



**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
HEMŞİRELİK ANA BİLİM DALI
RUH SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI HEMŞİRELİĞİ DOKTORA PROGRAMI**

DOKTORA TEZİ

**BİREYLERİN RESİMLERDE KAYBOLMA (PHOTOLURKİNG)
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME
ÇALIŞMASI**

Fatma İlknur UZUN

MUĞLA-2024

**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
HEMŞİRELİK ANA BİLİM DALI
RUH SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI HEMŞİRELİĞİ DOKTORA PROGRAMI**

DOKTORA TEZİ

**BİREYLERİN RESİMLERDE KAYBOLMA (PHOTOLURKİNG)
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME
ÇALIŞMASI**

Fatma İlknur UZUN

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nezihe BULUT UĞURLU**

MUĞLA-2024

TEZ ONAYI

Fatma İlknur UZUN tarafından hazırlanan “Bireylerin Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Davranışlarının İncelenmesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Hemşirelik Ana Bilim Dalı, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği Doktora Programında, Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı	Prof. Dr. Saadet YAZICI İstanbul Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi	(İmza)
Tez Danışmanı	Prof. Dr. Nezihe BULUT UĞURLU Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	(İmza)
Üye	Doç. Dr. Fatma BİRGİLİ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	(İmza)
Üye	Prof. Dr. Funda KAVAK BUDAK İnönü Üniversitesi	(İmza)
Üye	Doç. Dr. Pınar ÖZTÜRK ÇİÇEKOĞLU Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	(İmza)

Tez savunma tarihi: 27.12.2024

Bu tez Hemşirelik Ana Bilim Dalı, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği Doktora Programında, Doktora Tezi olması için gerekli şartları yerine getirmektedir.

Prof. Dr. Müesser ÖZCAN
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

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

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

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan ***“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”*** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi / MSKÜ Açık Erişim Sisteminde erişime açılabilir.

☐ Tezimle ilgili patent başvurusu yapılacağından veya patent alma süreci devam ettiğinden Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile tezimin mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl erişime açılmasının ertelenmesini talep ediyorum.

☒ Tezimde yeni teknik, materyal ve metotlar kullanıldığından ve henüz makaleye dönüşmemiş olduğundan Enstitü Yönetim Kurul kararı ile mezuniyet tarihimden itibaren 6 ay tezimin erişime açılmasının ertelenmesini talep ediyorum.

27.12.2024

(İmza)

Fatma İlknur UZUN

ETİK BEYAN

Doktora tezi olarak sunduğum “Bireylerin Photolurking Davranışlarının İncelenmesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” isimli çalışmada tezin planlanmasından yazımına kadar tüm süreçlerde etik ilkelere bağlı kaldığımı, tezime ilişkin bilgi ve belgeleri akademik ve bilimsel etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezimde kullandığım tüm görsel ve yazılı materyallerin kaynağını gösterdiğimi, yararlandığım eserlerin tümünün kaynaklar bölümünde yer aldığını, tezimin Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna göre yazıldığını beyan ederim.

27.12.2024

(İmza)

Fatma İlknur UZUN

TEŞEKKÜR

Tezim yazım aşamasında birçok farklı tecrübe yaşadım. Bu sürecin ilk aşamasında karnımda, ilerleyen aşamalarında kucağımda olan, bana en güzel duyguları yaşatan ve kalbimi sevgiyle dolduran biricik kızım sevgili Sıdika Nil UZUN’a teşekkür ederim.

Varlığı ve sonsuz sevgi ve desteği ile her zaman yanımda olan eşim, mesletaşım, sınıf arkadaşım, çocukluk arkadaşım, biricik kızımın kocaman babası Oğulcan UZUN’a teşekkür ederim.

Lisans eğitimimi alırken ilk dersine girdiğim andan beri hayranlık duyduğum, doktora programından ilk mezun olan öğrencisi olmakla gururlandığım; saygıdeğer karakteri, müthiş duruşu, sayılamayacak kadar çok özveri ve fedakârlık gösteren saygıdeğer danışmanım Prof Dr Nezihe Bulut UĞURLU’ya teşekkür ederim.

Sevgisini tüm kalbimde hissettiğim, benimle gururlanacağına emin olduğum, benimle sevinip benimle üzülen “Koruyucu Meleğim” “Kaldırım Çiçeğim” canım teyzem Sıdika ÖZÇELİK’e teşekkür ederim.

Beni yetiştirip, şekillendiren ve bugünüme gelmemdeki her türlü maddi ve manevi desteğini esirgemeyen sevgili babam Hüseyin İNAN’a, annem Sevinç İNAN ’a, anneannem Nazire Özçelik’e, dedem Emin Özçelik’e ve biricik sevgili kardeşim Özge İNAN’a teşekkür ederim.

BİREYLERİN RESİMLERDE KAYBOLMA (PHOTOLURKİNG) DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

ÖZET

Araştırma, bireylerin resimlerde kaybolma (photolurking) davranışlarına yönelik bir ölçek geliştirilmesi amacıyla metodolojik ve tanımlayıcı bir araştırmadır. Araştırma evrenini Muğla İl'inde yer alan bir üniversite ve bu üniversitenin fakülte ve yüksekokullarında öğrenim gören öğrenciler (N:19577) oluşturmaktadır. Örneklem seçimi, cinsiyet üzerinden tabakalı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir (N=533). Araştırma verileri Aralık 2023 -Ocak 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak tanıtıcı bilgi formu ve araştırmacı tarafından literatür doğrultusunda 5'li likert tipi şeklinde hazırlanan 64 maddeden oluşan taslak ölçek kullanılmıştır. 64 maddeden oluşan taslak ölçek uzman görüşlerinin değerlendirilmesine sunulmuş ve sonrasında oluşturulan 54 maddelik taslak ölçek veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Verilerin analizi SPSS 23 ve AMOS 26 paket programları kullanılarak yapılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği (RKÖ) 5 alt boyut (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık) ve 46 maddeden oluşmuştur. Ölçek maddelerinin Kapsam Geçerlik İndeksi 0.81-1.00; madde toplam puan korelasyonları 0.31-0.84 ve alt boyutların iç tutarlılığı 0.72-0.96 arasındadır. Alt boyut puan ortalamaları; zaman 2.12 ± 0.44 ; farkındalık 2.74 ± 0.56 ; özgüven 2.73 ± 0.60 ; saklanma 2.97 ± 0.71 ve bağımlılık 2.88 ± 0.48 olarak bulunmuştur. Alt boyutlar arasındaki en güçlü ilişkinin saklanma ve bağımlılık arasında, en zayıf ilişkinin ise zaman ve özgüven arasında olduğu saptanmıştır. RKÖ 'i ile en güçlü ilişkinin bağımlılık alt boyutu ile olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak geliştirilen RKÖ 'nin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu, üniversite öğrencilerinde resimlerde kaybolma (photolurking) davranışının en çok bağımlılık en az ise zamanla ilgili olduğu ve resimlerde kaybolma davranışlarının kişisel ve sosyal medya kullanım amacı ve tercih edilen sosyal medya platformuna göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Resimlerde Kaybolma, Photolurking, Ölçek Geliştirme, Geçerlik Güvenirlik, Psikiyatri, Hemşirelik, Öğrenci

INVESTIGATION OF PHOTOLURKING BEHAVIORS OF INDIVIDUALS: A SCALE DEVELOPMENT STUDY

ABSTRACT

The research is a methodological and descriptive research in order to develop a scale for the photolurking behaviors of individuals. The research population consists of a university located in Muğla Province and students studying at the faculties and colleges of this university (N: 19577). Sample selection was determined by stratified sampling method based on gender (N=533). Research data was collected between December 2023 and January 2024. As a data collection tool, an introductory information form and a draft scale consisting of 64 items prepared by the researcher in the form of a 5-point Likert type in line with the literature were used. The draft scale consisting of 64 items was presented to the evaluation of expert opinions and the draft scale consisting of 54 items was used as a data collection tool. The analysis of the data was performed using SPSS 23 and AMOS 26 package programs. According to the results of the analysis, the Photolurking Scale consisted of 5 sub-dimensions (time, awareness, self-confidence, hiding and addiction) and 46 items. The Scope Validity Index of the scale items was 0.81-1.00; Item total score correlations are between 0.31-0.84 and the internal consistency of the sub-dimensions is between 0.72-0.96. Sub-dimension means scores; time 2.12 ± 0.44 ; mindfulness 2.74 ± 0.56 ; self-confidence 2.73 ± 0.60 ; retention was 2.97 ± 0.71 and dependence was 2.88 ± 0.48 . It was determined that the strongest relationship between the sub-dimensions was between hiding and dependence, and the weakest relationship was between time and self-confidence. It was determined that the strongest relationship with RCS was with the sub-dimension of addiction. As a result, it has been determined that the developed RPS is a valid and reliable scale, that the photolurking behavior in university students is the most addictive and the least time-related, and that the behaviors of getting lost in the pictures differ according to the purpose of personal and social media use and the preferred social media platform.

Keywords: Disappearance in Images, Photolurking, Scale Development, Validity and Reliability, Psychiatry, Nursing, Student

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER VE RESİMLER DİZİNİ	xii
TABLolar DİZİNİ	xiii
1.GİRİŞ	1
2.GENEL BİLGİLER.....	6
2.1.Yeni Medya Bağlamındaki Hastalıklar	6
2.1.1. Photolurking Tanımı ve Yaygınlığı.....	6
2.1.2. Nomofobi: Mobil Bağımlılığı ve Sağlık Algısı.....	8
2.1.3. FOMO (Fear of Missing Out): Dijital Bağlantılar ve Sağlık Kaygıları	8
2.1.4. Siberkondri: İnternette Sağlık Arayışı ve Sağlık Kaygısı	8
2.1.5. Hikikomori: Dijitalleşen Yalnızlık ve Toplumdan Çekilme	9
2.2. Photolurking Davranışının Psikolojik Temelleri	9
2.2.1.Gözlemciliğin Psikososyal Boyutları	9
2.2.2.Pasif izleyici rolünün bireysel ve sosyal etkileri	11
2.2.3.İzleme ve Algının Bilişsel Çerçevesi	15
2.3. Photolurking'in Bireyin Ruh Sağlığına Etkileri.....	17
2.3.1. Sosyal Bağlantı ve Anlam Arayışı	17
2.3.2. Depresyon ve Anksiyete.....	17
2.3.3. Bağımlılık ve Kaçınma Davranışı	17
2.3.4.Özgüven ve Özsaygı Üzerine Olumsuz Etkiler.....	17
2.3.5.Sosyal Anksiyete ve İzolasyon İlişkisi.....	19
2.3.6.Mahremiyet Algısının Değişmesi ve Sonuçları.....	20
2.4.Sosyal İlişkilerde Photolurking'in Rolü.....	21
2.4.1.Dijital Kimlik İnşası ve Etkileri	22
2.4.2.Mahremiyet İhlali ve Dijital Şiddet.....	23
2.4.3.Gözlemlene Hissi ve İkili İlişkiler	24
2.5. Photolurking ve Yeni medya Hastalıkları ile Mücadele Stratejileri	25

2.5.1.Ruh Sağlığı Profesyonellerinin Yapması Gerekenler	26
2.5.2.Dijital Farkındalık ve Eğitimin Önemi.....	27
2.5.3.Sosyal Medya Kullanımında Bireysel Stratejiler	28
2.5.4.Mahremiyet Yönetimi ve Etkili Paylaşım	28
3. YÖNTEM	30
3.1. Araştırma Modeli	30
3.2. Araştırma Evren ve Örneklemi/Araştırma Materyali.....	30
3.3. Veri Toplama Araçları	33
3.3.1. Bilgilendirilmiş Onam Formu	33
3.3.2. Tanıtıcı Bilgiler Formu.....	33
3.3.3. Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği Taslağı (RKÖ)	34
3.4. Veri Toplama Süreci	36
3.5. Deneysel Kurgu.....	36
3.5.1.Ölçülmek İstenen Değişkenin/Yapının/Kavramın Tanımlanması	37
3.5.2.Ölçüm Aracına Karar Verilmesi ve Madde Havuzunun Oluşturulması.....	38
3.5.3.Yönergelerin Oluşturulması ve Uzman Görüşlerine Madde Havuzunun Sunulması (Kapsam Geçerliliği)	39
3.5.4.Ölçeğin Taslak Formunun Düzenlenmesi	39
3.5.5.Pilot Uygulama.....	39
3.5.6. Büyük Örneklem Grubuna Asıl Uygulama	40
3.5.7.Madde Analizi	40
3.5.8.Geçerlilik ve Güvenirlik analizleri	41
3.5.9.Ölçeğe Son Şeklinin Verilmesi	43
3.6. İstatistiksel Analiz.....	43
3.7. Etik Onay	44
3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları	44
4. BULGULAR.....	46
4.1. Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği (RKÖ)'nin Geçerlik ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular	46
4.1.1. Kapsam (İçerik) Geçerliliği	47
4.1.2. Pilot Uygulama.....	49
4.1.3. RKÖ Taslağı Madde Analizi	49
4.1.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)	55
4.1.5.Ölçek Alt Boyutları İç Tutarlılık Analizi	59
4.1.6.Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular	61
4.1.7. Katılımcıların RKÖ Elde Ettikleri Puanlar ve Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	63

4.2. RKÖ Alt Boyutlarından Elde Edilen Ölçümler Arasındaki İlişkilere İlişkin Bulgular.....	69
5. TARTIŞMA.....	72
5.1. Ölçek Geliştirilmesine İlişkin Bulguların Tartışılması	72
5.2. Katılımcıların Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Davranışına İlişkin Bulguların Tartışılması.....	78
5.2.1.Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Bulguların Tartışılması.....	79
5.2.2. Katılımcıların Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Davranışına İlişkin Bulguların Tartışılması.....	82
5.2.3. Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri ve Sosyal Medya Kullanımları ile RKÖ Alt Boyut Puan Ortalamaları Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	84
5.2.4. RKÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması	93
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	96
6.1. Sonuçlar	96
6.2. Öneriler	98
KAYNAKLAR	99
EKLER	111
Ek 1: ETİK KURUL İZNİ	111
Ek 2:KURUM İZİN ONAYI	112
EK 3:FORMLAR.....	113
Ek 4: ÖZ GEÇMİŞ.....	119

