işletim sistemine ait telefonlarda kullanılabilen uygulama, 2012 yılı itibariyle Android işletim sistemine ait akıllı telefonlarda da ücretsiz olarak kullanılmaya başlanmıştır. Instagram'da fotoğraf çekme, fotoğraflara çeşitli renk efektleri veren filtreler uygulanabilmekte ve videolar çekilebilmektedir (Cılızoğlu ve Çetinkaya, 2016: 169). Instagram; Türkçesi hızlı ve anlık olan instant ve Türkçe karşılığı telgraf olan telegram kelimelerinin

birleşiminden türetilmiştir (Hekimoğlu, 2019: 28). İnstagram uygulaması ilk olarak yalnızca akıllı telefonlar ve tabletlerde kullanılırken bir süre sonra yapılan geliştirmelerle birlikte kişisel bilgisayarlarda da kullanılmaya başlanmıştır. İnstagram'ı diğer sosyal medya platformlarından farklı kılan en önemli özelliği ise; sözlü iletişim yerine görsel unsurların yer almasıdır (Gündoğdu, 2018: 15). İnstagram sözlü değil daha çok görsel şekilde insanların kendini ifade etmesi konusunda diğer sosyal medya ağlarına göre bir farklılık ortaya koymuştur.

Aslan'a göre İnstagram; dünyanın her yerinden ve farklı bireylerden sayısız ögeyi toplayarak büyüyen, işbirlikçi bir katılımcı çalışmasıdır (Aslan, 2016: 42). İnstagram; teknoloji odaklı kültürümüzde özellikle gençlerin akıllı telefonları ile kullanabildiği, basit ve ücretsiz bir uygulamadır. Bu popüler uygulamada kullanıcılar hızlıca fotoğraflar çekebilir, bunları filtre ve efektlerle dönüştürebilir ve sayısız sosyal medya ağında paylaşabilmektedir. Kullanıcılar İnstagram'da fotoğraflar aracılığı ile hayatlarını belgeleyebilir ve paylaşabilmektedir (Tekulve ve Kelly, 2013: 1). İnstagram'ı benzer uygulamalar arasında öne çıkartan diğer bir özelliği ise 'hashtag' yani 'etiketleme' adı verilen ve '#' ile gösterilen uygulamasıdır. Hashtag uygulaması yüklendikten sonra İnstagram'ın kullanıcı sayısında da bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu etiket paylaşımların belli bir başlık altında toplanmasını sağlamaktadır. Başına '#' işareti konularak yazılan hashtagler, paylaşımlar için bir anahtar kelime niteliği taşımaktadır ve o konuyla ilgili daha önceden yayınlanan her paylaşım listelenmektedir (Türkmenoğlu, 2014: 97). Kullanıcılar bir görsel aradıklarında hashtag girerek bu aramayı kolaylaştırmış olmakta ve bir sürü görsel ögeye kolay bir şekilde ulaşma şansı elde etmektedirler.

İnstagram kurulduğu ilk günden itibaren sürekli kendini yenilemiş ve yeni özellikler kazanmıştır. İnstagram'daki temel özellikler aşağıdaki gibidir:

- Fotoğraf ve video paylaşımı; bu paylaşımlara uygulanabilen efektler,
- Süre olarak uzun olan videoları, kısa IGTV denilen İnstagram TV aracılığıyla yükleyebilme ve paylaşabilme,
- Hashtag'ler ile paylaşımların belli bir başlık altında yayınlanabilmesi ve bu şekilde daha fazla sayıda kullanıcıya ulaşmak,

- Takip edilen diğer kullanıcıların paylaşımlarını beğenme, kaydetme ve paylaşımlara yorum yapabilme,
- 24 saat boyunca izlenebilecek hikayeler (story) paylaşabilme,
- Profilinde paylaştığı fotoğraf ve videoları, hikayeleri yalnızca istediği kullanıcıların görmesini sağlama,
- Yalnızca istediği kişiler tarafından takip edilebilme,
- Canlı yayın yapabilme özellikleridir (İnstagram, 2020).

2020 yılı Şubat ayındaki son verilere göre; dünya genelinde 928,5 milyon İnstagram kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların %50,9'u kadın, %49,1'i ise erkektir. Türkiye nüfusunun %57'si İnstagram kullanıcısıdır ve Türkiye bu sıralamada birincidir (We are social, 2020). Yapılan bu araştırmaya göre tüm dünyada olduğu gibi Türkiyede de İnstagram'ın yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

D. Sosyal Ağlarda Ergen Bireyin Benlik Sunumu

Günümüzde dünya geneline bakıldığında internete erişimin ve internet kullanımının oldukça arttığı görülmektedir. Bu artış, sosyal ağların kullanımının da artmasına neden olmaktadır (Yüksel Şahin ve Öztoprak, 2019:365). Hatta 2021 yılında dünyada 3,02 milyar insanın aktif sosyal medya kullanıcısı olacağı öngörülmektedir (Statista, 2019). Yapılan araştırmalarda ergen yaş grubunun da sosyal ağlarda oldukça zaman geçirdiği ve sosyal ağların ergenlerin hayatında büyük bir yer kapladığı görülmektedir (Otrar ve Argın, 2014: 19). Ergenlik dönemindeki bireyler akıllı telefonlardan, tabletlerden ve bilgisayarlardan kolayca sosyal ağlara ulaşabilmektedir.

Çalışmanın bu noktasına kadar ergenlikten, ergenlik döneminde benliğin inşasından ve sosyal paylaşım ağlarının hayatımızda kapladığı büyük alandan bahsedilmiştir. Çalışmanın bu başlığı altında sosyal ağların; kimlik oluşturma ve benlik saygısı geliştirme açısından oldukça önemli olan ergenlik dönemindeki bireylere etkileri incelenecektir. Ergen bireylerin sosyal ağları kullanım tutumları ve sosyal ağlarda edindikleri davranışlar ile benlik sunumlarını nasıl gerçekleştirdikleri araştırılacaktır.

Ergenler günümüzde sosyal ağları hayatlarına oldukça entegre etmiş durumdadırlar. Bu bireylerin sosyal ağları kullanmasındaki en önemli amaçlardan biri akranlarıyla kurdukları iletişimidir. Bu iletişimin şekli de ergen bireylerin kimlik ve benlik sunumuyla sıkı bir ilişki içindedir (Boz, 2012: 5). Ergen yaştakilerin sosyal ağları kullanma alışkanlıklarıyla ilgili yapılan araştırmalarda en çok ilgilenilen konulardan bir tanesi de; bu bireylerin kimliklerinin ve ilişkilerinin oluşumunda sosyal ağların ve bu ağlarda kurdukları iletişimin ne kadar önemli olabildiğidir. Yapılan araştırmalarda ortaya çıkan görüşlerden biri de; sosyal ağların, ergen bireylerin kimlik deneyimi yaşaması açısından diğer ortamlara nispeten daha güvenli bir alan sunduğudur (Livingston, 2003: 155). Bazı araştırmacılara göre, ergenlerin sosyal ortamlarda kimlik deneyimlemeleri dışarıda edinecekleri deneyimlere göre daha az tehlikeli görülmektedir.

Sosyal medya ağlarında ve internette bireyler istedikleri kimliğe bürünebilmekte veya gerçek kimlikleriyle var olmaktadır. İnternette kimlik akışkan bir yapıdadır ve bu şekilde bireyler sanal ortamda istedikleri kimliğe bürünme özgürlüğüne sahip olmaktadır (Turkle'dan aktaran Denizci, 2009: 59). Sosyal ağlarda birey kendisini isterse olduğu gibi isterse de farklı bir şekilde tanıtip diğerleriyle bu yeni yarattığı kimlik sayesinde iletişime girebilmektedir (Doğan ve Karakuş, 2016: 58). Ergenler sosyal ağlarda, birçok görsel ürün ve yazıyla benliklerini istedikleri gibi sunabilecekleri profiller oluşturma şansını kazanmışlardır (Boz, 2012: 9). Sosyal ağlar; ergenlerin gündelik yaşamdan daha az riskli bir şekilde kimlik deneyimlemelerine de olanak sağlamaktadır. Ergen bireyler fiziksel dünyada deneme şansı bulamadıkları kimliklere bürünerek, kabul görmek istedikleri kişi veya kişiler tarafından nasıl algılandıklarını görebilir ve gerçek yaşamlarında bu doğrultuda gelişimler ve değişimler yaşayabilme şansı elde etmektedirler (Boz, 2012: 40). Ergenlik dönemdeki bireyler için sosyal medya ağları, ergenlerin kimlik denemeleri yapabilmesi adına yeni bir ortam oluşturmuştur.

Sosyal medya ağlarının ergenlik dönemindeki bireylerin kimlik deneyimleri açısından elverişli olduğunu, sosyal ağlarda ve internette bireylerin özgür olduğunu belirten araştırmaların aksine, Bakıroğlu durumu farklı bir bakış açısıyla ele almıştır: Sosyal ağlar kimlik inşasında önemli bir etki haline gelmiştir. Bu platformlardaki profiller günlük yaşamdaki kimlik inşasının bir

aracı olma özelliğini taşımaktadır. Sosyal ağlarda profil oluşturma sürecinde birey ne kadar özgürmüş gibi görünse de aslında yönlendirilmektedir. Çünkü birey idealize ettiği kimlikmiş gibi görünmeye ve o özelliklere sahip olmaya çalıştığı için aslında özgür değil kısıtlanmıştır (Bakıroğlu, 2013: 1050-1053). Araştırmacılar sosyal ağlarda ergen bireyin kimlik ve benlik sunumuyla ilgili konuda farklı noktalara dikkat çekmişlerdir.