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

- AFA:** Açıklayıcı Faktör Analizi
- AGFI:** Adjusted Goodness of Fit Index-Düzeltilmiş Uyum İyiiliği İndeksi
- AMOS:** Analysis of Moment Structures
- BB:** Bağımlılık Boyutu
- BESYO:** Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
- CFI:** Comparative Fit Index-Karşılaştırılması Uyum İndeksi
- Df:** Serbestlik Derecesi
- DFA:** Doğrulayıcı Faktör Analizi
- ED:** En Düşük
- EY:** En Yüksek
- F:** Fakülte
- FB:** Farkındalık Boyutu
- FOMO (Fear of Missing Out):** Bir şeyleri Kaçırmış Korkusu
- GFI:** Goodness of Fit Index-Uyum İyiiliği İndeksi
- IFI:** Incremental Fit Index- Artan Uyum İndeksi
- İİBF:** İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- KGI:** Kapsam Geçerlilik İndeksi
- KMO:** Kaiser Meyer Olkin Test Sonucu
- KW:** Kruskall Wallis testi
- MF:** Mühendislik Fakültesi
- MSKÜ:** Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
- MTPK:** Madde Toplam Puan Korelasyon
- NFI:** Normed Fit Index- Normlaştırılmış Uyum İndeksi
- NNFI:** Non-Formed Fit Index-Biçimlendirilmemiş Uyum İndeksi
- ORT:** Ortalama
- ÖB:** Özgüven Boyutu
- p:** İstatistiksel anlamlılık düzeyi
- r:** Korelasyon katsayısı
- RKÖ:** Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği
- RMR:** Root Mean Square Residuals- Hata Kareler Ortalamasının Karekökü

RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation-Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü

SB: Saklanma Boyutu

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences-Sosyal Bilimler İstatistik Paketi

SRMR: Standardized Root Mean Square Residual-Standartlaştırılmış Kareler Ortalamasının Karekökü

SS: Standart Sapma

SÜF: Su Ürünleri Fakültesi

t: Eşleştirilmiş gruplarda t testi

TYO: Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

X²: Bartlett's küresellik testi sonucu

YO: Yüksekokul

z: Mann Whitney U testi

ZB: Zaman Boyutu

α : Cronbach Alfa

ŞEKİLLER VE RESİMLER DİZİNİ

Şekil: 3.1: 2022-2023 eğitim- öğretim yılı, Mskü öğrenci dağılımı (N=19577)	30
Şekil 3.2 Ölçek geliştirme aşamaları	37
Şekil 4.1: Zaman alt boyutu DFA alternatif modelleri.....	56
Şekil 4.2: Farkındalık alt boyutu dfa alternatif modelleri	57
Şekil 4.3: Özgüven alt boyutu dfa alternatif modelleri	58
Şekil 4.4: Rkō alt boyutlarından elde edilen ölçümlerin nokta saçılım grafikleri ..	69
Şekil 4.5: Rkō alt boyutları arasındaki ilişkisel ölçümlerin bağlamsal grafikleri ..	70

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 3.1: Mskü 2022-2023 eğitim-öğretim yılı öğrenci sayıları tabakalı örnekleme işlemi	33
Tablo 3.2: Araştırmada kullanılan istatistik yöntemleri.....	44
Tablo 4.1.: Uzman görüşlerinden elde edilen madde puanları.....	48
Tablo 4.2: Zaman alt boyutu madde analizi sonuçları.....	50
Tablo 4.3: Farkındalık alt boyutu madde analizi sonuçları.....	51
Tablo 4.4: Özgüven alt boyutu madde analizi sonuçları.....	52
Tablo 4.5: Saklanma alt boyutu madde analizi sonuçları.....	53
Tablo 4.6: Bağımlılık alt boyutu madde analizi sonuçları	54
Tablo 4.7: Rkō'nün faktör analizine uygunluğuna ilişkin veriler	55
Tablo 4.8: Zaman alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri	55
Tablo 4.9: Farkındalık alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri.....	56
Tablo 4.10: Özgüven alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri.....	58
Tablo 4.11: Rkō'nün alt boyutlarına göre çıkarılan maddeler ve madde sayıları (n=533)	59
Tablo 4.12: Rkō alt boyutlarının iç tutarlılık katsayıları.....	59
Tablo 4.13. Test-tekrar test sonuçları (N=55)	60
Tablo 4.14: Katılımcıların tanıtıcı özellikleri (N=533)	61
Tablo 4.15. Katılımcıların sosyal medya kullanımlarına ilişkin bulgular(N=533) ..	62
Tablo 4.16: Katılımcıların Rkō alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları (n=533)	63
Tablo 4.17: Rkō puan ortalamalarının tanıtıcı özelliklere göre karşılaştırılması (n=533)	64
Tablo 4.18: Rkō puan ortalamalarının katılımcıların sosyal medya kullanımlarının göre karşılaştırılması (n=533)	65
Tablo 4.19: Rkō puan ortalamalarının katılımcıların sosyal medya kullanımlarının göre karşılaştırılması (n=533)	67
Tablo 4.20: Rkō alt boyutlarından elde edilen ölçümler arası ilişkiler (N=533).....	71

1.GİRİŞ

Yüzyılın son çeyreğinde dijital çağın ve sosyal medyanın hızlı evrilmesi ile, bireylerin etkileşim biçimlerinde, bireysel deneyimlerinde, kültürel normlarında ve toplumsal yapılarında kökten değişimler mevcuttur. İnternetin, mobil teknolojilerin ve dijital ağların hızla değişimi sadece “*iletişim araçlarının gelişmesi*” olarak değil aynı zamanda “*insan etkileşimi ve insan doğasının değişimi*” olarak irdelenmektedir (Liu, Li ve Zhao, 2022). Ana akım medya, egemenliğini radyo, televizyon ve basılı yayının güçlü etkisi ile sürdürürken, dijital devrim, bu kalıplaşmış yapıyı hızla sarsarak medya anlayışını radikal bir biçimde değiştirmesi artık medyanın yalnızca bir aktarıcı olmadığını ortaya koymuştur (Ahadzadeh, Pahlevan Sharif ve Ong, 2017; Brown ve Tiggemann, 2016; Fardouly vd, 2015; Fardouly ve Vartanian, 2016; Hendrickse vd, 2017; Tiggemann ve Slater, 2013)

Artık medya aynı zamanda her bireyin içerik üretebildiği, tüketebildiği ve yeniden üretebildiği bir biyosistemdir (Nowland, Necka ve Cacioppo, 2018). Bu dönüşümün öncüsü sosyal medya platformlarının popülerlik kazanarak kitlelere yayılmasıdır. Sosyal medya, bireylerin fiziksel sınırları aşarak anlık etkileşimde bulunmalarını sağlayan, küresel bir ağın parçası hâline gelmelerini mümkün kılan bir bağlamdır ve başlangıçla basit bir iletişim aracı olarak görülürken, hızla toplumsal yapıları dönüştüren, politik ve kültürel söylemleri şekillendiren, hatta bireylerin kimlik inşası sürecine etki eden güçlü bir araçtır. Bu platformlar, sadece kişisel paylaşımlar ya da sosyal etkileşimler için değil, aynı zamanda toplumsal hareketlerin organize edilmesi, kamuoyunun şekillendirilmesi ve küresel çapta bilinç oluşturulması için de kritik öneme sahiptir (Liu, Li ve Zhao, 2022).

Sosyal medyanın toplumsal etkileri, yalnızca bireylerin günlük yaşamlarında değil, kültürel normlarda ve toplumsal ilişkilerde de belirgin bir değişim söz konusudur. Bireyler, çevrimiçi platformlarda sadece eğlence ve bilgi paylaşımı yapmamakta; aynı zamanda kimliklerini inşa ederken, toplumsal bağlılıklarını pekiştirirken ve sosyal ağlar oluştururken kullanmaktadır. Bu davranış, bireysel düzeydeki etkilerinin ötesine geçerek toplumsal yapıyı köklü bir şekilde şekillendirme kapasitesine sahiptir (Lin,2016). Bu hızlı değişim, bazı olumsuz yanları da beraberinde getirmektedir. Dijital mahremiyetin ihlali, bilgi kirliliği ve dezenformasyonun yayılması gibi sorunlar, sosyal medyanın sağladığı

olanakların gölgesinde kalmaktadır (Vogel,2014). Sosyal medya, her ne kadar daha önce hayal dahi edilemeyen bir iletişim hızı ve kolaylığı sunsa da bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde derin etkiler bırakmakta, toplumsal bağları zayıflatmakta ve kimlik algılarını dönüştürmektedir. Bunlardan biri de “**photolurking**” olarak adlandırılan, bireylerin sosyal medya platformlarında başkalarının fotoğraf ve paylaşımlarını anonim olarak, pasif bir şekilde izleme davranışdır (Van Dijck, 2013). Bu kavram sosyal medyanın giderek yaygınlaşması ile önemli bir davranış biçimi haline gelmektedir (Vogel, 2014) Bu davranış, bireylerin pasif katılımcı olarak varlık göstermelerine ve gözlemlerinin anonim kalmasına neden olmaktadır. Bu tür bir gözetleme hem çevrimiçi etkileşim biçimlerini hem de kullanıcıların dijital dünyadaki aidiyet duygusunu etkileyebilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017).

1.1.Araştırmanın Önemi

“Photolurking” kavramının ortaya çıkışı, dijital medyanın kullanıcıları yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi ve dağıtıcısı olarak aktif bir rol üstlendiği bir çağda, çevrimiçi gözlemin ve katılımın doğasını yeniden şekillendiren bir olgudur. Ancak, gözlemlenen içeriklerle etkileşime geçmeme ve pasif bir şekilde takip etme eğilimi, sosyal medya platformlarının aslında yalnızca etkileşim ve paylaşımdan ibaret olmadığını, aynı zamanda bireylerin daha "gizli" bir biçimde çevrimiçi varlıklarını sürdürdüklerini göstermektedir. Dijital gözlemin pasifliği, anonimlik arayışı, çevrimiçi etkileşimin yüzeysel doğası ve kullanıcıların dijital kimliklerini inşa etme biçimleri, photolurking’i anlamak için kritik unsurlardır (Andreassen vd., 2016).

Bu davranışın “psikolojik ve sosyolojik” boyutları, özellikle mahremiyet ve sosyal normlar açısından önemli bir içgörü sunmaktadır. Mahremiyetin dijital ortamda yeniden tanımlanması, bireylerin içerik paylaşıırken kimliklerini nasıl konumlandıkları ve ne ölçüde etkileşime girdikleri soruları etrafında şekillenmiştir. “Goffman (1959)”, toplumsal yaşamı bir tür "sahne" olarak tanımlarken, dijital ortamda bu sahnenin genişlemesi, bireylerin izledikleri içeriklerle kendi kimliklerini inşa etmelerine olanak tanımaktadır. Ancak, photolurking gibi pasif gözlemci davranışları, bu kimlik inşa süreçlerinin dışı vurumunu engelleyebilir ve bireylerin sosyal normlara uymanın ötesinde, çevrimiçi topluluklardan "uzak kalma" ihtiyacını yansıtabilir. Bu bağlamda, photolurking, kişilerarası ilişkilerin zayıflamasına ve daha yüzeysel bir boyut kazanmasına yol açabilmektedir (Marwick ve Body,2011; Turkle, 1995).

Sosyal medya platformlarının kullanıcı etkileşimini teşvik etmesine rağmen, Photolurking'in artışı, dijital ortamda toplumsal katılımın daha pasif ve gözlemci bir hale geldiğini ortaya koymaktadır. "Lurk etme" gözlemci kalma davranışı ve yalnızca içerik izleme, genellikle mahremiyetin korunması, çevrimiçi güvenlik endişeleri ve anonimlik arayışının bir yansıması olarak değerlendirilmiştir (Sundar, 2013). Bireyler, paylaşımlara aktif katılımında bulunmadan yalnızca izlemekle yetindiklerinde, dijital toplumda giderek daha fazla "pasif" bir tüketici haline gelmektedirler. Bu durum, toplumsal katılımın şekli ve bireylerin sosyal medyada birbirleriyle nasıl ilişki kurdukları konusunda önemli soruları gündeme getirmektedir.

Dijital platformlarda "photolurking" davranışının artışı, aynı zamanda sosyal medya kullanıcılarının psikolojik sağlığı üzerindeki etkileri açısından da dikkat çekici bir noktadır. Kross ve Arkadaşları (2013)'nın, sosyal medyanın bireylerin duygusal durumları üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmada, sosyal medyada sürekli gözlem yapmanın, bireylerin yalnızca pasif bir şekilde izlemekle kalmadığını, aynı zamanda sosyal karşılaştırma yaparak ruh halini olumsuz şekilde etkileyebileceğini vurgulamışlardır. Benzer şekilde, Baker ve Algorta (2016), çevrimiçi ortamda sürekli gözlem yapmanın bireylerin yalnızlık duygularını arttırabileceğini belirtmişlerdir.

Photolurking'in toplumsal etkileri, aynı zamanda dijital etkileşimin dinamiklerini, mahremiyetin yeniden şekillenmesini ve dijital kimliklerin oluşumunu daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu kavram, sosyal medya kullanımının yalnızca eğlence, bilgi paylaşımı ya da sosyal bağları güçlendirme amacından öte, bireylerin çevrimiçi varlıklarını gizlice sürdürdükleri ve toplumsal normlara karşı nasıl bir tavır sergilediklerini anlamamıza olanak tanır. Papacharissi (2010), dijital medyanın bireysel kimlik inşasındaki rolünü tartışırken, sosyal medya platformlarında bireylerin aktif katılım ve izleme biçimlerinin, kişisel ve toplumsal anlamdaki kimliklerin yeniden yapılandırılmasında kritik bir öneme sahip olduğunu ifade etmiştir.

Sonuç olarak, "photolurking" kavramı, dijital medya ve sosyal medya etkileşimlerinin daha derinlemesine anlaşılmasında önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Bu davranış, bireysel psikolojik süreçlerin, toplumsal katılımın ve dijital kimliklerin nasıl şekillendiğine dair kapsamlı bir bakış açısı sağlayabilir. Dijital medyanın sunduğu anonimlik, güvenlik ve sosyal normlara uyum arayışı, photolurking

davranışının temel motivasyonlarını oluştururken, toplumsal bağların ve bireysel kimliklerin dijital ortamda nasıl evrildiğini anlamamıza katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla, photolurking, dijital çağda bireysel ve toplumsal düzeydeki dönüşüm süreçlerinin daha iyi kavranabilmesi için kritik bir kavramdır.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, MSKÜ 'nde eğitim gören öğrencilerinin photolurking davranışına yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçme aracının geliştirilmesi ve bu ölçekten alınan puanların bazı değişkenler açısından incelenmesidir. Bu çalışmanın genel amacı, photolurking (resimlerde kaybolma) davranışı ölçeği geliştirmektir.

Photolurking ile ilgili yurtiçinde ve yurtdışında yapılan araştırmalar incelendiğinde; teknolojik gelişmelerin hızına göre emekleme aşamasında olduğu görülmektedir. Küresel çapta yaygın etkiye sahip olan, yeni ve dikkat çeken bir kavram olması dolayısıyla resimlerde kaybolma (photolurking) davranışını ölçmeye yönelik daha fazla araştırma ve ölçme araçlarına ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Literatürde Photolurking davranışını ölçmeye yönelik bir ölçüm aracının bulunmadığı, güncel çalışmalarda anket sorularının kullanıldığı görülmektedir. Bu araştırma hem bireysel hem de toplumsal düzeyde “photolurking” kavramının daha iyi anlaşılması ve dijital medya kullanımının toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini anlamada önemli bir araç olacağı öngörülmektedir.

Çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aramak hedef olarak belirlenmiştir;

1.Katılımcıların Photolurking Davranışının Düzeyinin Belirlenmesi

1.1. Bireylerin, photolurking davranışı ne düzeydedir?

2.Katılımcıların Sosyo-Demografik Düzeyleri Bakımından Değerlendirmesi

2.1. Bireylerin yaşı, photolurking düzeyinde etkili midir?

2.2. Bireylerin cinsiyeti, photolurking düzeyini nasıl etkilemektedir?

2.3. Bireylerin eğitim aldığı fakülte/yüksekokul, photolurking düzeyinde etkili midir?

2.4. Bireylerin sosyal medyada geçirdiği süre, photolurking düzeyinde etkili midir?

2.5. Bireylerin sosyal medya kullanım aracı, photolurking düzeyinde etkili midir?

2.6. Bireylerin sosyal medya kullanım amacı, photolurking düzeyini nasıl etkilemektedir?

2.7. Bireylerin kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya uygulamaları photolurking düzeyini nasıl etkilemektedir?

Araştırmanın amacına yönelik hipotezler şunlardır:

1.H0: Bireylerin resimlerde kaybolma (photolurking) davranışlarını ölçmek amacıyla geliştirilen ölçek geçerli ve güvenilir bir ölçek değildir.

2.H1: Bireylerin resimlerde kaybolma (photolurking) davranışlarını ölçmek amacıyla geliştirilen ölçek geçerli ve güvenilir bir ölçektir.

Bireylerin photolurking davranışını değerlendirilmesi, bu alandaki eksikliklerin belirlenmesi ve çözüm yollarının bulunmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.3.Araştırmanın Sayıltıları

Bu araştırmanı temelinde aşağıdaki varsayımlar yer almaktadır:

1. Araştırma örnekleminin evrenin tamamına yakınıni temsil ettiği varsayılmaktadır.
2. Araştırmanın durumunu saptamak üzere hazırlanan görüşme formunun içeriği yeterli düzeydedir ve araştırmanın amacına fayda sağlayacak kapsam ve niteliktedir.
3. Görüşme formlarının geçerliliği ve güvenilirliğinde uzmanların tespitleri yeterlidir.
4. Katılımcıların görüşme formlarındaki soruları sübjektif olarak değerlendirdikleri ve bireysel yanıtladıkları varsayılmıştır.

2.GENEL BİLGİLER

2.1.Yeni Medya Bağlamındaki Hastalıklar

Yeni medya teknolojileri, bireylerin sağlık algısını ve hastalık deneyimlerini şekillendiren önemli bir faktördür. İnternetin, sosyal medyanın ve dijital platformların sağladığı olanaklar, bireylerin hastalıklarla ilgili bilgi edinme süreçlerini hızlandırmakta, ancak bu süreç aynı zamanda psikolojik ve sosyo-kültürel sorunlara da yol açmaktadır. Son yıllarda, bu sorunların başında *nomofobi* (mobil telefon bağımlılığı korkusu), *FOMO* (fear of missing out; bir şeyleri kaçırma korkusu), *siberkondri* (internet üzerinden sağlık araştırmalarına aşırı yönelme) ve *hikikomori* (toplumdan çekilme durumu) gibi durumlar yer almaktadır.

2.1.1. Photolurking Tanımı ve Yaygınlığı

“Photolurking” terimi, “photo” (fotoğraf) ve “lurk” (gizlice izleme) kelimelerinin birleşiminden türetilmiş olup, dijitalleşmenin hızla yayıldığı günümüz dünyasında, sosyal medya kullanıcılarının aktif katılımında bulunmadan yalnızca içerikleri gözlemlediği bir davranış biçimini ifade etmektedir. Bu kavram, henüz psikolojik bir tanım veya tıbbi bir hastalık olarak kabul edilmemekle birlikte, sosyal medya ve çevrimiçi etkileşimleri inceleyen dijital sosyoloji literatüründe önemli bir yer tutmaktadır (Boyd, 2014; Martinac Dorčić vd,2023; Reyes, ve Sánchez, 2020).

Photolurking, temelde bir pasif gözlemci davranışdır ve sosyal medya platformlarında başkalarının içeriklerini yalnızca izlemek, beğenmek veya yorum yapmak gibi aktif etkileşimlerde bulunmaksızın takip etmek anlamına gelmektedir. (Boyd, 2014; Liu, Li ve Zhao, 2022). Kullanıcılar, bu davranış sırasında platformların sunduğu dijital kimliklerle anonim kalırken, çevrimiçi toplulukların bir parçası olma hissiyle etkileşimde bulunmaktadır (Barger, Peltier ve Schultz, 2016; Boyd, 2014; Liu, Li ve Zhao, 2022). Bu durum, sosyal medya platformlarının bireyler arası sınırların dijital ortamda nasıl kurulduğu, mahremiyetin nasıl şekillendiği ve sosyal etkileşimin çevrimiçi ortamda nasıl dönüştüğü konularında önemli içgörüler sunmaktadır. Boyd (2014), sosyal medya etkileşimlerinin yalnızca doğrudan iletişimle sınırlı olmadığını, aynı zamanda gözlem yapma eyleminin de bu etkileşimlerin önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir.

Bu bakış açısı, Photolurking'i sosyal medya dinamiklerinin merkezine yerleştirirken, çevrimiçi etkileşimlerin psikolojik ve sosyo-kültürel etkilerini anlamamızda önemli bir alan sunmaktadır. Aynı zamanda, sosyal medya kullanıcılarının birbirlerine yönelik etkileşimlerinde gizlilik ve mahremiyetin yeniden tanımlandığı bir dönemin habercisidir.

Photolurking, özellikle görsel ağırlıklı sosyal medya platformlarında daha yaygın bir davranış biçimi olarak öne çıkmaktadır. Instagram, Facebook, Twitter ve TikTok gibi platformlar, içerik üretmeyen ancak pasif bir şekilde içerik tüketen kullanıcıları barındırmaktadır. Pew Research Center'a (2021) göre, Instagram kullanıcılarının %73'ü platformu günlük olarak ziyaret ederken, %53'ü günde birden fazla kez aktif olmaktadır. Benzer şekilde, Facebook kullanıcılarının %70'i platforma günlük erişim sağlamakta ve Snapchat kullanıcılarının %60'ı da günde birkaç kez uygulamayı kullanmaktadır (Statista, 2021). Bu oranlar, photolurking için büyük bir dijital etkileşim zemini yaratmaktadır.

Literatürde; photolurking davranışının genç yetişkinler ve kadınlarda daha sık görüldüğü, gençlerin çoğunluğunun sosyal medya içeriklerini sadece izlediği, ancak aktif olarak içerik üretme veya etkileşimde bulunmadıklarına yönelik araştırmalar mevcuttur (Baş,2023; Burnell vd,2019). Bununla birlikte; görsel içerik odaklı platformların metin tabanlı platformlara kıyasla %1200 daha yüksek pasif etkileşim almakta olduğu vurgulanmaktadır (Burnell vd.,2019; Yu, Hong ve Egger, 2024).

Photolurking 'in, dijital etkileşimlerin yanı sıra, bireylerin mahremiyet algısını, kimlik oluşturma süreçlerini ve sosyal karşılaştırma mekanizmalarını nasıl etkilediğine dair çeşitli literatür bulguları mevcuttur. Dijital yalnızlık, sosyal karşılaştırma ve kendilik algısı gibi psikolojik kavramlarla güçlü bir ilişki gösteren photolurking, bireylerin sosyal medyada daha fazla içerik tükettikçe, etkileşimde bulunmadan gözlem yapma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır (Jiang ve Ngien, 2020; Martinac Dorčić vd, 2023). Bu bağlamda, kullanıcıların çevrimiçi etkileşimlere pasif katılımı, dijital mahremiyetin yeniden şekillenmesi ve sosyal normların dijital ortamlarda evrilmesi üzerinde önemli etkiler doğurmaktadır. Bu veriler, Photolurking 'in yalnızca dijital bir gözlem davranışı olarak sınıflandırılmayacak kadar kapsamlı ve derinlemesine bir etki yaratmakta olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, çevrimiçi anonimlik ve katılımın yeniden

tanımlanması, dijital etkileşimlerin ve sosyal medya davranışlarının geleceğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu alandaki araştırmalar, Photolurking 'in, dijital kültürün, mahremiyetin ve sosyal normların evriminde önemli bir mihenk taşı olduğunu ortaya koymaktadır.

2.1.2. Nomofobi: Mobil Bağımlılığı ve Sağlık Algısı

Nomofobi, "no mobile phone phobia" (mobil telefonsuzluk korkusu) teriminden türetilmiş olup, bireylerin mobil telefonlarını kaybetme, bataryalarının bitmesi veya sinyal kaybı gibi durumlar karşısında duyduğu kaygıyı tanımlar. Yeni medya araçlarının sağlık üzerinde etkisi, nomofobi gibi dijital bağımlılıkları pekiştirmekte ve bireylerin sağlık bilgilerine erişimini sürekli olarak artırmaktadır (Banerjee, 2023). Yapılan çalışmalar, nomofobinin, bireylerin çevrimiçi sağlık bilgilerine aşırı derecede yönelmelerine ve her türlü sağlık belirtisi hakkında endişe duymalarına yol açtığını göstermektedir (Hussain ve Sheikh, 2020). Özellikle mobil telefonlar üzerinden yapılan sağlık araştırmaları, *siberkondri* ve sağlık kaygılarını artırabilmektedir.

2.1.3. FOMO (Fear of Missing Out): Dijital Bağlantılar ve Sağlık Kaygıları

FOMO, dijital çağın ruh halini tanımlayan bir kavramdır; bireyler, çevrimiçi etkinlikleri, sosyal medya paylaşımlarını ve genel olarak çevrimiçi dünyada olup bitenleri kaçırmaya korkusu yaşamaktadırlar (Przybylski ve Weinstein, 2013). Sağlık bağlamında, FOMO 'nun etkisi özellikle bireylerin sağlıkla ilgili içeriklere olan duyarlılığını artırmakta ve bu da aşırı sağlık kaygılarına, yanlış tedavi yöntemlerine başvurmaya neden olabilmektedir (Hunt vd, 2018). Sosyal medya platformlarında sağlıklı yaşam tarzları ve sağlıkla ilgili içeriklerin sürekli paylaşılması, bireyleri kendi sağlıkları hakkında endişelenmeye itebilmekte veya FOMO 'nun bir sonucu olarak kişi sürekli bir bilgi arayışı içinde kaygı duyabilmektedir

2.1.4. Siberkondri: İnternette Sağlık Arayışı ve Sağlık Kaygısı

Siberkondri, interneti sağlıkla ilgili semptomlarını araştırmak amacıyla aşırı derecede kullanan bireylerde görülen bir durumdur ve genellikle sağlık kaygılarını tetiklemektedir (Starcevic ve Berle, 2015). Bireylerin sağlıkla ilgili bilgileri doğrudan sağlık profesyonellerinden almak yerine internetten edinmeleri, yanlış tanıların ve gereksiz sağlık kaygılarının artmasına neden olması mümkündür. 2014 yılında yapılan bir araştırmaya göre, siberkondriye sahip bireyler, internet üzerinde sağlıkla ilgili bilgi

ararken daha fazla kaygı ve stres yaşadıklarını belirtmişlerdir (White, 2013). Bu durum, hastalık korkusunun dijitalleşmesi olarak nitelendirilebilir.

2.1.5. Hikikomori: Dijitalleşen Yalnızlık ve Toplumdan Çekilme

Hikikomori, genellikle Japonya'da tanımlanan, bireylerin toplumdan ve sosyal etkileşimlerden çekilme durumudur. Ancak, son yıllarda bu olgu dünya çapında yaygınlaşmakta ve dijital bağımlılıkların etkisiyle daha da belirginleşmektedir. Dijital medya platformlarının sunduğu sanal dünyalar, bireyleri gerçek dünyadan uzaklaştırarak yalnızlık ve izolasyon duygusunu artırabilmektedir. Bireyler, sosyal medya üzerinden sürekli olarak başkalarının yaşamlarına tanık olurken, kendi yaşamlarına dair olumsuz bir algı geliştirebilmektedir. Bu, genellikle depresyon ve anksiyete gibi sağlık sorunlarını tetikler ve bir "dijital yalnızlık" durumu yaratır (Kato vd,2012).

Yeni medya, bireylerin sağlık algısını hem olumlu hem de olumsuz yönde şekillendirmektedir (Starcevic ve Berle, 2015; Kato vd,2012; White, 2013). Nomofobi, FOMO, siberkondri ve hikikomori gibi olgular, dijital dünyada yaşanan aşırı maruziyetin bireylerin sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamaktadır. İnternetteki sağlık arayışları, bireylerde endişe yaratabilirken, dijital platformlardaki sosyal etkileşimler ve yalnızlık hissi de psikolojik sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. Bununla birlikte, yeni medya araçları doğru kullanıldığında, sağlık bilgiye erişim ve sosyal destek gibi önemli avantajlar da sunmaktadır. Sonuç olarak, bireylerin dijital dünyadaki sağlık içeriklerine dair eleştirel bir bakış geliştirmeleri ve dijital bağımlılıkla mücadele etmeleri önemlidir.