Ergenlik dönemindeki temel görev bir kimlik oluşturmak, özellikle ekran grubu tarafından takdir edilmek ve beğenilmektir. Sosyal medya ile ünlü veya popüler olma imkânı yakalayan ergenler zamanla kendilerini bir rekabet ortamında bulurlar. Bu rekabet ortamında ilerleyen zamanlarda hırsa ve en popüler olma isteğine kapılabilmektedirler. İşte bu hırs ile sosyal ağların sağladığı serbestlikten faydalanarak toplum değerlerini hiçe saymaya başlamaktadırlar. Böylece daha popüler olabilmek adına; yanlış bilgi yayma, başkalarının fotoğraf veya videoları izinsiz paylaşma, belli bir kişiyi veya grubu hedef gösterme, hatta daha fazla beğeni alabilmek adına kendi bedenlerini teşhir etme gibi davranışlar sergileyebilmektedirler (Türk ve Kazan, 2019: 462). Bu düşünceler doğrultusunda ergen bireylerin sosyal ağlarda yer alması ve bu ağlarda profil oluşturmaları; kimlik inşası ve benlik sunumları açısından önemli bir etki yaratmaktadır.

Ergenlerin hayatında internet ve sosyal ağların ne kadar fazla yer kapladığı hem günlük hayatta yapabileceğimiz gözlemlerle hem de yapılan bilimsel araştırmalarla ortaya konmuştur. Ergenler bu dönemde kimliklerini oluşturmaya çalışırken yeni heyecanlar, özgürlüklerini ifade edebilecekleri yeni alanlar aramaktadırlar. Ergen bireyler bu arayışı yaşamları içinde gerçekleştirebildikleri gibi, sosyal ağlarda da deneyimlemek istemektedirler. İnternet ve sosyal ağların zamansızlık, mekânsızlık ve anonimlik gibi avantajları, ergenlerin gerçek yaşamlarını görmezden gelerek farklı bir benlik sunumu gerçekleştirmelerine ve dolayısıyla psikolojik olarak olumsuz etkilenmelerine neden olabilmektedir (Kaşıkçı, 2019: 20). Bayraktar ve Gün (2007) tarafından ergen bireyler üzerinde yapılan bir araştırmada; katılımcıların %64'ünün sosyal ağlardaki sohbetlerinde kendilerini farklı tanıttıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlerin kendilerini tanıtırken değiştirdikleri özellikler ise sırasıyla; yaş, isim, fiziksel özellik, cinsiyet ve meslektir (Bayraktar ve Gün,2007: 194). Balkaya Çetin ve Ceyhan'ın

(2014) ergenlerin internetteki kimlik denemeleriyle ilgili yaptıkları araştırmada ergenlerin %66,40'ı internette bazen, %1,10'u ise sık sık yeni kimlikler denediklerini belirtmişlerdir. Ergenlerin en çok 'daha zeki biri', 'hayali biri' ve 'daha az utangaç biri' gibi görünmek istedikleri ortaya çıkmıştır. Bu araştırma kapsamında ergenlere kimlik denemeleri yapma sebepleri sorulduğunda ise; 'insanları daha kolay tanımak için' ve 'daha kolay konuşmak için' cevaplarını vermişlerdir (Balkaya Çetin ve Ceyhan, 2014: 5). Bu araştırmalar göz önünde bulundurulduğunda, ergenlik dönemindeki bireylerin de sosyal ağlarda kendilerini olduklarından daha iyi özelliklerle yansıtmaya çalıştıkları görülmektedir.

Ergenlerin sosyal ağlarda benliklerini olduğundan farklı şekillerde sergiliyor olması, onları bazı konularda tehlikeye açık hale getirebilmektedir. Örneğin; yetişkin yabancılar veya akranları tarafından siber zorbalığa maruz kalabilmektedirler (Huffaker, 2006: 1-4). Ayrıca ergenler sosyal ağlar sebebiyle gelişimsel olarak henüz hazır olmadan çok fazla kişi ile etkileşime girerek kimlik denemelerinde bulunmaktadır. Bu durum ise akıl karışıklığına sebep olmakta ve kimlik gelişimlerinin olumsuz yönde etkilenmesine yol açmaktadır (Bayraktar, 2013: 82). Sosyal ağlarda sürekli diğer bireylerle etkileşim halinde olan ergenler; idealize ettikleri kimliklere bürünmekte ve kendilerini farklı gösterebilmektedirler. Sanal ilişkilerinde dürüst davranmayan birey karşısındaki kişilerin de aynısını kendilerine yapabileceğini düşünmektedir. Bu kısır döngü de ergenlerin ilerleyen zamanlarda güven duygularının zedelenmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla sanal ağlarda oluşturdukları sanal kimlikler nedeniyle kimseye güvenmemeleri gerektiğini öğrenmektedirler (Yıldırım, 2014:55). Ergen bireylerin kendileri gibi diğer sosyal medya kullanıcılarının da sahte olduğunu düşünmeleri, yaşamlarına dair güven duygusuna da zarar verebilmektedir.

İnternet ve sosyal ağların, ergenlerin kimlik gelişimine etkisinin incelenmesi için birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda, ergenlerin kimlik gelişimlerinin hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiğini gösteren sonuçlar elde edilmiştir (Bayraktar, 2013: 81). Ergen bireylerin kimlik gelişiminde sosyal ağların etkili olduğu görülmektedir.

V. 14- 18 YAŞ GRUBU LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM TUTUMLARININ, GÜVENLİ İLİŞKİ VE BENLİK SAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada ortaöğretim kademesinde ergenlik dönemindeki öğrencilerin, sosyal medya kullanım tutumlarının ilişkilerde güven ve benlik saygısı üzerine etkisi incelenmiştir. Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

B. Evren ve Örneklem

1. Evren

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde eğitim- öğretim görmekte olan lise öğrencileri oluşturmaktadır.

2. Örneklem

Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde araştırmacı tarafından yakın ve erişilmesi kolay olan katılımcıların belirlendiği uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar gönüllülük esasına göre araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmaya İstanbul ili Bakırköy ilçesindeki devlet Anadolu Lisesinde öğrenim görmekte olan öğrenciler katılmıştır.

Araştırmaya eğitim-öğrenime devam eden 240 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerden %65.4'ü kız (N = 157), %34.6'sı (N = 83). Öğrencilerin 166'sı 9. sınıf (%69.2), 74'ü 12. sınıftır (%30.8). Öğrencilerin yaşı 14 ile 18 arasında değişmektedir (Ortalama = 15.01, Ss = 1.35). Araştırmadaki öğrencilerden babası vefat eden 3 kişi bulunmaktadır. Katılımcıların %90.8'inin (N = 218) anne-babası birlikte yaşamaktadır. Öğrencilerden %2.1'inin ailesinin geliri 1500 TL'den daha

az, %12.1'inin geliri 1500-2500 TL arasında, %42.9'unun ailesinin geliri 2500-5000 TL arasında, %42.9'unun ailesinin geliri ise 5000 TL'den fazladır. Öğrencilerden annesi çalışmayıp babası çalışan 146, babası çalışmayıp annesi çalışan 10, her ikisi de çalışan 73 ve her ikisi de çalışmayan 11 öğrenci vardır. Babası okur-yazar olmayan 4, ilkokul mezunu 36, ortaokul mezunu 33, lise mezunu 100 ve üniversite mezunu 55, yüksek lisans ve üzeri eğitim seviyesine sahip 12 öğrenci bulunmaktadır. Annesi ise okur-yazar olmayan 6, ilkokul mezunu 54, ortaokul mezunu 36, lise mezunu 93 ve üniversite mezunu 41, yüksek lisans ve üzeri eğitim seviyesine sahip 10 öğrenci bulunmaktadır.

C. Veri Toplama Araçları

Bu tez çalışmasında verilerin toplanmasında demografik bilgilerin ve sosyal medya kullanımına ilişkin soruların yer aldığı Kişisel Bilgi Formu, öğrencilerin sosyal medya tutumlarını ölçmek amacıyla kullanılan Sosyal Medya Tutum Ölçeği, öğrencilerin benlik saygısını ölçmek amacıyla Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve öğrencilerdeki güven- güvenirlilik duygularını ölçmek amacıyla İlişkilerde Güven Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Ölçekleri sadece sosyal medya kullanımı olan öğrenciler cevaplandırmıştır.

1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu, öğrencinin yaşı, cinsiyeti, anne-babanın birlikteliği, sosyal medya kullanımı ile ilgili soruların yer aldığı, yirmi iki sorudan oluşan ve araştırmacı tarafından oluşturulmuş formdur.

2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Sosyal Medya Tutum Ölçeği, Otrar ve Argın tarafından öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir (Otrar ve Argın, 2015: 391). Dört farklı alt boyuttan oluşan ölçekten alınan puanın yüksek olması, ölçeği cevaplandıran öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumlarının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu araştırma kapsamında elde edilen verilerden Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin; Sosyal Yetkinlik alt boyutu için .81, Paylaşım

İhtiyacı alt boyutu için .76, Öğretmenlerle İlişki alt boyutu için .80, Sosyal İzolasyon alt boyutu için .80 Cronbach Alpha katsayısı elde edilmiştir.