2.2. Photolurking Davranışının Psikolojik Temelleri

2.2.1.Gözlemciliğin Psikososyal Boyutları

Gözlemcilik, bireylerin çevrelerindeki kişileri veya olayları doğrudan bir etkileşime girmeden, dışarıdan izleyerek bilgi toplaması olarak tanımlanmaktadır (Goffman, 1959). Bu davranış biçimi, sosyal psikoloji, antropoloji ve sosyoloji gibi çeşitli alanlarda uzun zamandır incelenmekte olup, bireylerin sosyal etkileşimlere olan mesafeli katılımının psikososyal temellerini ve sonuçlarını anlamak açısından önemli bir araştırma alanıdır (Goffman, 1959). Gözlemcilik davranışının ardında yatan psikolojik faktörler, bireylerin sosyal çevreye uyum sağlama, sosyal öğrenme ve kendini başkaları üzerinden değerlendirme ihtiyaçlarıyla ilişkili olabilmektedir.

Bandura'nın (1977) sosyal öğrenme teorisi, bireylerin başkalarını gözlemleyerek yeni davranışlar edindiğini ve çevrelerinden bilgi topladığını savunmaktadır. Gözlemcilik, özellikle bireylerin kendilerini yeni sosyal ortamlar içinde tanımlamaya çalıştıkları durumlarda belirginleşmektedir. Örneğin, gençlerin sosyal medya üzerindeki etkileşimlerinde sıklıkla pasif gözlemci rolü üstlenmeleri, sosyal davranışları dolaylı olarak öğrenmelerini sağlamaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Böylece gözlemcilik, bireylerin sosyal normları ve kabul edilen davranış biçimlerini öğrenmelerine olanak tanır. Sosyal karşılaştırma teorisi (Festinger, 1954) ise, bireylerin kendilerini değerlendirmek için başkalarıyla kıyaslama ihtiyacı duyduğunu ileri sürmektedir. Gözlemcilik, bu karşılaştırma sürecini pasif bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır. Sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile, bireyler başkalarının yaşamını gözlemleyerek kendi başarılarını, görünüşlerini veya statülerini değerlendirme fırsatı bulmaktadır (Vogel vd, 2014). Bu süreç, bireylerin benlik algısı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabilmektedir; örneğin kişinin başkalarının idealize edilmiş yaşam kesitlerine tanıklık etmesi, bireylerde kendini yetersiz hissetme gibi duyguları tetikleyebilmektedir (Vogel vd, 2014)..

Gözlemcilik, bireylerin sosyal ilişkilerinde daha pasif bir katılımcı olmalarına yol açarak sosyal bağlılık hissini, güveni ve ilişkilerin derinliğini etkileyebilmektedir. Sosyal medyada ya da yüz yüze ortamlarda gözlemcilik, bireylerin aktif olarak iletişime girmemelerine yol açabilmektedir. Bu pasif etkileşim tarzı, bireylerin ilişkilerinde mesafeli olmalarına neden olabilmektedir (Burke, Kraut, ve Marlow, 2011). Özellikle çevrimiçi gözlemcilik, bireyleri sosyal olarak izole etme eğilimindedir, çünkü doğrudan sosyal etkileşimde bulunmamak, bireylerin sosyal çevreleriyle daha derin ve anlamlı ilişkiler kurmasını zorlaştırmaktadır. Bu durum, bireylerin yalnızlık hislerini artırabilmekte ve sosyal izolasyonu körükleyebilmektedir (Nowland, Necka ve Cacioppo, 2018). Gözlemcilik, bireylerin sosyal sınırlarını belirlemelerinde önemli bir araçtır. Altman'ın (1975) mahremiyet teorisi, bireylerin sosyal ilişkilerde hangi seviyede açıklık ve gizlilik istediğini belirlediğini savunur. Gözlemciler, başkalarının yaşamlarını izleyerek sosyal çevre hakkında bilgi toplarken, kendi yaşamlarını gizli tutarak mahremiyetlerini koruma eğiliminde olabilirler. Bu durum, gözlemciliği bir tür sosyal strateji olarak tanımlamaktadır; bireyler, sınırlarını koruyarak sosyal çevrede varlıklarını sürdürürler.

Gözlemcilik, bireylerin benlik algısı, ruh sağlığı ve sosyal aidiyet hisleri üzerinde farklı psikososyal sonuçlara yol açabilir. Bireylerin başkalarının yaşamlarını gözlemlemesi, kendi yaşamlarına yönelik bir karşılaştırma sürecini de başlatabilir. Bu süreç, bireylerin kendi başarılarını, yeterliliklerini veya sosyal statülerini sorgulamalarına neden olabilir. Gözlemcilik yoluyla başkalarının yaşamlarını idealize eden bireyler, kendi yaşamlarını yetersiz ya da eksik görme eğilimindedir (Chou ve Edge, 2012). Özellikle sosyal medyada sıkça gözlenen bu davranış, bireylerin özgüvenini ve kendilik değerini olumsuz etkileyebilir. Çeşitli araştırmalar, gözlemcilik davranışının bireylerde depresyon ve anksiyete riskini artırabileceğini ortaya koymuştur (Lin LY, Lin YH ve Li H, 2016). Bireyler, sosyal medya platformlarında başkalarının pozitif yaşam kesitlerini gözlemledikçe kendi yaşamlarının eksik kaldığını düşünebilirler. Bu sürekli kıyaslama ve başkalarının hayatına tanıklık etme süreci, bireylerde sosyal kıskançlık, yalnızlık ve depresif duyguların artmasına yol açabilir.

Gözlemcilik, bireylerin çevreleriyle doğrudan etkileşime girmemelerine neden olduğu için, toplumsal aidiyet hislerinin zayıflamasına yol açabilir (Putnam, 2000). Özellikle sosyal medya platformlarında gözlemcilik davranışını tercih eden bireyler, yüz yüze iletişimden uzaklaşarak daha yüzeysel bir sosyal bağ kurabilirler. Bu durum, toplumsal aidiyetin zayıflamasına ve bireylerin yalnızlık hislerinin artmasına neden olabilir.

Gözlemcilik, bireylerin sosyal çevreleriyle kurdukları bağların pasif bir yansıması olarak tanımlanabilir ve psikososyal boyutları, bireylerin sosyal çevreyle ilişkisini, kendilik algısını ve ruh sağlığını şekillendirir. Gözlemcilik, bireylerin sosyal normları öğrenmelerine, başkalarıyla kendilerini kıyaslamalarına ve sosyal sınırlarını korumalarına olanak tanırken, bu davranışın bireyleri sosyal izolasyona ve düşük özgüvene sürükleyebileceği gözlemlenmektedir. Gözlemcilik davranışının artmasıyla birlikte bireylerin toplumsal aidiyet hislerinin zayıflaması ve sosyal izolasyonun yaygınlaşması gibi sosyal sonuçlarla karşılaşılması olasıdır.

2.2.2.Pasif İzleyici Rolünün Bireysel ve Sosyal Etkileri

Pasif izleyici rolü, bireylerin sosyal çevreyi gözlemlemekle yetindiği, ancak doğrudan katılım göstermediği bir davranış biçimini ifade eder. Günümüz sosyal medya çağında, bu rol sıkça görülen bir sosyal davranış modeli haline gelmiştir. Pasif izleyici olarak bireyler, başkalarının eylemlerine tanıklık ederken, sosyal etkileşimden kaçınır

veya minimum düzeyde katılım gösterirler. Bu davranış biçimi, bireylerin psikolojik sağlığı, sosyal ilişkileri ve kendilik algısı üzerinde önemli etkilere sahiptir. Bu çalışmada, pasif izleyici rolünün bireysel ve sosyal boyutları, psikolojik teoriler ve ampirik bulgular çerçevesinde ele alınmıştır.

Pasif izleyici rolü, bireylerin kendilik algısı, öz güveni ve ruh sağlığı üzerinde çeşitli etkiler yaratır. Pasif gözlemci rolünün yaygınlaşması, bireylerin sosyal medya gibi dijital ortamlarda kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimini artırmakta, bu da bireylerin benlik değerini olumsuz etkileyebilmektedir.

Festinger'in (1954) sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin kendilerini değerlendirmek için başkalarıyla kıyasladığını öne sürer. Pasif izleyici rolünde olan bireyler, sosyal medyada ya da sosyal çevrelerinde kendilerini başkalarının başarıları veya yaşam tarzları ile kıyaslama eğilimindedir. Bu durum, bireylerde yetersizlik ve değersizlik duygularını tetikleyebilir. Vogel, Rose, Roberts ve Eckles (2014) 'in çalışması, pasif izleyicilerin kendilerini daha kötü hissetme eğiliminde olduklarını ve sosyal karşılaştırma sonucunda benlik saygılarının azaldığını ortaya koymuştur.

Sosyal medya platformlarında pasif izleyici rolünde olmak, bireylerin özgüven düzeyini olumsuz etkileyebilir. Gonzales ve Hancock (2011), sosyal medyada başkalarının idealize edilmiş içeriklerine sürekli maruz kalan bireylerin kendi yaşamlarını eksik ve yetersiz hissetme eğiliminde olduğunu belirtir. Pasif gözlemcilik, bireylerin aktif katılım göstererek kendilerini ifade etme fırsatını azaltır; bu da sosyal medya üzerindeki izleyici rolünün, bireylerin kendine dair olumsuz algılar geliştirmelerine yol açabilir.

Pasif izleyici rolü, bireylerde yalnızlık ve depresyon riskini artırabilir. Burke, Kraut ve Marlow (2011) sosyal medya üzerinde pasif olarak etkileşimde bulunan bireylerin, doğrudan etkileşime girenlere göre daha yüksek düzeyde yalnızlık ve depresyon yaşadıklarını belirtmektedir. Çünkü pasif gözlem, bireylere toplulukla gerçek bir bağlantı kurma imkânı sunmaz ve bireyler sosyal çevreye yalnızca dışarıdan bakmakla yetinirler.

Pasif izleyicilik, bireylerin sosyal çevreleriyle olan ilişkilerini ve toplum içindeki yerlerini etkileyen bir davranış biçimidir. Bu davranışın sosyal bağlar, aidiyet hissi ve toplumsal katılım üzerindeki etkileri gözlemlenmiştir. Pasif izleyicilik, bireylerin sosyal bağlarını zayıflatma eğilimindedir. Katz, Lazer, Arrow ve Contractor (2004) sosyal çevrede aktif katılım göstermeyen bireylerin daha yüzeysel ve geçici sosyal ilişkilere sahip olduklarını ifade etmektedir. Bu tür bireyler, doğrudan bir etkileşimde bulunmadıklarından dolayı topluluk tarafından daha az fark edilir ve dolayısıyla sosyal bağlarını derinleştiremezler. Pasif izleyici rolü, bireylerin sosyal çevrelerinde yalnızca gözlemci olarak kalmasına yol açarak sosyal bağlılık duygusunu azaltır.

Putnam (2000), bireylerin toplumsal bağlamda anlamlı ilişkiler kurma ihtiyacı olduğunu ve bu ilişkilerin aidiyet hissini beslediğini belirtir. Ancak pasif izleyici rolü, bireylerin topluluklarına aktif olarak katılma ve bu anlamda aidiyet hislerini besleme olanaklarını sınırlayabilir. Sosyal medyada yalnızca gözlem yapan bireyler, topluluğun parçası olduklarını hissetmekte güçlük çeker ve bu durum toplumsal bağlılıklarını azaltabilir. Özellikle gençler arasında pasif izleyici olma eğiliminin, toplumla olan bağlarını zayıflattığı ve toplumsal katılımı azalttığı gözlemlenmiştir (Kuss ve Griffiths, 2017).

Pasif izleyicilik, bireylerin sosyal normları gözlem yoluyla öğrenmelerine yardımcı olsa da, bu normlara uyma davranışını geliştirmelerini engelleyebilir. Baumeister ve Leary (1995), bireylerin toplum tarafından kabul görmek için sosyal normlara uyma eğiliminde olduklarını belirtir. Ancak pasif izleyiciler, sosyal normlara aktif olarak katılmak yerine bu normları gözlemlemekle yetindikleri için toplumsal normlara uyum sağlamakta zorlanabilirler. Bu durum, bireylerin topluma uyum sağlama ve kabul görme süreçlerini olumsuz etkileyebilir.

Pasif izleyici rolü, bireylerin psikososyal gelişimleri ve toplumsal ilişkileri üzerinde önemli etkilere sahiptir. Bu rol, bireylerin sosyal karşılaştırma yaparak kendilerini değerlendirmelerine, ancak aktif etkileşimde bulunmamalarına neden olarak öz güveni azaltır ve yalnızlık hissini artırır. Sosyal bağların güçlendirilmesi ve toplumsal katılımın artırılması için pasif izleyiciliğin sınırlandırılması gerektiği savunulabilir. Özellikle gençlerin dijital platformlarda daha aktif ve katılımcı bir rol üstlenmeleri, sosyal ilişkiler ve toplumsal aidiyet hissi açısından olumlu sonuçlar doğurabilir.

Photlurking davranışının ardındaki psikolojik temeller, sosyal psikoloji, psikodinamik teoriler ve dijital medya çalışmaları ekseninde değerlendirilebilir. Festinger 'in (1954) sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin kendilerini diğerleriyle kıyaslama ihtiyacı duyduğunu belirtir. Photlurking, sosyal karşılaştırmanın çevrimiçi bir yansıması olarak değerlendirilebilir; bireyler, başkalarının sosyal medyada sunduğu yaşam kesitlerine bakarak kendilerini karşılaştırır ve kendilik algılarını oluşturur. Sosyal medyada sürekli “idealize edilmiş” görsellerle karşılaşmak, bireylerde yetersizlik duyguları uyandırabilir (Chou ve Edge, 2012).

Sosyal kaygı ve çekingenlik

Bazı bireyler, sosyal medya etkileşimi sırasında sosyal kaygı yaşamaktadır. Photlurking, sosyal kaygı ve çekingenliği olan bireylerin, başkalarının yaşamlarını gözlemlene yoluyla bir bağ kurarken, bu bağı dolaylı yoldan ve daha güvenli bir mesafeden kurmalarını sağlar (Forest ve Wood, 2012). Bu mesafe, bireylerin dijital ortamda kendilerini koruma mekanizması olarak da değerlendirilebilir.

Fomo (Fear of Missing Out) ve yalnızlık

Photlurking, sıklıkla FOMO (Fear of Missing Out) yani bir şeyleri kaçırma korkusuyla ilişkilendirilen bir davranıştır. Sosyal medya kullanıcıları, başkalarının hayatlarını gözlemleyerek sürekli güncel kalma ihtiyacı hissederler (Przybylski ve Weinstein, 2013). Bu davranış biçimi, özellikle yalnızlık ve dışlanmışlık hissini yoğun yaşayan bireylerde daha yaygındır. Yalnızlık, photlurking davranışını tetikleyebilir ve photlurking, bireyin kendini daha fazla yalnız hissetmesine neden olabilir (Nowland, Necka ve Cacioppo, 2018).

Kendi kendine yabancılaşma

Sosyal medya kullanımının bireylerde kendi kendine yabancılaşmaya yol açabileceği belirtilmektedir (Gonzales ve Hancock, 2011). Bireylerin başkalarının idealize edilmiş yaşamlarını sürekli gözlemlemesi, kendi yaşamlarına ve kimliklerine karşı yabancılaşma hissi uyandırabilmektedir. Photlurking, bu yabancılaşma duygusunu pekiştiren bir süreçtir çünkü birey sürekli başkalarının yaşamına tanıklık ederken kendi yaşamını göz ardı edebilmektedir.

2.2.3. İzleme ve Algının Bilişsel Çerçevesi

İzleme ve algı, bireylerin çevresel uyaranları işleyip anlamlandırdığı, böylece çevreyle etkileşimi şekillendirdiği iki temel bilişsel süreçtir. Algı, duyuşsal bilgilerin toplanıp yorumlanması sürecini içerirken, izleme bu süreçlerin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesi ve sürekliliğini sağlamaktadır (Jigo ve Carrasco, 2018).

Algı, çevresel uyaranlardan anlam çıkarma sürecidir ve beynin bu uyaranları organize edip işlediği karmaşık mekanizmalar üzerine kuruludur. Yapılandırmacı yaklaşımlar, algının bireylerin geçmiş deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda şekillendiğini öne sürmektedir (Rensink, 2015). Örneğin, Treisman ve Gelade 'nin dikkatli seçim teorisi, algının dikkat süreçleri ile desteklenerek yapılandırıldığını savunmaktadır (Treisman ve Gelade, 1980). Bu yapılandırmacı yaklaşıma göre, bireyler çevrelerindeki uyaranları yalnızca duyuşsal bilgilere göre değil, aynı zamanda beklentileri ve deneyimleri ışığında anlamlandırabilmektedir (Simons ve Chabris, 2017).

Doğrudan algı teorisi ise, algının doğrudan çevresel bilgilerden elde edildiğini ve içsel bir yapılandırma gerektirmediğini öne sürmektedir. Gibson (2014) tarafından önerilen bu yaklaşım, algının çevreye uyum sağlamak için basit ve hızlı bir mekanizma olarak işlediğini savunmaktadır. Bu bakış açısına göre birey, çevresindeki bilgiyi dolaysız bir şekilde anlamlandırarak zamandan ve bilişsel kaynaklardan tasarruf etmektedir (Gottlieb, 2007).

İzleme, bireyin dikkatini belirli bir uyarana yoğunlaştırmasını ve ilgili uyaranların seçici olarak algılanmasını sağlamaktadır. Dikkat, bilginin filtrelenmesi ve yalnızca ilgili uyaranların işlemeye alınması sürecini düzenleyen bir işlemdir (Stevens ve Bavelier, 2012). Broadbent'in dikkat teorisi, dikkatin izleme davranışında uyaranların etkili bir şekilde organize edilmesini sağladığını öne sürmektedir (Broadbent, 1958).

Özellikle görsel korteksin aktif rol oynadığı izleme sürecinde, duyuşsal uyaranlar seçici bir dikkatle düzenlenmektedir (Itti ve Koch, 2000). Bu süreç, bilginin hızlı bir şekilde işlenmesini sağlarken dikkatin belirli hedeflere yönlendirilmesi için önemlidir. Araştırmalar, dikkatin yalnızca bilinçli değil, bilinçdışı süreçlerde de işlediğini ve günlük

görevlerde otomatik olarak devreye girdiğini göstermektedir (Krämer ve Kahneman, 2014; Ruz ve Nobre, 2014).

Algı ve izleme süreçleri, dikkat, bellek ve öğrenme gibi diğer bilişsel işlevlerle dinamik bir ilişki içindedir. Dikkat, algıyı yönlendirerek uyaranların organize edilmesini sağlarken, bellek işlevleri algılanan bilgilerin kısa veya uzun süreli hafızaya kaydedilmesini sağlamaktadır (Cowan vd, 2024). Bellek süreçlerinin algısal işlemlere etkisi, algının sürdürülebilirliği ve öğrenme üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Özellikle çalışma belleği, bireylerin belirli bir süre boyunca bilgi saklama ve işlemlemesine olanak tanır. Panichello ve Buschman (2021) 'ın çalışması, çalışma belleği performansının algısal bilgiye dayanarak optimize edilebileceğini göstermektedir. Bu durum, bireylerin çevrelerine hızlı bir şekilde uyum sağlamasına ve bilişsel yükü azaltarak verimli bir bilgi işleme süreci yaşamasına sağlamaktadır.

Algı ve izleme, beynin çeşitli bölgelerinin koordinasyonu ile yönetilmekte ve bu süreçler özellikle görsel korteks, prefrontal korteks ve parietal lob gibi beyin bölgelerinde gerçekleşmektedir (Petersen ve Posner, 2012). Görsel korteks, algının sinirsel temellerinde önemli bir rol oynarken, izleme sürecinde prefrontal korteksin yürütücü işlevleri devreye girmektedir (Whalley, 2015). Dorsal ve ventral dikkat sistemlerinin farklı görevler üstlendiği izleme sürecinde, dorsal dikkat sistemi bireyin belirli bir uyaranı izleme yetisini sağlamaktadır (Vossel, Geng ve Fink, 2014). Ventral dikkat sistemi ise dikkatin çevresel uyaranlardan alınan bilgilere yönlendirilmesini desteklemektedir. Bu iki sistem, özellikle algının sürekliliğini sağlamak ve çevresel değişikliklere anında tepki vermek için iş birliği içinde çalışmaktadır (Yantis ve Serences, 2018).

Algı ve izleme süreçleri, bireylerin çevresel uyaranları hızlı ve etkin bir şekilde işlemleyerek anlamlandırmasına olanak tanıyan temel bilişsel işlevlerdir. Dikkat, bellek ve yürütücü işlevlerin dinamik etkileşimi, bu süreçlerin işleyişini düzenleyerek bireylerin çevrelerine uyum sağlamalarına yardım etmektedir. Güncel araştırmalar, bu süreçlerin nörobilişsel temellerini ortaya koymakta ve izleme sürecinin hem bilinçli hem de bilinçdışı bilişsel işlevlerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalar, özellikle nöro-görselleme teknikleriyle desteklenerek, algı ve izlemenin daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlaması mümkündür

2.3. Photolurking'in Bireyin Ruh Sağlığına Etkileri

Photolurking, bireyler üzerinde farklı sosyal ve psikolojik sonuçlara yol açabilmektedir. Bu davranış biçimi, bireylerin sosyal ilişkilerini ve öz güvenlerini olumsuz etkileyebilmektedir.

2.3.1. Sosyal Bağlantı ve Anlam Arayışı

Sosyal medya, bireylere sosyal çevreleriyle bağlantı kurma olanağı tanımaktadır. Ancak photolurking, bu bağlantıyı pasif bir gözlem düzeyinde bırakmaktadır. Baumeister ve Leary (1995), bireylerin anlamlı sosyal bağlar kurma ihtiyacı olduğunu savunur. Photolurking, bireylere yalnızca yüzeysel bir bağlantı sunarak bu ihtiyacı tatmin etmekte başarısız olmaktadır.

2.3.2. Depresyon ve Anksiyete

Araştırmalar, Photolurking 'in depresyon ve anksiyete belirtilerini artırabileceğini göstermektedir (Lin, LY, Lin, YH ve Li, H. ,2016). Bireyler, sürekli olarak başkalarının hayatlarını gözlemleyip kendi yaşamlarının eksik kaldığını düşündüklerinde, bu durum depresyon ve anksiyete düzeylerini artırmaktadır. Sosyal medya, bireylere yalnızca kendilerini izole edilmiş hissettirmekle kalmaz, aynı zamanda çevrimiçi sosyal karşılaştırmanın yoğunluğu bu olumsuz etkileri daha da derinleştirebilmektedir (Lin LY, Lin YH ve Li H, 2016).

2.3.3. Bağımlılık ve Kaçınma Davranışı

Photolurking davranışı, bireylerde bağımlılık yaratmaktadır. Dijital ortamda gözlemci bir rol üstlenen birey, gerçek hayattaki stres faktörlerinden kaçınarak kendini sanal bir dünyaya hapsedebilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Bu bağlamda photolurking, bireylerin duygusal problemlerden kaçınmak için kullandıkları bir başa çıkma stratejisi olarak düşünülebilir.

2.3.4.Özgüven ve Özsaygı Üzerine Olumsuz Etkiler

Son yıllarda sosyal medya kullanımının artması, bireylerin kendilerini değerlendirme biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. "Photolurking" olarak tanımlanan, başkalarının paylaşımlarını pasif şekilde izleme davranışı, sosyal medya kullanıcıları üzerinde belirgin psikolojik etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler özellikle bireylerin özsaygısı ve özdeğeri üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Sosyal medya, bireylerin sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırma yapmalarına olanak tanır. Bu durum, kendilik algısını ve özsaygıyı doğrudan etkilemektedir. *Upward social comparison* (yukarı yönlü sosyal karşılaştırma) teorisi, bireylerin sosyal medyada genellikle daha üstün veya idealize edilmiş görüntülerle karşılaştıklarında, kendilerini yetersiz hissettiklerini ve bu algıların özsaygılarını zedelediğini öne sürmektedir (Vandenbosch, Fardouly ve Tiggemann, 2022). Sosyal medyada sürekli olarak başkalarının yaşamları ve başarıları ile karşılaştırılmak, bireylerin kendi yaşamlarından memnuniyetsizliğe kapılmalarına, fiziksel görünümlerinden ve genel başarılarından duydukları tatminin azalmasına yol açmaktadır. Bu durum, sosyal medya kullanımı arttıkça daha belirgin hale gelmektedir, çünkü sürekli olarak kendilerini idealize edilmiş yaşamlarla kıyaslama eğilimindedir (Vandenbosch, Fardouly ve Tiggemann, 2022).

Birçok araştırma, düşük özsaygıya sahip bireylerin sosyal medya üzerinden fotoğrafları pasif bir şekilde izlemenin yanı sıra, başkalarına daha çok bakma ve kıyaslama eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu durum, bireylerin kendilerini daha fazla "yetersiz" ve "eksik" hissetmelerine neden olabilir. Sosyal medya kullanıcılarının, başkalarının fotoğraflarını izlerken kendilerine dair olumsuz algılar geliştirmeleri, özellikle gençler ve ergenlerde daha yaygın bir sorundur (Vandenbosch, Fardouly ve Tiggemann, 2022). Ayrıca, düşük özsaygıya sahip bireylerin genellikle fotoğraflarını daha çok filtreleyip düzenlemeleri de bu durumu pekiştirebilir (Lo Destro, 2024).

Fear of negative evaluation (negatif değerlendirilme korkusu) ise, bireylerin başkalarından olumsuz yorum alacakları korkusu ile ilişkili bir durumdur. Düşük özsaygıya sahip bireyler, sosyal medya üzerinde paylaştıkları içeriklerin olumsuz değerlendirilmesi konusunda daha hassas olabilirler. Bu, bireyleri ya daha az paylaşım yapmaya ya da içeriklerini düzenleyerek bu korkularını azaltmaya itebilir. Fotoğraflarını sosyal medya platformlarında paylaşma konusunda yaşanan bu kaygılar, sonunda kişilerin sosyal medyaya daha fazla odaklanmalarına ve bu platformlarda sürekli başkalarıyla kıyaslamalar yapmalarına neden olur (Lo Destro, 2024).

Özetle, photolurking, sosyal medya kullanıcılarının kendilik algısını zedeleyen, özsaygıyı düşüren ve özdeğerlerinde olumsuz etkiler yaratan bir davranış olarak öne çıkmaktadır. Bu davranış, bireylerin sürekli olarak başkalarıyla kıyaslama yapmalarına yol açarken, aynı zamanda onları kendi yaşamları ve görünüşleri konusunda daha fazla

endişelendirebilir. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımının, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde ciddi etkiler yaratabileceğini ve özellikle genç kullanıcılar için bu etkilerin daha belirgin olabileceğini vurgulamak önemlidir.

2.3.5.Sosyal Anksiyete ve İzolasyon İlişkisi

Photolurking, sosyal medyada başkalarının içeriklerini sessizce izleme davranışı, bireylerin sosyal etkileşimlerini ve psikolojik durumlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu davranış, özellikle sosyal anksiyete ve izolasyon ile ilişkilidir ve bu ilişkiler son yıllarda yapılan akademik araştırmalarla daha iyi anlaşılmaktadır. Sosyal anksiyete, bireylerin sosyal durumlarda kendilerini olumsuz bir şekilde değerlendirmelerine ve bu durumlara karşı aşırı bir korku geliştirmelerine yol açan psikolojik bir bozukluktur. Sosyal medya ve diğer dijital platformlar, sosyal anksiyetesi olan bireyler için ciddi bir stres kaynağı olabilir. Çünkü bu platformlar, sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırma yapmayı teşvik eder. Photolurking, bireylerin bu tür karşılaştırmalar yaparak kendilerini sürekli olarak diğerlerinin yaşamlarıyla kıyaslamalarına ve bu durumun sosyal kaygılarını artırmalarına neden olabilir (Jiang ve Ngien, 2020).