3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

1985'te Rosenberg tarafından geliştirilen ölçek, 1986 yılında Füsun Çuhadaroğlu tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçekte toplamda 63 madde ve 12 alt boyut bulunmaktadır (Tonga ve Halisdemir, 2017: 1217). Bu çalışmada 10 çoktan seçmeli maddeden oluşan benlik saygısı alt boyutu kullanılmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Envanteri'nin, Benlik Saygısı alt boyutu için bu araştırma kapsamında toplanan verilerden elde edilen Cronbach Alpha katsayısı .88'dir.

4. İlişkilerde Güven Ölçeği

İlişkilerde Güven Ölçeği; Demirci tarafından geliştirilmiş, güven ve güvenilirlik olmak üzere iki alt boyuttan ve toplam on sorudan oluşan bir ölçektir. Alt boyutlardan alınan cevapların sayısının artması güven ve güvenirlüğün yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Demirci, 2017). İlişkilerde Güven Ölçeğinin Güven alt boyutu için bu araştırma kapsamında toplanan verilerden elde edilen Cronbach Alpha katsayısı .78'dir.

D. Verilerin Toplanması

Bu tez çalışmasında verilerin toplanmasında demografik bilgilerin ve sosyal medya kullanımına ilişkin soruların yer aldığı Kişisel Bilgi Formu, öğrencilerin sosyal medya tutumlarını ölçmek amacıyla kullanılan Sosyal Medya Tutum Ölçeği, öğrencilerin benlik saygısını ölçmek amacıyla Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve öğrencilerdeki güven- güvenirlilik duygularını ölçmek amacıyla İlişkilerde Güven Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Ölçekleri sadece sosyal medya kullanımı olan öğrenciler cevaplandırmıştır.

E. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler IBM SPSS 26 programı ile analiz edilmiştir. Analizlere başlamadan önce verilere ait uç değerler incelenmiştir. Uç

değerlerin incelenmesinde Z puanları incelenmiştir. Z puanı +3 ile -3 dışında kalan veriler uç değer olarak kabul edilmektedir (Çokluk, vd., 2016). Öncelikle Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinin Benlik Saygısı alt ölçeği, İlişkilerde Güven Ölçeğinin Güven alt boyutu, Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin Sosyal Yetkinlik, Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişki, Sosyal İzolasyon alt boyutlarına ait puanlara ilişkin z puanları oluşturulmuştur. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeğinin Benlik Saygısı alt ölçeğinde 2; İlişkilerde Güven Ölçeğinin Güven alt boyutunda 2; Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin Sosyal İzolasyon alt boyutunda 1, Paylaşım İhtiyacı alt boyutunda ise 4 kişiye ait toplam puanlarda uç değer olduğu görülmüştür. Toplamda 9 kişiye ait veri analiz dışında bırakılmıştır. Analizler, 240 katılımcıya ait veriden elde edilen veri seti üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılara ait verilerin dağılımı incelenmiştir. Verilerin dağılımının incelenmesinde basıklık ve çarpıklık değerleri kriter olarak alınmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1.5 ile -1.5 arasında olması verilerin normal dağılım gösterdiği anlamına gelmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001). Çizelge 4'te araştırma kapsamında kullanılan verilere ait basıklık ve çarpıklık değerleri sunulmuştur.

Çizelge 4. Değişkenlerine Ait Basıklık ve Çarpıklık Katsayıları

Değişkenler	Basıklık	Çarpıklık
Benlik Saygısı	-.35	-.18
Güven	-.14	-.84
Sosyal Yetkinlik	-.53	.32
Paylaşım İhtiyacı	-.37	-.44
Öğretmenlerle İlişki	-.65	.25
Sosyal İzolasyon	-.23	.58

Çizelge 4 incelendiğinde araştırma kapsamında kullanılan tüm puanlara ilişkin dağılımların normal olduğu görülmektedir.

Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Anlamlı ilişkiye sahip olan değişkenler arasındaki yordama gücünü belirlemek için basit çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Katılımcıların kişisel bilgi formundan elde edilen bilgiler ile Benlik

Saygısı puanlarının karşılaştırılması için de Tek Faktörlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA) ile bağımsız örneklem t -testi gerçekleştirilmiştir.

VI. BULGULAR

Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Tutumlarına İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan tüm öğrencilerin sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Öğrencilerin %3.8', 1 yıldan az, %14.6'sı 1-2 yıldır, %37.9'u 3-4 yıldır ve %43.8'i 4 yıldan fazla süredir sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Öğrencilerin 190'ı her gün bir kereden fazla, 3'ü her gün bir kere, 7'si haftada bir kereden fazla, 2'si haftada bir kere ve 3'ü ayda birkaç kere sosyal medya sitelerine giriş yapmaktadır. Sosyal medyaya girdiklerinde öğrencilerin %9.2'si 5-10 dakika, %28.3'ü 11-30 dakika, %31.3'ü 31-60 dakika, %20.8'i 61-120 dakika ve %10.4'ü 121 dakika ve üzerinde zaman geçirmektedir. Sosyal medya yoluyla tanık oldukları insanlık dışı (şiddet, istismar v.b.) görüntülere öğrencilerin %30'u her zaman tepki gösterdiğini, %42.5'i çoğunlukla tepki gösterdiğini, %16.3'ü ara sıra tepki gösterdiğini ve %11.3'ü genelde tepki göstermediğini belirtmiştir. Öğrencilerin %23.8'i sosyal medya üyeliği oluşturduktan sonra gerçek hayatındaki çevresinin arttığını, %1.3'ü gerçek hayattaki çevresinin azaldığını ve %75'i gerçek hayattaki çevresinin değişmediğini belirtmiştir. Öğrencilerin 31'i sosyal medyada edindiği yaşantı ve deneyimlerin fazla önemli olduğunu, 143'ü biraz önemli olduğunu, 66'sı ise önemli olmadığını düşünmektedir.

Öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya ağlarına ilişkin bilgiler Çizelge 5'te sunulmuştur.

Çizelge 5. Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Ağlarına İlişkin Bulgular

Sosyal Medya Ağı	Kişi Sayısı	Yüzde
Instagram	172	71.7
Facebook	2	0.8
Twitter	17	7.1
Youtube	30	12.5
Whatsapp	19	7.9

Çizelge 5 incelendiğinde katılımcıların en çok kullandığı üç sosyal medya ağının sırasıyla Instagram, Youtube ve Whatsapp olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin en faydalı buldukları sosyal iletişim mecralarına ilişkin bilgiler Çizelge 6’da sunulmuştur.

Çizelge 6. Öğrencilerin En Faydalı Buldukları Sosyal İletişim Mecralarına İlişkin Bulgular

Sosyal Medya Ağı	Kişi Sayısı	Yüzde
Instagram	77	32.1
Twitter	49	20.4
Youtube	45	18.8
Whatsapp	69	28.8

Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları Çizelge 7’de sunulmuştur.

Çizelge 7. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Amaç	İşaretlenme Sayısı N	İşaretlenme Yüzdesi %
Kendimi tanıtmak	47	3.3
Popüler olmak	10	0.7
Bilgi sahibi olmak (Haber okuma, ödev yapma vb.)	180	12.8
Paylaşımında bulunmak (Fotoğraf, yazı, yer bildirim, müzik, video vb.)	156	11.1
İletişim kurmak (Mesajlaşma, sohbet)	204	14.5
Farklı insanlarla tanışma	58	4.1
Sosyalleşmek (Gruplara katılma, arkadaşlarım kullandığı için, dışlanmamak için vb.)	141	10
Eğlence (Oyun oynama, müzik dinleme vb.)	215	15.3
Başkalarını takip etmek	94	6.7
Başkaları tarafından takip edilmek	37	2.6
Özgürce kendimi ifade etmek	49	3.5
Boş zamanlarımı değerlendirmek	156	11.1
Gerçek dünyadan uzaklaşmak	59	4.2

Çizelge 7 incelendiğinde katılımcı öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarından en çok tercih edilen üçü sırasıyla eğlence (oyun oynama, müzik dinleme vb.), iletişim kurmak (mesajlaşma, sohbet) ve bilgi sahibi olmak (haber okuma, ödev yapma vb.) olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Bağımsız Değişkenlerin Bağımlı Değişkeni Yordayıcılığına İlişkin Bulgular

“Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen sosyal yetkinlik puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?”, “Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen paylaşım ihtiyacı puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?”, “Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen öğretmenlerle ilişki puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?” ve “Ergenlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden elde edilen sosyal izolasyon puanları benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?” sorularına yanıt bulmak amacıyla önce Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizi yapılmış, ardından bağımsız değişkenlerin yordama güçlerini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Değişkenlere ilişkin puanların ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerlerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 8’de sunulmuştur.

Çizelge 8. Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Minimum Puan	Maksimum Puan
Sosyal Yetkinlik	14.52	4.93	6	27
Paylaşım İhtiyacı	28.65	5.27	14	40
Öğretmenlerle İlişki	7.31	2.94	3	15
Sosyal İzolasyon	12.18	4.61	6	25
Benlik Saygısı	29.44	5.65	13	40

Araştırma soruları kapsamında bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizi sonuçları ise Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9. Katılımcıların Sosyal Medya Tutum Alt Ölçekleri ile Benlik Saygısı Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	1.	2.	3.	4.
1. Sosyal Yetkinlik				
2. Paylaşım İhtiyacı	.37***			
3. Öğretmenlerle İlişki	.25***	.13*		
4. Sosyal İzolasyon	.38***	-.03	.13	
5. Benlik Saygısı	-.18**	.04	.13	-.24***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Çizelge 9 incelendiğinde bağımlı değişken benlik saygısı ile bağımsız değişkenlerden sosyal izolasyon ve sosyal yetkinlik arasında düşük düzeyde, anlamlı ve negatif ilişkiler olduğu görülmüştür.

Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizinden sonra benlik saygısı ile anlamlı ilişkiye sahip bağımsız değişkenlerin benlik saygısı puanlarını ne düzeyde yordadığını incelemek için basit çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 10'da verilmiştir.

Çizelge 10. Katılımcıların Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	R	R^2
Sabit	34.13	1.25	-	27.343	.000	.26	.07
Sosyal İzolasyon	-.25	.08	-.21	-3.04	.003		
Sosyal Yetkinlik	-.11	.08	-.10	-1.43	.153		

Çizelge 10'da elde edilen analiz sonuçları incelendiğinde sosyal izolasyon ve sosyal yetkinliğin birlikte benlik saygısını anlamlı olarak yordadığı görülmektedir [$F_{(2, 237)} = 8.52, p < .001$]. Sosyal izolasyon ve sosyal yetkinliğin benlik saygısının toplam varyansına katkısı %7'dir ($R^2 = .07$). Sosyal yetkinlik benlik saygısı ile anlamlı ilişkiye sahiptir. Ancak regresyon analizine sosyal izolasyon ile birlikte dahil olduğunda benlik saygısını yordayan modelde katkısı anlamlı olmamaktadır ($p > .05$). Sosyal izolasyonun benlik saygısına olumsuz katkı sağladığı görülmektedir ($\beta = -.21$). Bu sonuçlara göre katılımcıların sosyal

medya kullanımlarının sosyal izolasyona yol açacak biçimde kullanmalarının artmasıyla benlik saygılarının azalabileceği söylenebilir.

“Ergenlerin ilişkilerde duydukları güvene ait puanlar benlik saygısı puanlarını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla önce Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizi yapılmış, ardından bağımsız değişkenlerin yordama güçlerini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Değişkenlere ilişkin toplam puanların ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerlerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 11’de sunulmuştur.

Çizelge 11. Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Minimum Puan	Maksimum Puan
Güven	21.20	3.59	11	25
Benlik Saygısı	29.44	5.65	13	40

Araştırma sorusu kapsamında bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizi sonuçları ise Çizelge 12’de verilmiştir.

Çizelge 12. Katılımcıların İlişkilerde Güven ile Benlik Saygısı Arasındaki Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	Benlik Saygısı
Güven	.43 ^{***}

 $p < .001$

Çizelge 12 incelendiğinde bağımlı değişken benlik saygısı ile bağımsız değişken güven arasında orta düzeyde, anlamlı ve pozitif ilişki olduğu elde edilmiştir. Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu analizinden sonra güven alt boyutu ile benlik saygısı puanlarını ne düzeyde yordadığını incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 13’de verilmiştir.

Çizelge 13. Katılımcıların Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	R	R^2
Sabit	15.24	1.99	-	7.67	.000	.43	.18
Güven	.67	.09	.43	7.25	.000		

Çizelge 13’de elde edilen sonuçlar incelendiğinde ilişkilerde güvenin benlik saygısını anlamlı olarak yordadığı görülmektedir [$F_{(2, 238)} = 52.51, p < .001$]. İlişkilerde güvenin benlik saygısının toplam varyansına katkısı %18’dir ($R^2 = .18$). Güvenin modele katkısı anlamlıdır ve benlik saygısına olumlu katkı sağladığı görülmektedir ($\beta = .43$). Bu sonuçlara göre öğrencilerin kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa duydukları güven arttıkça benlik saygılarının da artacağı söylenebilir.

Demografik Bilgilere Göre Benlik Saygılarına İlişkin Bulgular

Araştırma sorularından “Ergenlerin sosyal medyaya her girdiğinde harcadıkları ortalama süreye göre benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 14’te verilmiştir.

Çizelge 14. Katılımcıların Sosyal Medyada Her Girdiklerinde Harcadıkları Ortalama Süreye Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları

Değişken	Kullanım Süresi	N	Ortalama	S.s.	sd	F	p	Anlamlı Fark
Benlik Saygısı	A	22	31.41	6.37	4/235	1.33	.259	Yok
	B	68	29.91	4.99				
	C	75	28.96	6.09				
	D	50	28.46	5.15				
	E	25	29.80	6.11				

A: 5-10 dk, B: 11-30 dk, C: 31-60 dk, D: 61-120 dk, E: 121 dk ve daha fazla.

Katılımcıların benlik saygılarının sosyal medyada her girdiklerinde harcadıkları süreye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Tek Faktörlü ANOVA sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur. Buna göre sosyal medyada harcanan sürelerin benlik saygılarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Araştırma sorularından “Sosyal medyada gerçek ad ile takma ad kullanan ergenlerin benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla bağımsız örneklem *t*-testi analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 15’de verilmiştir.

Çizelge 15. Katılımcıların Sosyal Medyada Gerçek veya Takma Ad Kullanma Durumlarına Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Bağımsız Örneklem *t*-Testi Sonuçları

Değişken	Ad Kullanımı	N	Ortalama	S.s.	<i>t</i>	<i>p</i>
Benlik Saygısı	Gerçek	203	29.81	5.64	2.44	.016
	Takma	37	27.38	5.32		

Öğrencilerin sosyal medyada gerçek veya takma ad kullanma durumlarına göre benlik saygılarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem *t*-testi sonucunda ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olduğu görülmüştür ($t_{(240)} = 2.44, p < .05$). Buna göre sosyal medyada gerçek veya takma ad kullanma durumunun benlik saygısını etkileyen bir faktör olduğu söylenebilir. Başka bir ifadeyle, gerçek ad kullanan kişilerin takma ad kullananlara göre benlik saygılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Araştırma sorularından “Ergenlerin sosyal medyada tanıştıkları insanlara duydukları güvene göre benlik saygısı puanları anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 16’da verilmiştir.

Çizelge 16. Katılımcıların Sosyal Medyada Tanıştıkları İnsanlara Duydukları Güveneye Göre Benlik Saygısı Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları

Değişken	Sınıf	N	Ortalama	S.s.	<i>sd</i>	F	<i>p</i>	Anlamlı Fark
Benlik Saygısı	A	163	29.50	5.50	2/237	.04	.960	Yok
	B	74	29.28	6.09				
	C	3	29.67	3.21				

A: Az, B: Orta, C: Çok.

Öğrencilerin benlik saygılarının sosyal medyada tanıştıkları insanlara duydukları güvene göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Tek Faktörlü ANOVA sonucunda aradaki

farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur. Buna göre katılımcıların sosyal medyada tanıştıkları insanlara duydukları güvenin benlik saygılarını etkilemediği söylenebilir.

Araştırma sorularından “Ergenlerin sosyal medya üyeliği oluşturduktan sonra gerçek hayattaki sosyal çevresindeki değişiklik durumuna göre benlik saygısı puanları anlamlı bir biçimde farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt bulmak amacıyla Tek Faktörlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Analize ilişkin elde edilen bulgular Çizelge 17’de verilmiştir.

Çizelge 17. Katılımcıların Sosyal Medya Üyeliği Oluşturduktan Sonra Gerçek Hayattaki Sosyal Çevresindeki Değişiklik Durumuna Göre Benlik Saygılarının Betimsel Analiz ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları

Değişken	Kullanım Süresi	N	Ortalama	S.s.	<i>sd</i>	F	<i>p</i>	Anlamlı Fark
Benlik Saygısı	A	57	29.23	5.78	2/237	.64	.531	Yok
	B	3	26.00	5.29				
	C	180	29.56	5.63				

A: Gerçek hayattaki çevrem arttı, B: Gerçek hayattaki çevrem azaldı, C: Değişmedi.

Öğrencilerin sosyal medya üyeliği oluşturduktan sonra gerçek hayattaki sosyal çevresinin değişim durumuna göre benlik saygısının istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan Tek Faktörlü ANOVA sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur. Buna göre sosyal medyada üyelik oluşturduktan sonra sosyal çevrede yaşanan değişim durumlarının benlik saygısını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

VII. SONUÇ VE ÖNERİLER

A. Sonuç

Günümüzde internet ve sosyal medya ağlarının kullanımı gittikçe hayatımızı işgal edecek bir duruma gelmiştir. Bireyler yaşamlarının her alanında sosyal medya ağlarını kullanmaya başlamışlardır. Sosyal medya ağları günlük yaşantıya birçok kolaylık getirmiştir. Fakat sosyal medya ağlarının aşırı kullanımının da zamanla bazı problemleri ortaya çıkarabileceği görülmektedir. Özellikle kimlik ve benlik geliştirme gibi önemli bir dönemde olan ergen bireyler için sosyal medya ağlarının kullanımı oldukça önem taşımaktadır.

Ergen bireylerin sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak ilerleyen zamanlarda yaşayabilecekleri problemlerin engellenmesinde sosyal çevrelerinin ve bu sosyal çevreyle kurdukları güven ilişkisinin önemli olduğu görülmektedir. Ergenlerin kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa duydukları güven arttıkça benlik saygılarının da arttığı söylenebilmektedir. Ancak ergenlerin sosyal medya ağlarında tanıştıkları insanlara duydukları güvenin benlik saygılarını etkilemediği görülmüştür.