Sosyal anksiyete ile sosyal izolasyon arasında sıkı bir ilişki vardır. Sosyal kaygı yaşayan bireyler, sosyal etkileşimlerden kaçınmaya eğilimlidir. Bu durum zamanla yalnızlık ve sosyal izolasyon hissine yol açar. Ancak, dijital ortamlar bu izolasyonu artırabilir. Sosyal medya platformları, bireylerin yüz yüze etkileşimden kaçmalarına olanak tanırken, aynı zamanda yalnızlıklarını pekiştirebilir. Photolurking yapan bireyler, sosyal medya üzerinde aktif olmamakla birlikte, sürekli olarak başkalarının yaşamlarını izlemek, onları dışarıda bırakılmış veya yalnız hissettirebilir (Verduyn vd,2017). Bu süreç, sosyal etkileşimlerden kaçma isteğini besleyerek izolasyonu derinleştirebilir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, sosyal anksiyetesi olan bireylerin sosyal medya kullanımının arttıkça yalnızlık duygularının da güçlendiğini göstermektedir. Özellikle ergenler ve genç yetişkinler, sosyal medyada sıkça photolurking yaparken, kendilerini başkalarıyla kıyaslama yoluyla daha fazla yalnız hissedebilirler (Song, Chang ve Zhou, 2021). Bu durum hem sosyal kaygıyı artırabilir hem de bireyin sosyal etkileşimden kaçınmasına yol açarak izolasyonu pekiştirebilir.

Bu bağlamda, photolurking'in sosyal anksiyete ve sosyal izolasyon arasında bir bağ oluşturduğu, bireylerin sosyal medya kullanımını nasıl şekillendirdiği üzerine yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Sosyal anksiyetesi yüksek bireyler, bu davranışı genellikle sosyal etkileşimlerden kaçınmak için bir strateji olarak kullanırken, aynı zamanda bu durum yalnızlık ve dışlanmışlık hissi yaratabilir (Song, Chang ve Zhou, 2021).

2.3.6.Mahremiyet Algısının Değişmesi ve Sonuçları

Photolurking, sosyal medya platformlarında bireylerin içerikleri pasif bir şekilde izleme davranışdır ve dijital mahremiyetin yeniden şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Dijital çağda, mahremiyet yalnızca bireylerin kişisel alanlarını ve bilgilerini koruma hakkı olarak değil, aynı zamanda dijital kimlik ve çevrimiçi etkileşimlerdeki sınırların yeniden tanımlanması gereken bir kavram olarak da anlaşılmaktadır. Sosyal medya, bireylerin kişisel bilgilerini daha fazla paylaşımlarına ve bunların geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanırken, photolurking bu sürecin daha da belirgin hale gelmesini sağlar (Schroeder, 2002; Lister vd.,2009).

Dijital mahremiyet, geleneksel anlamda kişisel bilgilerin ve özel hayatın korunması anlamına gelirken, sosyal medya platformlarında bu sınırlar giderek daha belirsiz hale gelmiştir. Bireyler, içeriklerini paylaştıkları anda, bu bilgilerin çevrimiçi ortamda kalıcı hale geldiğini ve izinsiz olarak izlenebileceğini fark etmeyebilirler. Photolurking, başkalarının içeriklerine göz atarken, bu izlenme sürecini gizli bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak tanır. Ancak bu durum, izlenen içeriklerin mahremiyet sınırlarını zorlamakta ve bireylerin dijital mahremiyet algısının değişmesine neden olmaktadır (Büchi,, Just ve Latzer, 2016).

Sonuç olarak, photolurking, sadece bireylerin kendi mahremiyet sınırlarını yeniden değerlendirmelerine yol açmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal düzeyde mahremiyetin ve gizliliğin algılanış biçimini de değiştirir. Dijital ortamda paylaşılan her içerik, potansiyel olarak başkaları tarafından izlenebilir ve yorumlanabilir. Bu durum, mahremiyetin kaybolmasına ve bireylerin dijital kimliklerini şekillendirme biçimlerinin evrimleşmesine yol açar. Artan izlenme ve gözlemlenme hissi, bireylerde mahremiyet kaygılarının yükselmesine neden olabilir. Öte yandan, bu değişim sosyal medya kullanımının bir parçası olarak daha geniş sosyal etkileşimler ve toplumsal normlar ile de

ilişkilidir (Schroeder, 2002). Bu bağlamda, photolurking'in bireylerin dijital mahremiyet algısını nasıl dönüştürdüğü üzerine yapılan araştırmalar, gizlilik, güvenlik ve dijital kimlik oluşturma gibi karmaşık konuları ele almaktadır. Özellikle, bireylerin kendi sınırlarını nasıl çizdikleri ve dijital platformlarda kendilerini nasıl izlenebilir hale getirdikleri, daha geniş bir mahremiyet tartışmasına zemin hazırlamaktadır (Lister, 2009; Büchi, Just ve Latzer, 2016).

2.4.Sosyal İlişkilerde Photolurking'in Rolü

Photolurking, sosyal medya ortamlarında bireylerin başkalarının paylaşımlarını gözlemleme fakat etkileşime geçmeme davranışı, dijital etkileşimde pasif bir gözlemci olma durumunu ifade etmektedir. Son yıllarda yapılan çalışmalar, photolurking'in sosyal ilişkiler üzerindeki etkilerini incelemiş ve bu fenomenin, bireylerin sosyal bağları, ilişki kaliteleri ve psikolojik durumları üzerinde derinlemesine etkiler yarattığını öne sürmektedir (Büchi, Just ve Latzer, 2016; Kernis, 2005).

Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi kimliklerini ve sosyal ilişkilerini inşa etme biçimlerini değiştiren önemli bir araçtır. Burada, photolurking, bireylerin başkalarının paylaşımlarını izlerken, kendi sosyal etkileşimlerine pasif bir yaklaşım sergilemelerine yol açmaktadır. Bu pasif gözlemcilik, bireylerin sosyal ilişkilerinde daha az aktif bir rol almalarına, dolayısıyla ilişkilerin yüzeyselleşmesine ve zayıflamasına neden olabilir (Gorrese ve Ruggieri, 2013). Sosyal medyada sadece gözlemde bulunmak, bireyleri, başkalarının sosyal bağlarını izlerken kendi yalnızlık ve sosyal yalıtılmışlık duygularını artırmaya itebilir. Bu durum, sosyal etkileşimden kaçınan veya bunu sınırlandıran bireylerin, çevrimiçi dünyadaki daha güçlü ve daha aktif sosyal bağlarla karşılaştırıldığında kendilerini dışlanmış ve yetersiz hissetmelerine yol açabilir (Büchi,, Just ve Latzer, 2016).

Photolurking, sosyal etkileşime girmeme ile ilişkili bir davranış olmasına rağmen, bu davranışın bireyler üzerindeki etkileri yalnızca yalnızlık ve sosyal yalıtımla sınırlandırılmamaktadır. Bireyler, başkalarının yaşamlarını gözlemleyerek, kendi sosyal dünyalarındaki eksiklikleri fark edebilmekte ve bu da düşük benlik saygısı ile daha yüksek sosyal kaygıya neden olabilmektedir (Kernis, 2005). Bu psikolojik etkiler, bireylerin dijital etkileşimde bulunma biçimlerini, özellikle de ilişkilerindeki duygusal derinliği, daha fazla kaygı ve stresle şekillendirmesi mümkündür

Photolurking'in potansiyel olarak, bireylerin kendilik algıları ve sosyal bağları üzerindeki olumsuz etkilerinin, dijital dünyadaki yalnızlık ve sosyal izolasyon hissi ile doğudan ilişkili kılmaktadır (Baker ve Algorta, 2016; Gonzalez, ve Acosta, 2023)

Sonuç olarak, photolurking'in sosyal ilişkilerdeki rolü, sosyal etkileşimin dijital ortamdaki evrimine dair önemli bir göstergedir. Bu davranış, dijital etkileşimdeki pasifleşmenin bireylerin psikolojik durumları üzerindeki etkilerini vurgular. Sosyal medya platformları, yalnızca paylaşımların görüldüğü yerler değil, aynı zamanda bireylerin sosyal dünyalarına dair sürekli bir gözlem ve değerlendirme süreçlerini barındıran alanlardır. Bu bağlamda, photolurking'in sosyal bağları nasıl yeniden şekillendirdiğini ve bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkilerini anlamak, dijital kültürün sosyolojik ve psikolojik boyutlarını derinlemesine incelemeyi gerektirir (Baker ve Algorta, 2016; Büchi, Just ve Latzer, 2016; Gonzalez, ve Acosta, 2023).

2.4.1.Dijital Kimlik İnşası ve Etkileri

Photolurking, yani dijital gözlemin, bireylerin sosyal ilişkilerindeki etkileri oldukça derindir ve dijital kimlik inşası üzerinde önemli rol oynamaktadır. Dijital kimlik, bireylerin çevrimiçi platformlarda kendilerini nasıl sundukları ve diğerleriyle nasıl etkileşimde bulundukları ile şekillenir. Bu kimlik, bireylerin gerçek dünyadaki kimliklerinden farklı olabilir, çünkü çevrimiçi alan, özgürce kimliklerini yeniden inşa etmelerine olanak tanır (Kernis, 2005). Dijital kimlik, sosyal medya üzerinden bireylerin kendilerini sunma biçimlerini değiştirebilir; örneğin, sosyal medya algoritmalarının etkisiyle, bireyler çoğunlukla başkalarıyla uyum sağlamak adına çeşitli kimlikler deneyimleyebilirler (Vannucci, Flannery ve Ohannessian, 2017)

Kişilerarası ilişkiler açısından bakıldığında, photolurking bireylerin dijital kimliklerini sürekli olarak gözden geçirmelerine yol açar ve bu durum, zamanla daha derin psikolojik etkilere neden olabilir. Özellikle sosyal medya platformlarının sağladığı anonimlik, bireylerin daha kontrollü ve seçici bir şekilde kendilerini sunmalarına olanak tanırken, bu da kimliklerinin yanlış yansıtılmasına veya değişmesine yol açabilir (Fox ve Rooney, 2015). Ayrıca, sürekli gözlem yapmanın getirdiği sosyal baskı, bireylerin çevrimiçi kimliklerini, daha fazla beğeni ve onay alacak şekilde şekillendirmelerine neden olabilir. Bu, bireylerin gerçek hayatta sahip oldukları kimlik ile çevrimiçi

sunumları arasındaki ayrımın giderek büyümesine yol açar, bu da kimlik karmaşası ve ruhsal sorunlara neden olabilir (Toma ve Hancock, 2010).

Bir diğer önemli boyut ise dijital kimliklerin sosyal normları yeniden şekillendirmesidir. Sosyal medya, daha önce gizli kalan kimlik ifadelerinin açığa çıkmasına yardımcı olmuş ve bireylerin kendilerini çeşitli cinsel kimliklerle tanımlamaları için güvenli alanlar oluşturmuştur (Manago vd., 2023). Bu platformlar, bireylerin yalnızca kendilerini ifade etmelerine değil, aynı zamanda başkalarıyla benzer deneyimler paylaşarak sosyal bağlar kurmalarına olanak tanır. Ancak, dijital kimlik inşasının aynı zamanda çevrimiçi baskılara, özsaygı eksikliklerine ve yalnızlık hissine yol açabileceği de gözlemlenmiştir (Toma ve Hancock, 2010).

Sonuç olarak, photolurking, sosyal ilişkilerdeki dijital kimlik inşasını önemli ölçüde etkileyen bir fenomendir ve bu durum hem bireylerin psikolojik sağlığını hem de sosyal etkileşim biçimlerini dönüştürmektedir. Kimliklerin çevrimiçi alanda yeniden şekillenmesi, dijital ve fiziksel dünyalar arasındaki sınırları bulanıklaştırmakta ve bireylerin içsel kimliklerini daha derinlemesine sorgulamalarına yol açmaktadır (Fox ve Rooney, 2015; Toma ve Hancock, 2010).

2.4.2. Mahremiyet İhlali ve Dijital Şiddet

Photolurking, sosyal medya kullanıcılarının diğer bireylerin paylaşımlarını gözlemleyerek etkileşime girmeden izleme davranışdır. Literatürde, bu davranış, dijital mahremiyetin ihlali ve dijital şiddetle ilişkilendirilmekte ve sosyal ve psikolojik etkileri üzerinde durulmaktadır (Dörnyei ve Ushioda, 2021; Tufekci, 2014). Mahremiyetin ihlali, özellikle dijital dünyada, bireylerin yaşamlarına dair özel bilgilerin, görüntülerin ya da anların izinsiz şekilde açığa çıkması ile bağlantılıdır. Bu durum hem içerik üreticilerini hem de içeriklere bakan izleyicileri etkileyebilmektedir. Mahremiyetin zayıflaması, sosyal medya platformlarının kamusal alan olarak işlev görmesiyle daha belirgin hale gelmektedir. Bireyler, paylaşımlarını çevrimiçi ortamda izinsiz izleyenlerin varlığını fark etmese de bu durum kişiler üzerinde mahremiyet kaygılarının artmasına neden olması mümkündür (Tufekci, 2014).

Dijital şiddet, siber zorbalık, tehditler, taciz ve mahremiyet ihlallerini içeren olgularla ilişkili olup, photolurking bu tür şiddet biçimlerinin dijital ortamda daha yaygın hale gelmektedir. İzleyici rolünde olmak, etkileşime girmemek, sosyal medya platformlarında yalnızlık ve dışlanmışlık duygularını pekiştirebilmektedir (Adjei vd., 2018). Bu durum, sosyal ilişkilerde önemli etkiler yaratması söz konusudur. Etkileşime girmeyen bir izleyici, sosyal bağlardan izole olmuş hissedebilir ve bu da depresyon, kaygı gibi ruhsal sorunlara zemin hazırlayabilmektedir. (Dörnyei ve Ushioda, 2021).