Ergenlerin sosyal medya ağlarında geçirdiklerini sürenin benlik saygılarının gelişiminde bir etkisi olmadığı söylenebilmektedir. Ancak ergen bireyler sosyal medyada kendilerini yalnızlaştırabilecek kadar yani sosyal izolasyona neden olacak kadar vakit geçiriyorlarsa benlik saygılarının azalacağı sonucuna varılmıştır.

Ergenler sosyal medya ağlarında üyelik oluşturduktan sonra sosyal çevrelerinde yaşanan değişim durumlarının benlik saygılarını etkilemediği görülmüştür.

Katılımcı öğrencilerden 203 tanesi sosyal medya ağlarında gerçek ad kullanırken 37 tanesi ise takma ad kullandıklarını belirtmiştir. Gerçek ad kullananların takma ad kullananlara göre benlik saygılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

B. Öneriler

- Literatürde ergenlik dönemindeki bireylerin benlik saygısı ve sosyal medya kullanım tutumlarına ilişkin bazı araştırmalar olsa da bu araştırmalar, ilişkilerde güven kavramıyla birlikte çalışılmamıştır. Bu doğrultuda daha fazla okul türü ve öğrenci sayısına ulaşılarak tekrarlanabilir.
- Bu araştırmada öğrencilerin kişiler arası güven duygusu arttığında benlik saygılarının da yükseldiği sonucuna varılmıştır. Öğrencilere okul Psikolojik Danışma ve Rehberlik Servisleri'nin çalışmaları kapsamında, doğru ve güvenilir ilişkiler kurma becerileri verilebilir.
- Araştırma kapsamında öğrencilerin sosyal medya ağlarında geçirdikleri süreyle ilgili farklı seçenekler için anlamlı bir fark görülmemiştir. Araştırma sonucunun genellenebilmesi adına daha geniş örneklem gruplarıyla çalışmalar yapılabilir.
- Araştırmada sosyal medya ağlarında geçirilen sürenin benlik saygısı üzerinde herhangi bir etkisine rastlanamamıştır. Daha önce yapılan çalışmalarda sosyal medya ağlarını fazla kullanan bireylerde benlik saygısının düşük olduğu görülmüştür. Farklı sosyo-ekonomik veya farklı bir sosyo-kültürel bölgeden seçilecek bir başka örneklem grubunda bu araştırma sorusu tekrar incelenebilir.
- Bu araştırmada cinsiyet değişkenine bağlı bir analiz yapılmamıştır. Yapılacak yeni çalışmalarda cinsiyet değişkeni göz önünde bulundurulabilir ve farklı cinsiyet gruplarından farklı bir sonuç alınabilir.
- Araştırmada sosyal medya ağlarında gerçek ad kullanan öğrencilerin takma ad kullanan öğrencilere göre benlik saygılarının yüksek olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda okul Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Servisi çalışmalarının önleyici hizmetleri kapsamında; özgüven ve benlik saygısı geliştirmeye yönelik çalışmalar ve etkinlikler düzenlenebilir.

- Tüm okullar kapsamında, sosyal medya ağlarının öğrenciler üzerindeki olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması adına öğrenciler; farklı spor ve sanatsal etkinliklere yönlendirilebilir. Mill Eğitim Bakanlığı ile Gençlik ve Spor Bakanlığı işbirliği ile öğrencilere okul vrelerinde bu aktiviteler için daha iyi fiziksel imkanlar sunulabilir.
- Okullarda ğrenciler için sosyal medya kullanımının oluşturabileceği sosyal, psikolojik, bilişsel ve fiziksel zararlar ayrıntılı şekilde öğrencilere anlatılabilir.
- Okul Psikolojik Danışma ve Rehberlik Servisleri, okul yönetimleri ve veli işbirlikleri ile sosyal medya kullanımının doğru ve öğrenciler için rol model oluşturacak yapıda olması adına, veliler için de seminer ve çeşitli eğitimler düzenlenebilir.
- Öğrencileri daha iyi anlamaları ve onlara doğru rehberlik edebilmeleri adına eğitim kurumlarındaki öğretmenlere de internet-sosyal medya kullanımı konusunda eğitimler verilebilir.

VIII. . KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- ATKINSON, R.L., ATKINSON R.C., SMİTH, E.E., BEM, D.J., NOLEN-HOLEKSEMA, S. (2006). **Psikolojiye Giriş**, Çev. Yavuz Alogan, Ankara, Arkadaş Yayıncılık, 3. Baskı.
- AYDIN, B. (2019). **Çocuk ve Ergen Psikolojisi**, Ankara, Nobel Yayıncılık, 6. Baskı.
- BABACAN, M. E. (2017). **Sosyal Medya ve Gençlik**, İstanbul, Bir Yayıncılık, 1. Baskı.
- BACANLI, H. (2018). **Eğitim Psikolojisi**, Ankara, Pegem Akademi, 25. Baskı.
- BALKIŞ BAYMUR, F. (2017). **Genel Psikoloji**, İstanbul, İnkılâp Kitabevi, 26. Baskı.
- BAYRAKTAR, F. (2013). İnternet ve ergen gelişimi. KALKAN, M ve KAYGUSUZ, C. (Ed.), **İnternet Bağımlılığı. Sorunlar ve Çözümler** içinde, 75-94, Ankara, Anı Yayıncılık, 1. Baskı.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2014). **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, Ankara, Pegem Akademi, 20. Baskı.
- CÜCELOĞLU, D. (2018). **İnsan ve Davranışı**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 36. Baskı.
- ÇİVİLİDAĞ, A. (2013). **Gelişim Süreci Odağında Ergenlik Psikolojisi**, Ankara, Nobel Yayıncılık, 1. Baskı.
- ÇOKLUK, Ö., ŞEKERCİOĞLI, G. ve BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2016). **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**, Ankara, Anı Yayıncılık, 4. Baskı.
- ERASLAN, L. (2018). **Sosyal Medya ve Algı Yönetimi**, Ankara, Anı Yayıncılık, 1. Baskı.

- ERİKSON, E.H. (2009). **İnsanın 8 Evresi**, Çev. Gonca Akkaya, İstanbul, Okyanus Yayınları, 4. Baskı.
- IRAK, D. ve YAZICIOĞLU, O. (2012). **Türkiye ve Sosyal Medya**, İstanbul, Okyanus Yayınları, 1. Baskı.
- İNANÇ, B. Y., ve YERLİKAYA, E. (2009). **Kişilik Kuramları**, Ankara, Pegem Akademi, 4. Baskı.
- KULAKSIZOĞLU, A. (2018). **Ergenlik Psikolojisi**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 20. Baskı.
- ÖZTÜRK, O. (2016). **Özerk Benlik, Kul Benlik**, İstanbul, Okyanus Yayınları, 3. Baskı.
- STEINBERG, L. (1985). **Ergenlik**, Çev. Figen Çok, Ankara, İmge Kitabevi, 3. Baskı.
- ŞİRİN, S. (2020). **Yetişin Gençler**, İstanbul, Doğan Kitap, 1. Baskı.
- TABACHNICK, B. G. ve FIDELL, L. S. (2001). **Using Multivariate Statistics**, MA: Allyn ve Bacon, Inc., 4. Baskı.
- YAVUZER, H. (2017). **Çocuk Psikolojisi**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 41. Baskı.
- YÖRÜKOĞLU, A. (2007). **Gençlik Çağı**, İstanbul, Özgür Yayınları, 13. Baskı.

MAKALELER

- ADANA, F., ARSLANTAŞ, H. ve ŞAHBAZ, M. (2012). ‘Lise Öğrencilerinin Benlik Kavramlarını Algılama Biçimleri ve İlişkili Faktörler’, **Psikiyatri Hemşireliği Dergisi**, cilt 3, sayı 1, ss. 22-29.
- AHİOĞLU LİNDBERG, N. (2011), ‘Piaget ve Ergenlikte Bilişsel Gelişim’, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, cilt 19, sayı 1, ss. 1-10.
- AKBAŞ, O. (2005). ‘Lise Birinci Sınıf Öğrencilerinin Sınıf İçi Güven Düzeylerinin Belirlenmesi’, **Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**, cilt 25, sayı 2, ss. 275-292.
- ALİSİNANOĞLU, F. (2012). ‘Gençlik Dönemi Özellikleri ve Genç Anne-Baba İletişimi’, **Eğitim ve Bilim**, cilt 27, sayı 123, ss.62-63.

- ALTUN, F. ve YAZICI, H. (2013). 'Ergenlerin Benlik Algılarının Yordayıcıları Olarak: Akademik Öz Yeterlik İnancı ve Akademik Başarı', **Kastamonu Eğitim Dergisi**, cilt 21, sayı 1, ss. 145-156.
- ALTUNAY, U. M. C. (2010). 'Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da " Pıt Pıt Net"', **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, sayı 12, ss. 31-56.
- ARSLAN, E. (2008). 'Erikson'un Psikososyal Gelişim Dönemleri Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlama, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması', **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sayı 19, ss. 53-60.
- ARISOY, Ö. (2009). 'İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi', **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, cilt 1, sayı 1, ss. 55-67.
- ASIL, Ş. (2017). 'Tüketimde Benlik Algısı: Sosyal Medya Hesaplarında Tüketici Olmak', **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi International Journal Of Social Sciences**, cilt 2, sayı 3, ss. 1-22.
- ATAK, H. (2011). 'Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi: Kuramsal Bir Değerlendirme', **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, cilt 3, sayı 1, ss. 163-213.
- BAKIROĞLU TOKGÖZ, C. (2013). 'Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları', **Akademik Bilişim Konferansı**, Antalya.
- BALKAYA ÇETİN, A. ve CEYHAN, A.A. (2014). 'Ergenlerin İnternette Kimlik Denemeleri ve Problemler İnternet Kullanım Davranışları', **Addicta: The Turkish Journal on Addictions**, cilt 1, sayı 2, ss. 5-46.
- BAYHAN, P. ve İŞİTAN, S. (2010). 'Ergenlik Döneminde İlişkiler: Akran ve Romantik İlişkilere Genel Bakış', **Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi**, cilt 20, sayı 20, ss. 33-44.
- BAYAT, B. (2003). 'Bireylerin Benlik Algısı (Benlik Tasarımları) Sistemi ve Bu Sistemin Davranışları Üzerindeki Rolü', **Kamu-İş Dergisi**, cilt 7, sayı 2, ss. 2-11.
- BAYRAKTAR, F., ve GÜN, Z. (2006). 'Incidence and Correlates Of Internet Usage Among Adolescents In North Cyprus', **CyberPsychology & Behavior**, cilt 10, sayı 2, ss. 191-197.

- BAYRAKTUTAN, G., BİNARK, M., ÇOMU, T., DOĞU, B., İSLAMOĞLU, G., ve AYDEMİR, A. T. (2012). ‘Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel–Nitel Arayüzey İncelemesi’, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, cilt 7, sayı 3, ss. 5-29.
- BOZKURT, Ö. (2018). ‘Sosyal Medya ve Kültürel Yansımaları’, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 5, sayı 17, ss. 406-417.
- BULUNMAZ, B. (2011). ‘Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği’, **Global Media Journal Turkish Edition**, cilt 2, sayı 3, ss. 19-50.
- CILIZOĞLU, G. Y. ve ÇETİNKAYA, A. (2016). ‘Sivil Toplum Örgütlerinin Instagram Kullanımı’, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, sayı 27, ss. 161-181.
- ÇAKMAK, V. (2018). ‘Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma’, **Online Academic Journal Of Information Technology**, cilt 9, sayı 30, ss. 137-152.
- ÇALIŞKAN, M. ve MENCİK, Y. (2015). ‘Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya’, **Akademik Bakış Dergisi**, sayı 50, ss. 254-277.
- ÇAM, M. O., ENGİN, E. ve UĞURYOL, M. (2017). ‘Üniversite Öğrencilerinde Benlik Gelişimi ve Güven Duygusu’, **Journal Of International Social Research**, cilt 10, sayı 51, ss. 508-514.
- ÇEVİK, G. B. ve ATICI, M. (2009). ‘Lise 3. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygılarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi’, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, cilt 6, sayı 1, ss. 339-352.
- DARI, A.B., (2018). ‘Sosyal Medya ve Siyaset: Türkiye’deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı’, **Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 2, sayı 1, ss. 1-10.
- DEMİR, G. ve DERELİOĞLU, Y. (2010). ‘Gençlerde Otoriteriyenizmin Yordayıcıları Olarak Kimlik Statüleri ve Kimlik Stilllerinin İncelenmesi’, **Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, cilt 23, sayı 1, ss. 99-119.

- DEMİR, Ü. (2016). ‘Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, **Journal Of Selcuk Communication**, cilt 9, sayı 2, ss. 27-50.
- DENİZCİ, M. (2009). ‘Bilişim toplumu bağlamında internet olgusu ve sosyopsikolojik etkileri’, **Marmara İletişim Dergisi**, sayı 15, ss. 47-63.
- DERMAN, O. (2008). ‘Ergenlerde Psikososyal Gelişim’, **Adolesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi**, cilt 63, sayı 1, ss. 19-21.
- DOĞAN, U. ve KARAKUŞ, Y. (2006). ‘Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Yalnızlık’, **Sakarya University Journal of Education**, cilt 6, sayı 1, ss. 57-71.
- EKER, S. (2012). ‘Alfred Adler’in Kişilik Kuramı’nın Demokrasi Düşüncesi Açısından Önemi’, **Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 13, sayı 22, ss. 157-180.
- ERİŞ, Y. ve İKİZ, F. E. (2013). ‘Ergenlerin Benlik Saygısı ve Sosyal Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki ve Kişisel Değişkenlerin Etkileri’, **Turkish Studies**, cilt 8, sayı 6, ss. 179-193.
- ERŞAN, E. E., DOĞAN, O. ve DOĞAN, S. (2009). ‘Beden Eğitimi ve Antrenörlük Bölümü Öğrencilerinde Benlik Saygısı Düzeyi ve Bazı Sosyodemografik Özelliklerle İlişkisi’, **Klinik Psikiyatri Dergisi**, cilt 12, sayı 1, ss. 35-42.
- ERYILMAZ, A. ve AYPAY, A. (2011), ‘Ergen Öznel İyi Oluşu ile Kimlik Statüsü İlişkisinin İncelenmesi’, **Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi**, cilt 16, ss. 167-179.
- GÜL, S. K. ve GÜNEŞ, İ. D. (2009), ‘Ergenlik Dönemi Sorunları ve Şiddet’, **Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 11, sayı 1, ss. 79-101.
- GÜMÜŞ, N., ZENGİN, H. ve GEÇTİ, F. (2013). ‘Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook Uygulamalarının Marka Denkliği Üzerindeki Etkisi: Bir Gsm Operatörünün Facebook Sayfası Üzerinde Araştırma’, **Sakarya İktisat Dergisi**, cilt 2, sayı 2, ss. 87-117.

- GÜRSES, İ. ve KILAVUZ, M. A. (2011). 'Erikson'un Psiko-Sosyal Gelişim Dönemleri Teorisi Açısından Kuşaklararası Din Eğitimi ve İletişiminin Önemi', **Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, cilt 20, sayı 2, ss. 153-166.
- GÜRSES, İ. ve KILAVUZ, M. A. (2016), 'Kuşakların Ahlaki Değerleri Birlikte Öğrenmesi: Kohlberg'in Ahlaki Gelişim Kuramı Açısından Bir Değerlendirme', **Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, cilt 25, sayı 1, ss. 97-117.
- HAZAR, M. (2011). 'Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması', **İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi**, cilt 32, ss. 151-175.
- HUFFAKER, D. (2006). 'Teen Blogs Exposed: The Private Lives Of Teens Made Public', **American Association For The Advancement of Science**, ss. 1-13.
- KARADEMİR, T., ve ALPER, A. (2011). 'Öğrenme Ortamı Olarak Sosyal Ağlarda Bulunması Gereken Standartlar', **5. Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu**, Fırat Üniversitesi, ss. 1-13.
- KOCABIYIK, O. O. (2014), 'Benlik ve Ahlaki Kimlik', **Değerler Eğitimi Dergisi**, cilt 12, sayı 27, ss. 261-280.
- KOÇ, M. (2004). 'Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri', **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, cilt 1, sayı 17, ss. 231-238.
- KURT, D., SAYIL, M., ve TEPE, Y. K. (2013). 'Ana Babanın Psikolojik Kontrolü ile Gencin Yalnızlığı Arasındaki İlişkide Kişilerarası Güven İnancı ve Bağlanmanın Rolü', **Türk Psikoloji Dergisi**, cilt 28, sayı 71, ss. 105-116.
- KÜÇÜK, V. ve KOÇ, H. (2004). 'Psiko-Sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi', **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, sayı 9.
- LAFÇI, K. T. (2018). 'Gençlerin Meslek Seçiminde Karşılaştıkları Güçlükler Üzerine Bir Değerlendirme', **USE Uluslararası Sosyoloji ve Ekonomi Dergisi**, sayı 1, ss. 97-120.

- LİVINGSTONE, S. (2003). 'Children's Use Of The İnternet: Reflections On The Emerging Research Agenda', **New Media & Society**, cilt 5, sayı 2, ss. 147-166.
- MARCİA, J.E. (1966). 'Development and Validation Of Ego-İdentity Status', **Journal of Personality and Social Psychology**. cilt 3, sayı 5, ss. 551-558.
- ODABAŞI, H. F., MISIRLI, Ö., GÜNÜÇ, S., TİMAR, Z. Ş., ERSOY, M., SOM, S., ve EROL, O. (2012). 'Eğitim İçin Yeni Bir Ortam: Twitter', **Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, cilt 2, sayı 1, ss. 89-103.
- OKTAN, V. ve ŞAHİN, M. (2010). 'Kız Ergenlerde Beden İmajı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi', **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, cilt 7, sayı 2, ss. 543-556.
- OTRAR, M., ve ARGİN, F. S. (2014). 'Ergenlerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Çok Boyutlu İncelenmesi'. **Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama**, sayı 10, ss. 3-22.
- OTRAR, M., ve Argın, F. S. (2015). 'Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması', **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, cilt 6, sayı 1, ss. 391-403.
- ÖZEN, Y. ve GÜLAÇTI, F. (2010). 'Benlik-Kavramı ve Benliğin Gelişimi Bilen Benliğe Gereksinim Var Mı?', **Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, cilt 12, sayı 2, ss. 20-38.
- ÖZKAN, İ. (1994). 'Benlik Saygısını Etkileyen Etkenler', **Düşünen Adam: Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi**, cilt 7, sayı 3, ss. 4-9.
- PARLAZ, E. A., TEKGÜL, N., KARADEMİRCİ, E. ve ÖNGEL, K. (2012). 'Ergenlik Dönemi: Fiziksel Büyüme, Psikolojik ve Sosyal Gelişim Süreci', **Turkish Family Physician**, cilt 3, sayı 4, ss. 10-16.
- SAĞBAŞ, E.A., BALLI, S. ve ŞEN, F. (2016), 'Sosyal Medya Ve Gençler Üzerindeki Etkileri', **Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi**

Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı,
ss.153-163.