Photolurking, bireylerin dijital şiddetle karşılaşmasına da neden olabilmektedir. Mahremiyetin ihlali, bireylerin sosyal medya platformlarında açıkça hedef haline gelmelerine yol açmakta ve bu durum dijital şiddetin artmasına zemin hazırlamaktadır. Özellikle genç kullanıcılar, çevrimiçi ortamda daha fazla mahremiyet ihlali ve dijital şiddetle karşılaşabilmektedirler. Sosyal medya platformları, bu tür davranışları daha görünür hale getirerek, dijital şiddetin yayılmasına katkı sağlamaktadır (Adjei vd., 2018)

Sonuç olarak, photolurking, sosyal medya platformlarında dijital şiddet ve mahremiyet ihlalleri ile ilişkili karmaşık bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu davranış, bireylerin çevrimiçi kimliklerini şekillendirirken, aynı zamanda toplumsal ilişkilerde de olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Mahremiyetin ihlali ve dijital şiddetin yaygınlaşması, bireylerin psikolojik ve sosyal sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir ve bu durumu önlemek için daha güçlü dijital güvenlik ve mahremiyet politikaları gereklidir (Schroeder, 2002).

2.4.3. Gözleme Hissi ve İkili İlişkiler

Son on yılda yapılan akademik çalışmalar, "photolurking" kavramının sosyal ilişkilerdeki rolünü incelemekte önemli bir yer tutmaktadır. Photolurking, bir kişinin sosyal medya hesaplarını pasif bir şekilde izleyip etkileşimde bulunmadan gözlem yapması olarak tanımlanabilir. Bu kavram, bireylerin sosyal medya üzerinden başkalarının etkinliklerini izlemesi ile ilişkilendirilir ve özellikle ikili (dyadik) ilişkilerde önemli etkiler yaratmaktadır. Sosyal medyanın bireyler arasındaki etkileşimleri nasıl dönüştürdüğünü ve bu dönüşümün ilişkilerin dinamiğini nasıl etkilediğini ortaya koyan araştırmalar, photolurking'in ilişkilere olan etkilerini incelemiştir (Digennaro ve Tescione, 2024; Kyselo ve Tschacher, 2014).

Araştırmalar, sosyal medyanın bireyler arasındaki gözlem ve etkileşim dinamiklerini nasıl değiştirdiğini vurgulamaktadır (De Vries vd., 2018; Frison ve Eggermont, 2015). Photolurking, ilişkilerde gözlem yapmayı daha erişilebilir hale getirirken, aynı zamanda kişilerin birbiriyle olan bağlarını güçlendirebilir veya zayıflatabilir. Bu fenomen, bireylerin çevrimiçi faaliyetlerini izleyerek daha fazla bilgi edinmelerine ancak doğrudan iletişimde bulunmamalarına neden olabilir (De Vries vd., 2018; Frison ve Eggermont, 2015).

Dyadik ilişkilerde, photolurking'in etkisi, insanların yalnızca gözlem yaparak ilişkileri nasıl algıladıklarıyla ilgilidir. Sosyal medyada bir partnerin etkinliklerinin izlenmesi, ilişkideki güven, yakınlık ve bağlılık gibi duygusal faktörleri etkileyebilir (Ehrenreich, 2022).

Sonuç olarak, photolurking dijital çağda ilişkilerde önemli bir fenomen haline gelmiş olup, gözlemlene ve etkileşim arasındaki ince çizgiyi anlamak, bu tür davranışların ilişki dinamiklerini nasıl dönüştürdüğünü kavramak için önemlidir.

2.5. Photolurking ve Yeni medya Hastalıkları ile Mücadele Stratejileri

Son on yılda, dijital dünyanın yükselişiyle birlikte yeni medya hastalıkları, özellikle sosyal medya bağımlılığı ve *photolurking* gibi dijital gözlemlene davranışları hem bireylerin psikolojik sağlığı hem de ikili ilişkiler üzerinde önemli olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu bağlamda, ruh sağlığı profesyonellerinin bu fenomenlerle mücadelede alacağı önlemler ve kullanacağı stratejiler, terapötik yaklaşımların güçlendirilmesi ve toplum genelinde dijital sağlığın iyileştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ve photolurking gibi davranışlar, bireylerin çevrimiçi dünyada sürekli izleme, etkileşimde bulunmama ve başkalarının hayatlarına dışarıdan müdahale etme davranışlarını içerir. Bu durum hem duygusal hem de psikolojik açıdan ciddi sorunlara yol açabilir. Sosyal medya üzerinden pasif gözlemler yapmak, bireylerin yalnızlık, depresyon, kaygı ve ilişkilerde güven eksikliği gibi problemlerle karşılaşmasına neden olabilir (Hou vd, 2019; Kuss ve Griffiths, 2017).

Photolurking, sosyal medyada başkalarının paylaşımlarını izlemekle sınırlı kalmayıp, ilişkilerde kişisel sınırların ihlali, gizlilik kaygıları ve sosyal karşılaştırmalar gibi olguları da beraberinde getirebilir (Marwick ve Boyd, 2014).

Ruh sağlığı profesyonelleri, dijital bağımlılık ve gözlemlene hastalıklarını daha iyi anlayabilmek ve bu hastalıklarla mücadele edebilmek için çeşitli stratejiler geliştirmelidir. Bu stratejiler, yalnızca bireysel tedavi yaklaşımlarını değil, aynı zamanda toplumsal müdahale yöntemlerini de kapsamalıdır.

2.5.1. Ruh Sağlığı Profesyonellerinin Yapması Gerekenler

Dijital medya okuryazarlığı eğitimleri: Ruh sağlığı profesyonelleri, bireylerin dijital dünyada sağlıklı bir şekilde var olmalarını sağlamak için medya okuryazarlığı eğitimlerine odaklanmalıdır. Bu eğitimler, bireylerin dijital ortamda nasıl bilinçli ve güvenli bir şekilde etkileşimde bulunabileceklerini öğretmeye yönelik olmalıdır. Sosyal medya ve dijital etkileşimlerin, kişisel sınırlar ve mahremiyet üzerindeki etkileri konusunda farkındalık yaratmak önemlidir (Frison ve Eggermont, 2015).

Bilinçli kullanım ve dijital detoks: Photolurking ve diğer dijital bağımlılıkları azaltmanın bir yolu, dijital detoks uygulamalarıdır. Bu uygulamalar, bireylerin sosyal medya kullanımını sınırlamalarını ve dijital dünyadan ara vermelerini teşvik eder. Bu strateji, sosyal medya kullanımının psikolojik sağlığa etkilerini azaltmaya yönelik etkili bir yöntem olarak önerilmektedir (Hou vd, 2019). Ruh sağlığı profesyonelleri, dijital detoks uygulamalarını tedavi süreçlerine dahil ederek, bireylerin psikolojik iyileşmelerine katkı sağlayabilirler.

İletişim ve güven dinamiklerinin geliştirilmesi: İkili ilişkilerde photolurking nedeniyle oluşan güven problemleriyle başa çıkabilmek için, profesyonellerin terapötik yaklaşımlarını daha etkin bir şekilde kullanması gerekir. Çift terapisi gibi yaklaşımlar, ilişkilerde güvenin yeniden inşa edilmesine yardımcı olabilir. Terapistler, bireylerin ve çiftlerin dijital iletişimde sınırlar koymalarını ve daha sağlıklı etkileşim kurmalarını teşvik etmelidir (Schemer vd., 2021). Ayrıca, dijital gözlemler ve izlemeler hakkında açık bir şekilde konuşarak, ilişkilerdeki şeffaflık artırılmalıdır.

Duygusal ve Psikolojik Destek Sağlamak: Sosyal medya ve dijital gözlemler, depresyon, kaygı ve yalnızlık gibi duygusal sorunları artırabilir. Ruh sağlığı profesyonelleri, bu tür duygusal problemlerin tedavisinde dijital ortamın etkilerini göz önünde bulundurmalıdır. Bireysel terapilerde, dijital bağımlılık ve sosyal medyanın psikolojik etkileri üzerinde durulmalı, bireylerin dijital dünya ile olan ilişkileri sağlıklı bir şekilde yönetilmeye çalışılmalıdır (Kuss ve Griffiths, 2017)

Toplumsal Müdahale ve Politikalar: Yeni medya hastalıkları ile mücadelede toplumsal düzeyde de bazı stratejiler geliştirilmelidir. Eğitim kurumları ve sosyal hizmetler, dijital sağlığı artırmak amacıyla toplumsal farkındalık yaratmalıdır. Ruh sağlığı profesyonelleri, bu farkındalık çabalarına katkı sağlamak için toplumda liderlik yapmalı, sosyal medya bağımlılığı gibi sorunları ele alacak toplumsal projelerde yer almalıdır (Haslam ve Fiske, 1999).

Yeni medya hastalıkları ve photolurking gibi dijital davranışlarla mücadele etmek, ruh sağlığı profesyonelleri için önemli bir görevdir. Bu hastalıklarla başa çıkabilmek için dijital farkındalık, dijital detoks, güvenli iletişim ve psikolojik destek gibi stratejilerin bir arada kullanılması gerekmektedir. Profesyoneller, bireylerin dijital dünyadaki davranışlarını anlamalarına ve yönetmelerine yardımcı olarak, ruhsal sağlıklarını iyileştirmelerine katkı sağlayabilirler.

2.5.2.Dijital Farkındalık ve Eğitimin Önemi

Dijital farkındalık, bireylerin çevrimiçi ortamda karşılaştıkları içerikleri ve dijital etkileşimleri bilinçli bir şekilde anlamalarına yardımcı olan bir süreçtir. Bu farkındalık, dijital bağımlılık, mahremiyet ihlalleri ve çevrimiçi davranışların psikolojik etkileri gibi konularda bireylerin daha bilinçli kararlar almasını sağlar. Son yıllarda yapılan araştırmalar, dijital farkındalık eğitiminin, sosyal medya bağımlılığını ve diğer dijital hastalıkları önlemede önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017; Frison ve Eggermont, 2015). Bu eğitim, bireylere sosyal medya kullanımını daha sağlıklı bir şekilde yönetme becerisi kazandırırken, dijital ortamda karşılaştıkları olumsuzlukların etkilerini azaltmalarına da yardımcı olur.

Dijital farkındalık eğitiminin önemi, özellikle gençler ve sosyal medya kullanıcıları arasında artan psikolojik rahatsızlıkların önlenmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Dijital okuryazarlık, bireylerin çevrimiçi içeriklerin doğruluğunu değerlendirme, mahremiyetlerini koruma ve dijital dünyada sağlıklı sınırlar oluşturma konusunda yardımcı olur. Bu tür eğitimler, sosyal medya kullanımının duygusal ve psikolojik sağlığa olan etkilerini anlamaya yardımcı olarak, bireylerin daha güvenli ve bilinçli bir dijital deneyim yaşamalarını sağlar (Marwick ve Boyd, 2014).

2.5.3.Sosyal Medya Kullanımında Bireysel Stratejiler

Sosyal medya bağımlılığını önlemek ve sağlıklı kullanım alışkanlıkları geliştirmek için bireylerin kendi stratejilerini belirlemeleri gerekmektedir. Bu stratejiler, sosyal medya kullanımını sınırlama, etkileşim sıklığını kontrol etme ve dijital detoks yapma gibi yöntemleri içerebilir. Örneğin, bireyler belirli saatlerde sosyal medya kullanmak ve bu süreyi sınırlamak gibi hedefler koyabilirler. Ayrıca, sosyal medya uygulamalarının bildirim ayarlarını yönetmek, bireylerin aşırı uyarılmalarını ve sürekli etkileşimde bulunmalarını engelleyebilir (Hou vd, 2019). Bu tür bireysel stratejiler, çevrimiçi etkileşimlerin duygusal etkilerini azaltarak, bireylerin sağlıklı dijital sınırlar oluşturmalarına yardımcı olur.

Sosyal medya kullanımının daha sağlıklı hale getirilmesi, aynı zamanda dikkatli içerik seçimi ve etkileşimde bulunma biçimlerini de içerir. Bireyler, yalnızca olumlu ve destekleyici içeriklere yönelmek ve olumsuz içeriklerden kaçınmak gibi stratejilerle sosyal medya kullanımını daha sağlıklı bir hale getirebilirler. Böylece, dijital dünyadaki sosyal karşılaştırmaların ve olumsuz etkilerin önüne geçebilirler (Frison ve Eggermont, 2015).

2.5.4.Mahremiyet Yönetimi ve Etkili Paylaşım

Mahremiyet yönetimi, dijital dünyada bireylerin kişisel bilgilerini koruma becerisidir ve sosyal medya kullanımının önemli bir parçasıdır. Mahremiyetin ihlali, çevrimiçi paylaşımların kontrolsüz bir şekilde yayılması, kimlik hırsızlığı ve diğer dijital tehditler gibi ciddi sorunlara yol açabilir (Haslam ve Fiske, 1999). Sosyal medya kullanıcıları, yalnızca paylaşmak istedikleri bilgileri belirlemeli ve bu bilgilerin kimlerle paylaşıldığı konusunda dikkatli olmalıdır.

Mahremiyet yönetimi, kullanıcıların gizlilik ayarlarını düzenli olarak gözden geçirmelerini gerektirir. Sosyal medya platformları genellikle kullanıcıların kişisel bilgilerini izinsiz şekilde toplayabilir ve bu bilgiler üçüncü şahıslarla paylaşılabilir. Bu nedenle, kullanıcılar gizlilik ayarlarını sık sık güncellemeli ve yalnızca güvendiği kişilerle içerik paylaşmalıdır. Ayrıca, sosyal medya üzerindeki etkileşimlerinde dikkatli olmak, yalnızca tanıdık ve güvenilir içeriklere tepki vermek, kullanıcıların mahremiyetlerini korumalarına yardımcı olabilir (Zhang ve Fu, 2020).

Bireylerin paylaşım yaparken farkında olmaları gereken bir diğer önemli nokta ise sosyal medya paylaşımlarının kalıcı olmasıdır. Yapılan paylaşımlar ve paylaşımlara verilen tepkiler, dijital izler bırakır ve bu izler zamanla kullanıcıların çevrimiçi kimliklerini oluşturur. Bu nedenle, kullanıcılar paylaşımlarını yaparken uzun vadeli etkilerini düşünmeli ve yalnızca olumlu ve güvenli içerikler paylaşmalıdırlar. Ayrıca, paylaşılan içeriklerin kişisel hayatı nasıl etkileyebileceği ve diğer bireylerle olan ilişkileri nasıl şekillendirebileceği konusunda dikkatli olunmalıdır (Marwick ve Boyd, 2014).