SAĞLAM ARI, G. (2003), ‘Yöneticiye Duyulan Güven Örgütsel Bağlılığı Artırır Mı?’, **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, sayı 2, ss. 17-36.

SAĞLAM ARI, G., ve TUNÇAY, A. (2010), ‘Yöneticiye Duyulan Güven ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Devlet Hastanelerinde Çalışan İdari Personel Üzerinde Bir Araştırma’, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, cilt 24, sayı 4, ss. 113-135.

SOLMAZ, B., TEKİN, G., HERZEM, Z. ve DEMİR, M. (2013). ‘İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama’, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, cilt 7, sayı 4, ss. 23-32.

ŞAHİN, Ş. ve ÖZÇELİK, Ç. Ç. (2016), ‘Ergenlik Dönemi ve Sosyalleşme’, **Cumhuriyet Hemşirelik Dergisi**, cilt 5, sayı 1, ss. 42-49.

ŞENGÜN, M. (2007). ‘Ahlaki Gelişimin Psiko-Sosyal Dinamikleri’, **Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, cilt 23, sayı 23, ss. 201-221.

TONGA, Z., ve HALİSDEMİR, D. (2017). ‘Ergen Öznel İyi Oluşu İle Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi’, **Journal Of Social And Humanities Sciences Research**, cilt 4, sayı 12, ss. 1214-1221.

TÜMKAYA, S., ÇELİK, M., ve AYBEK, B. (2013). ‘Ergenlerin Kişilerarası İlişkilerini Etkileyen Sosyal Yaşantı Değişkenlerinin İncelenmesi’, **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sayı 24, ss. 163-178.

TÜRK, A. R., ve KAZAN, H. (2019). ‘Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Tutumları ile Yabancılaşma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi; İstanbul İli Eyüpsultan İlçesi Örneği’, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, cilt 6, sayı 37, ss. 450-484.

- TÜRKMENOĞLU, H. (2014). ‘Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak İnstagram’, **Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 2, sayı 4, ss. 87-100.
- VURAL, Z., ve BAT, M. (2010). ‘Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma’, **Journal of Yasar University**, cilt 5, sayı 20, ss. 3348-3382.
- YAĞMURLU, A. (2011). ‘Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya’, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, cilt 7, sayı 1, ss. 5-15.
- YILDIRIM, A. (2014). ‘İnternetin Görünen Yüzü’, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, cilt 16, sayı 1, ss. 51-59.
- YILDIZ, M. ve ÇAPAR, B. (2010). ‘Orta Öğretim Öğrencilerinde Benlik Saygısı ile Dindarlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi’, **Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi**, cilt 10, sayı 3, ss. 103-131.
- YILMAZ, H. A. (2016). ‘Bir Derleme: Benlik Kavramına İlişkin Bazı Yaklaşımlar ve Tanımlamalar’, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, sayı 48, ss. 79-89.
- YÜKSEL ŞAHİN, F., ve ÖZTOPRAK, Ö. (2019). ‘Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi’, **IBAD Sosyal Bilimler Dergisi**, ss. 363-377.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- URL-1 <https://digitalreport.wearesocial.com/>. (Erişim Tarihi:1 Şubat 2019).
- URL-2 <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01 Temmuz 2019).
- URL-3 ‘Facebook Nedir? Nasıl Kullanılır? Facebook’un Özellikleri Nelerdir?’, **Branding Türkiye**, <https://www.brandingturkiye.com/facebook-nedir-neden-onemlidir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/> , (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).

- URL-4 ‘Digital in 2020’, We Are Social, <https://wearesocial.com/digital-2020> .
(Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).
- URL-5 ‘Tweeting Made Easier’, Twitter Blog, https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html (Erişim Tarihi: 16 Şubat 2020).
- URL-6 TEKULVE, N ve KELLY, K, ‘Worth 1,000 Words: Using Instagram to Engage Library Users’, Brick and Click Libraries Symposium,
https://ecommons.udayton.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1020&context=roesch_fac
(Erişim tarihi: 18 Şubat 2020)
- URL-7 ‘About Instagram’, <https://about.instagram.com/features> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2020).
- URL-8 ‘Social Media- Statistics & Facts’, Statista, <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> ,(Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).
- URL-9 ‘The History of Social Media: 29 Key Moments’, Hootsuite, <https://blog.hootsuite.com/history-social-media/> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).
- URL-10 ‘A History of Social Media’, Copyblogger, <https://copyblogger.com/history-of-social-media/> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).
- URL-11 GROSSECK, G., ve HOLOTESCU, C., ‘Can We Use Twitter for Educational Activities’, In 4th International Scientific Conference, Elearning and Software for Education, Bucharest, Romania. https://www.researchgate.net/publication/228685205_Can_we_use_Twitter_in_educational_activities (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2020).

TEZLER

- ARGUN, Y. (2005). ‘Anne Baba ve Öğretmenlerin Öğrenilmiş Güçlülüğü ile Okulöncesi Çocukların Davranışsal-Duygusal Güçlülüğü ve Kendilik

- Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi', (Yayımlanmamış doktora tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- ARICAK, O. T. (1999). 'Grupla Psikolojik Danışma Yoluyla Benlik ve Mesleki Benlik Saygısının Geliştirilmesi', (Yayımlanmamış doktora tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- ASLAN, M. (2016). 'Our Work in Progress: Instagram-Sourced Participatory Storytelling Installation', (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi.
- BOZ, N. (2012). 'Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu', (Yayımlanmış doktora tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- ÇANKAYA, B. (2007). 'Lise I. Ve II. Sınıf Öğrencilerinin Algılanan Benlik Saygısının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi', (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- ÇELİK GÜL, Gonca. (2007). 'Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Kliniğine Başvuran Ergenlerin Özellikleri', (Yayımlanmış tıpta uzmanlık tezi), Çukurova Üniversitesi, Tıp Fakültesi.
- ÇEVİK, S.B. (2019). 'Sosyal Medyada Kuşak Farkı: Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma', (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- DEMİRCİ, İ. (2017). 'Huzurlu ve Mutlu Yaşamın Değerler ve Karakter Güçleri Bağlamında Karma Bir Araştırmayla İncelenmesi', (Yayımlanmış doktora tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- GÜNDOĞDU, R. (2018). 'Gençlerde Marka Sadakati Oluşumunda Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Örneği Üzerine Nicel Bir Araştırma', (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.
- GÜNGÖZ, E. (2019). 'Spor Yapan Ergenlerde Akran Baskılarının Benlik Saygısı Düzeylerine Etkisi', (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Kış Sporları ve Spor Bilimleri Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi.

- HEKİMOĞLU, H. (2019). ‘Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği’, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri Erciyes Üniversitesi.
- KAŞIKÇI, B.N. (2019). ‘Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ile Dissosiyasyon ve Duygu İfadesi Arasındaki İlişki’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üsküdar Üniversitesi.
- KORKMAZ YILMAZ, M. (2020). ‘Kriz İletişimi ve Sosyal Medya: Markaların Kriz İletişim Stratejilerinde Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bahçeşehir Üniversitesi.
- ÖZÇİÇEK, G. (2014). ‘Çocuğun Benlik Kavramının Olumluluğu, Annenin Mükemmeliyetçiliği ve Anne Kabul Red Algısı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Arel Üniversitesi.
- ÖZTÜRK, Bünyamin. (2019). ‘Siyasal İletişimde Seçmene Doğrudan Ulaşmanın Aracı Olarak Twitter; 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Adayların Twitter Kullanımı Üzerine Bir Araştırma’, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi.
- SARIKAYA, A. (2015). ‘14-18 Yaş Arası Ergenlerin Benlik Saygısı ve Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri Arasındaki İlişki’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Bilim Üniversitesi.
- TAYSİ, E. (2000). ‘Benlik Saygısı Arkadaşlardan ve Aileden Sağlanan Sosyal Destek: Üniversite Öğrencileriyle Yapılan Bir Çalışma’. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara Üniversitesi.
- UŞAKLI, H. (2006). ‘Drama Temelli Grup Rehberliğinin İlköğretim V Sınıf Öğrencilerinin Arkadaşlık İlişkileri, Atılganlık Düzeyi ve Benlik-Saygısına Etkisi’, (Yayımlanmış doktora tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi.

YAKAR, C. (2019). ‘Ruhsal Hastalıklarda İçselleştirilmiş Damgalanma ve Benlik Saygısı Üzerine Bir Meta Analiz Çalışması’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çağ Üniversitesi.

YENİDÜNYA, A. (2005). ‘Lise Öğrencilerinde Rekabetçi Tutum, Benlik Saygısı ve Akademik Başarı İlişkisi’, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.

EKLER

Ek-1: Kişisel Bilgi Formu

Ek-2: Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Ek-3: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Ek-4: İlişkilerde Güven Ölçeği

Ek-5: Etik Kurul Kararı

Ek-1: Kişisel Bilgi Formu

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ - SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANA BİLİM DALI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Sevgili öğrenciler; sizler için hazırlanmış olan bu ölçme sorularının amacı, sosyal medya kullanımının benlik saygısıyla ilişkisini araştırmaktır. Anket sorularına vereceğiniz her cevap çalışmanın önemini ve doğruluğunu ortaya koyma sürecinde çok önemlidir. Anket için vereceğiniz tüm bilgiler saklı tutulacaktır. Katılımlarınız için şimdiden çok teşekkür ederiz.

Psikolojik Danışman

Gözde KARAMAN

- 1) **Cinsiyetiniz:** a) Kız () b) Erkek ()
- 2) **Sınıf düzeyiniz:** a) 9. Sınıf () b) 10. Sınıf ()
c) 11. Sınıf () d) 12. Sınıf ()
- 3) **Yaşınız:** a) 14 () b) 15 () c) 16 () d) 17 () e) 18 ()
- 4) **Anneniz:** a) Sağ () b) Vefat etti ()
- 5) **Babanız:** a) Sağ () b) Vefat etti ()
- 6) **Anne-babanın birlikteliği:**
a) Birlikte () b) Ayrı ()
- 7) **Ailenizin gelir durumu:** a) 1500 tl'den az () b) 1500 – 2500tl () c) 2500 – 5000 ()
d) 5000 tl'den fazla ()
- 8) **Anne ve babanızın çalışma durumu:**
a) Anne çalışmıyor, baba çalışıyor () b) Baba çalışmıyor, anne çalışıyor ()
c) İkisi de çalışıyor () d) İkisi de çalışmıyor ()
- 9) **Babanın öğrenim durumu:**
a) Okuryazar değil () b) İlkokul mezunu () c) Ortaokul mezunu ()
d) Lise mezunu () e) Üniversite mezunu () f) Yüksek lisans ve üstü ()
- 10) **Annenin öğrenim durumu:**
a) Okuryazar değil () b) İlkokul mezunu () c) Ortaokul mezunu ()
d) Lise mezunu () e) Üniversite mezunu () f) Yüksek lisans ve üstü ()
- 11) **Herhangi bir sosyal medya sitesine üyeliğiniz var mı ?**
a) Evet () b) Hayır ()

12) Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?

- a) 1 yıldan az () b) 1-2 yıl () c) 3-4 yıl () d) 4 yıldan fazla ()

13) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?

- a) Her gün bir kereden fazla() b) Her gün bir kere() c) Haftada bir kereden fazla()
d) Haftada bir kere() e) Ayda birkaç kere()

14) Sosyal medya sitelerine her girdiğinizde harcadığınız ortalama süre ne kadardır?

- a) 5-10 dk. () b) 11-30 dk.() c) 31-60 dk. ()
d) 61-120 dk. () e) 121 dk. ve daha fazla()

15) Sosyal Medya yoluyla tanık olduğunuz insanlık dışı (şiddet, istismar vb) görüntülere tepki gösterir misiniz ?

- a) Her zaman gösteririm() b) Çoğunlukla gösteririm() c) Ara sıra gösteririm ()
d) Genelde göstermem()

16) Sosyal medya sitelerindeki üyeliğinizi gerçek adınızla mı, takma adınızla mı açıyorsunuz?

- a) Gerçek ad() b) Takma ad()

17) Sosyal medyayı kullanma amacınız nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- () Kendimi tanıtmak için
() Popüler olmak için
() Bilgi sahibi olmak için (Haber okuma, ödev yapma vb.)
() Paylaşımında bulunmak için (Fotoğraf, yazı, yer bildirim, müzik, video vb.)
() İletişim kurmak için (Mesajlaşma, sohbet)
() Farklı insanlarla tanışmak için
() Sosyalleşmek için (Gruplara katılma, Arkadaşlarım kullandığı için, Dışlanmamak için vb)
() Eğlence için (Oyun oynama, müzik dinleme vb.)
() Başkalarını takip etmek için
() Başkaları tarafından takip edilmek için
() Özgürce kendimi ifade etmek için
() Boş zamanlarımı değerlendirmek için
() Gerçek dünyadan uzaklaşmak için
() Diğer (Lütfen belirtiniz:.....)

18) Sosyal medyanın herhangi bir aracında hesap/üyelik oluşturduktan sonra gerçek hayattaki sosyal çevrenizde değişim oldu mu?

- a) Gerçek hayattaki çevrem arttı() b) Gerçek hayattaki çevrem azaldı()
c) Değişmedi()

19) Sosyal medyada edindiğiniz yaşantı ve deneyimler sizin için ne kadar önemlidir?

- a) Fazla Önemlidir b) Biraz Önemlidir c) Önemli Değildir

20) En çok hangi sosyal sosyal ağları kullanıyorsunuz?
(*Sadece bir tane belirtiniz.*)

-

21) En faydalı sosyal iletişim mecrası hangisidir?
(*Sadece bir tane belirtiniz.*)

-

22) Sosyal medyada tanıştığınız insanlara ne kadar güveniyorsunuz?

a) Az b) Orta c) Çok

Ek-2: Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Sıra	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin, beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla arkadaşlarımla beğenilmesinden hoşlanıyorum.					

13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşına sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					
18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.					
21	Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					

Ek-3: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

- 1.** Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.
- Çok doğru
 - Doğru
 - Yanlış
 - Çok yanlış
- 2.** Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.
- Çok doğru
 - Doğru
 - Yanlış
 - Çok yanlış
- 3.** Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.
- Çok doğru
 - Doğru
 - Yanlış
 - Çok yanlış
- 4.** Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.
- Çok doğru
 - Doğru
 - Yanlış
 - Çok yanlış
- 5.** Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.
- Çok doğru
 - Doğru
 - Yanlış
 - Çok yanlış

6. Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.

- Çok doğru
- Doğru
- Yanlış
- Çok yanlış

7. Genel olarak kendimden memnunum.

- Çok doğru
- Doğru
- Yanlış
- Çok yanlış

8. Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.

- Çok doğru
- Doğru
- Yanlış
- Çok yanlış

9. Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum.

- Çok doğru
- Doğru
- Yanlış
- Çok yanlış

10. Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığımı düşünüyorum.

- Çok doğru
- Doğru
- Yanlış
- Çok yanlış

Ek-4: İlişkilerde Güven Ölçeği

Aşağıdaki ifadelerin her birinin size ne derece uyduğunu, yanındaki kutucuklarda yer alan “1= Bana Hiç Uygun Değil” ile “5= Bana Tamamen Uygun” arasındaki rakamlardan yalnızca birinin üstüne (X) işareti koyarak gösteriniz.						
<i>(1) Bana Hiç Uygun Değil (2) Bana Uygun Değil (3) Bana Biraz Uygun (4) Bana Oldukça Uygun (5) Bana Tamamen Uygun</i>						
1	Sıkıntılı dönemlerde bana destek olabilecek insanlar var.	1	2	3	4	5
2	Güvenebileceğim arkadaşlarım var.	1	2	3	4	5
3	Hayatımda değer verdiğim insanlar var.	1	2	3	4	5
4	Sıkıntılı durumlarda derdimi paylaşabileceğim birini bulmakta	1	2	3	4	5
5	Çevremde beni önemseyen insanlar var.	1	2	3	4	5
6	Çevremdekiler bana sırlarını anlatabileceklerini bilirler.	1	2	3	4	5
7	Olduğum gibi görünürüm ve olduğum kişi gibi yaşamımı	1	2	3	4	5
8	Dürüst bir insanım.	1	2	3	4	5
9	Çevremdekilere içten ve samimi davranırım.	1	2	3	4	5
10	Çevremdeki insanlar bana güvenir.	1	2	3	4	5

Ek-5: Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 15/04/2020-1506



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-020
Konu : Etik Onay hk.

Sayın Gözde KARAMAN

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 18.03.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

e-imzalıdır
Dr.Öğr.Üyesi Alper FİDAN
Müdür Yardımcısı

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/enVision.Dogrula/BelgeDogrulama.aspx?V=BE4M3ZHJ3>

Adres:Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL
Telefon:444 1 428
Elektronik Ağ:<http://www.aydin.edu.tr/>

Bilgi için: Tuğba SÜNNETÇİ
Unvanı: Enstitü Sekreteri



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Gözde KARAMAN
Doğum Tarihi ve Yeri : 05.09.1990 Tirebolu/ GİRESUN
E-posta : gozdekaraman@stu.aydin.edu.tr

ÖĞRENİM DURUMU:

Lisans : 2013,Giresun Üniversitesi,Eğitim Fakültesi, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik.

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER: 2013 yılında lisans bölümüm olan Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik programından mezun olduktan sonra KPSS'ye girerek Sultanbeyli Merkez İlkokulu'na Psikolojik Danışman ve Rehber Öğretmen olarak atandım. 2016 yılında Kartal Mesleki ve Teknik Anadolu lisesine tayin oldum. Bir yıl bu okulda çalıştıktan sonra 2017 yılında Ataköy Anadolu Lisesi'ne tayin istedim ve halen aynı okulda Psikolojik Danışman ve Rehber Öğretmen olarak çalışmaktayım.

YAYIN:

KAZAN, H., KARAMAN, G. ve OKDEMİR, M.'The Effect of Social Media Advertisements on Consumption Perception of Adolescents', **Communication and Technology Congress**, ss. 167-175. <https://vrlab.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2019/12/CTC2019.pdf>