Sosyal medya kullanımındaki dijital farkındalık ve mahremiyet yönetimi hem bireylerin psikolojik sağlığını hem de kişisel güvenliklerini koruma açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ruh sağlığı profesyonellerinin, dijital dünyada sağlıklı etkileşimler ve içerik yönetimi konusunda kullanıcıları bilgilendirmeleri, dijital bağımlılıkla mücadelede önemli bir stratejidir. Ayrıca, bireylerin sosyal medya kullanımını bilinçli bir şekilde yönetmesi, dijital dünyadaki olumsuzlukları minimize ederek daha sağlıklı bir çevrimiçi deneyim yaşamalarını sağlar.

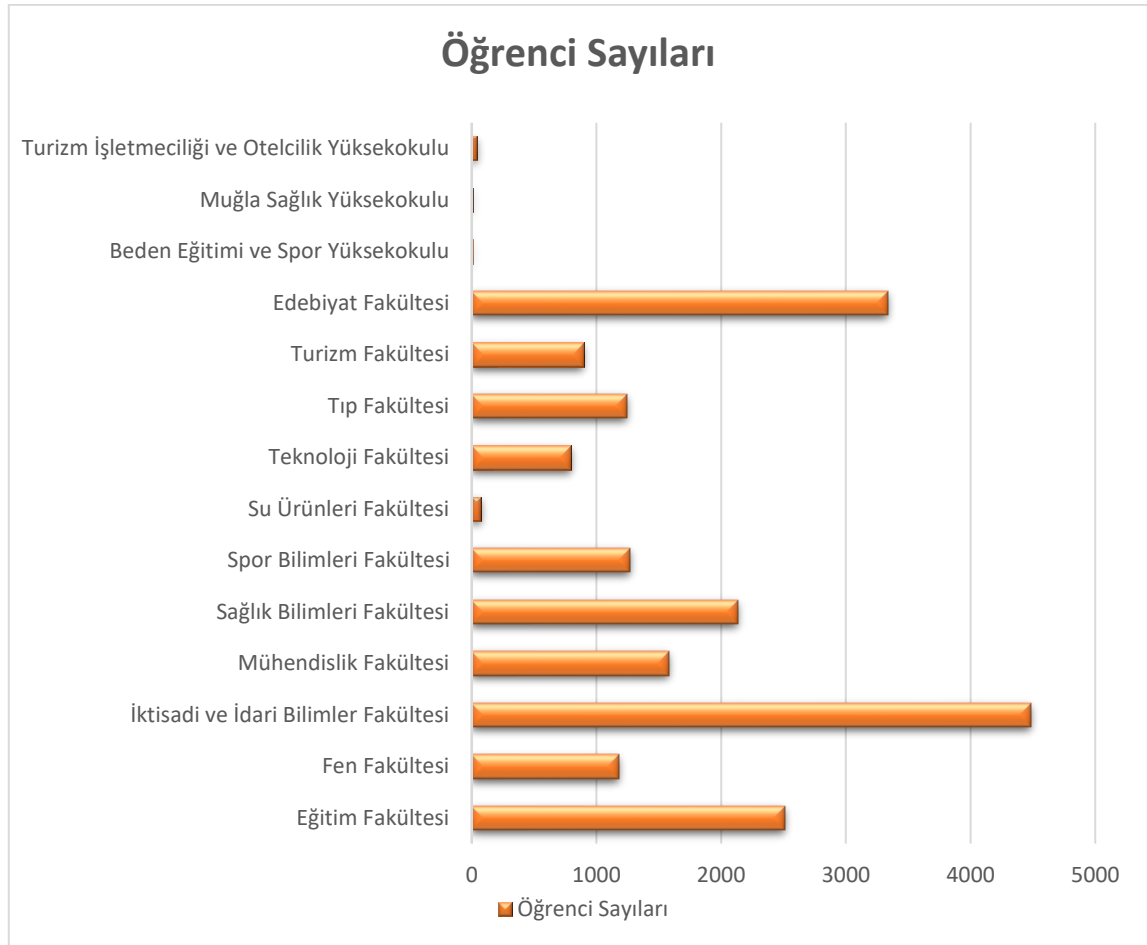
3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, metodolojik ve tanımlayıcı tipte bir araştırmadır.

3.2. Araştırma Evren ve Örneklemi/Araştırma Materyali

Araştırmanın evrenini 2022-2023 Eğitim Öğretim yılında Muğla ili, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin Fakülte ve Yüksekokullarında (Eğitim Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Fen Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Su Ürünleri Fakültesi, Teknoloji Fakültesi, Tıp Fakültesi, Turizm Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi) öğrenim gören toplam 19577 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin 2022-2023 Eğitim- Öğretim Yılı, mart ayında MSKÜ Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan alınan öğrenci sayıları aşağıda Şekil 3-1 de sunulmuştur.



Şekil: 3.1: 2022-2023 eğitim- öğretim yılı, Mskü öğrenci dağılımı (N=19577)

Ölçek geliştirme ile ilgili yapılan araştırmalarda, örneklem büyüklüğü hakkında literatürde ortak bir fikir birliği bulunmamakta olup güvenilir faktörler ve kesin olarak tahmin edilen faktör puanları elde edebilmek için 400'den fazla katılımcının gerekli olduğu (Goretzko, Pham ve Bühner, 2021), 300'ün altındaki örneklem evrenin tamamını karşılayamayacağı (Schreiber vd, 2006) belirtilmektedir. Ayrıca bazı çalışmalarda, küçük örneklemelerin büyük örnekleme hatasına neden olabildiği, faktör analizinin büyük örneklemle çalıştığı, yetersiz örneklem büyüklüğünün kararsız faktörlere, genellenebilirliğin azalmasına ve korelasyon katsayılarının daha az güvenilir olmasına neden olduğu (Carpenter, 2018; Schreiber vd, 2006; Pallant, 2016) vurgulanarak büyük örneklemle çalışılması önerilmektedir. Bu araştırmada örneklem, evrenden tabakalı örneklem alma yöntemi ile $n=N \cdot \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1)} + t^2 \cdot p \cdot q$ formülünden yararlanılarak belirlenmiştir. Tabakalı örnekleme yönteminde, evrende yer alan gruplardaki eleman sayıları evrenin tamamındaki eleman sayılarına oranlanarak hesaplanmaktadır (Esin, 2018). Literatürde ölçek geliştirme sürecinde örneklem seçimiyle ilgili olarak, ölçülmek istenen özelliği kapsayacak şekilde heterojen bir ranja sahip örnekleme ulaşılması gerektiği belirtilmektedir (Pallant, 2016). Bundan dolayı örneklem grubuna girecek olan öğrencilerin seçiminde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından, 2022-2023 Eğitim-Öğretim yılına ait il merkezinde ve öğrenim gören tüm Fakülte/Yüksekokul ve bu okulların tüm bölümlerindeki öğrencilerin cinsiyetlerine göre toplam sayıları alınmıştır (N=19577). Daha sonra tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak Fakülte/Yüksekokullara ve öğrencilerin cinsiyetlerine göre, araştırmaya alınacak kız ve erkek öğrenci sayıları orantılı olarak hesaplanmıştır (N=533) (Şekil 3-2).

Ölçek geliştirme ile ilgili yapılan araştırmalarda, örneklem büyüklüğü hakkında literatürde ortak bir fikir birliği bulunmamakta olup güvenilir faktörler ve kesin olarak tahmin edilen faktör puanları elde edebilmek için 400'den fazla katılımcının gerekli olduğu (Goretzko, Pham ve Bühner, 2021), 300'ün altındaki örneklem evrenin tamamını karşılayamayacağı (Schreiber vd, 2006) belirtilmektedir.

Ayrıca bazı çalışmalarda, küçük örneklemelerin büyük örnekleme hatasına neden olabildiği, faktör analizinin büyük örneklemle çalıştığı, yetersiz örneklem büyüklüğünün kararsız faktörlere, genellenebilirliğin azalmasına ve korelasyon katsayılarının daha az güvenilir olmasına neden olduğu (Carpenter, 2018; Schreiber vd, 2006; Pallant, 2016) vurgulanarak büyük örneklemle çalışılması önerilmektedir. Bu araştırmada örneklem, evrenden tabakalı örneklem alma yöntemi ile $n = N \cdot \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q}$ formülünden yararlanılarak belirlenmiştir. Tabakalı örnekleme yönteminde, evrende yer alan gruplardaki eleman sayıları evrenin tamamındaki eleman sayılarına oranlanarak hesaplanmaktadır (Esin, 2018). Literatürde ölçek geliştirme sürecinde örneklem seçimiyle ilgili olarak, ölçülmek istenen özelliği kapsayacak şekilde heterojen bir ranja sahip örnekleme ulaşılması gerektiği belirtilmektedir (Pallant, 2016). Bundan dolayı örneklem grubuna girecek olan öğrencilerin seçiminde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından, 2022-2023 Eğitim-Öğretim yılına ait il merkezinde ve öğrenim gören tüm Fakülte/Yüksekokul ve bu okulların tüm bölümlerindeki öğrencilerin cinsiyetlerine göre toplam sayıları alınmıştır (N=19577). Daha sonra tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak Fakülte/Yüksekokullara ve öğrencilerin cinsiyetlerine göre, araştırmaya alınacak kız ve erkek öğrenci sayıları orantılı olarak hesaplanmıştır (N=533) (Şekil 3-2).

Araştırmaya dâhil edilme kriterleri

- MSKÜ öğrencisi olmak ve aktif dönem kaydının yapılmış olması
- Sosyal medya kullanmak veya daha önce kullanmış olmak
- Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul etmek
- Türkçe okuyup yazabilen öğrenciler
- Özel gereksinimi olmayan öğrenciler

Araştırmadan dışlanma kriterleri

- Çalışmaya katılmaya gönülsüz olmak ya da çalışmadan ayrılmak istemek
- Çalışmaya katılmaya engel olabilecek hastalık öyküsü

Tablo 3.1: Mskü 2022-2023 eğitim-öğretim yılı öğrenci sayıları tabakalı örnekleme işlemi

Fakülteler ve Yüksekokullar	Kız		Erkek		Toplam	
	Sayı	Örneklem	Sayı	Örneklem	Sayı	Örneklem
Eğitim Fakültesi	953	25	1555	44	2508	69
Fen Fakültesi	533	12	651	15	1184	27
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	2713	87	1775	53	4488	140
Mühendislik Fakültesi	1165	32	420	8	1585	40
Sağlık Bilimleri Fakültesi	719	17	1412	40	2131	57
Spor Bilimleri Fakültesi	900	23	368	7	1268	30
Su Ürünleri Fakültesi	49	1	23	1	72	2
Teknoloji Fakültesi	612	13	186	3	798	16
Tıp Fakültesi	659	15	587	13	1246	28
Turizm Fakültesi	527	11	369	7	896	18
Edebiyat Fakültesi	1616	48	1724	52	3340	100
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	5	1	3	1	8	2
Muğla Sağlık Yüksekokulu	7	1	3	1	10	2
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	35	1	8	1	43	2
Toplam	10493	287	9084	246	19577	533

Tabaka Ağırlığı: Örneklem grubundaki öğrenci sayısı/ Evrendeki öğrenci sayısı. Tabaka Kriteri: Cinsiyet baz alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak 3 form kullanılmıştır.

3.3.1. Bilgilendirilmiş Onam Formu

Araştırmanın ne için yapıldığı, genel bilgileri, araştırmaya katılanların bilgilerin gizli tutulacağı, kaç soru yöneltileceğine yönelik katılımcıları bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır.

3.3.2. Tanıtıcı Bilgiler Formu

Bu form araştırmacı tarafından literatüre dayalı olarak hazırlanmış olup öğrencilere ait tanıtıcı bilgileri içermektedir. Tanıtım formu katılımcıların; yaş, cinsiyet, eğitim aldıkları bölüm, sosyal medyada geçirdiği süre, sosyal medya kullanım aracı, sosyal medya kullanım amacı, en sık kullandıkları sosyal medya uygulamasına ilişkin 7 sorudan oluşmaktadır. Uygulanması yaklaşık olarak 5 dakika sürmektedir. Katılımcılara yüz yüze araştırmacı tarafından bilgilendirme yapıldıktan sonra uygulanmıştır.

3.3.3. Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği Taslağı (RKÖ)

RKÖ taslağı, literatür araştırması sonucunda oluşturulan 64 soruluk madde havuzunu içermektedir. Maddeler; “**zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık**” alt boyutları olarak kategorize edilmiştir. Zaman alt boyutu ile katılımcıların zaman yönetimi davranışlarını ölçmeyi hedeflerken, farkındalık alt boyutu resimlerde kaybolma davranışının kişi tarafından ne kadar farkedilebilir düzeyde olduğunu ölçmektedir. Özgüven alt boyutunda ise örneklemin özgüven düzeylerini ortaya çıkarmayı, saklanma alt boyutu ile photolurkerların gizlenme davranışlarını ve mahremiyet algılarını ölçmektedir. Bağımlılık alt boyutu ise resimlerde kaybolma davranışının sürdürülmesinde bağımlılık etkenini ölçmektedir.

Oluşturulan bu madde havuzu **20** uzmanın görüşüne ve dil, anlatım ve anlaşılabilirlik uyumu açısından Türkçe eğitimi alanından **2** uzmana sunulmuştur. Uzmanların görüşleri sonrasında “Lawshe Tekniği” kullanılarak ölçek maddelerinin ve ölçeğin tamamının Kapsam Geçerliği İndeksi (KGI) hesaplanmıştır. Uzmanlardan önce ölçekteki beş potansiyel boyutun gerekliliği ve önerilen beş boyutun resimlerde kaybolma (photolurking) kapasitesini yansıtıp yansıtmadığı sorulmuştur. İlk adımdan sonra uzmanlardan her bir maddenin ifade netliğini, ifade fazlalığını, yanıt formatı seçimini, dil geçerliliğini ve ayrıca görünüş ve içerik geçerliliğini (1-uygun, 2-uygun, ancak değişiklik gerekiyor ve 3- uygun değil) değerlendirmeleri istenmiştir.

Uzmanlardan elde edilen cevapların değerlendirilmesinde her bir madde için KGO oranları hesaplanmıştır. Hesaplanan KGO değeri 22 uzman için uygun görülen 0.79 kritik değeri ile karşılaştırılmıştır. Dolayısıyla kritik değer altında kalan 10 maddenin anketten çıkarılmasına 15 maddenin düzeltilmesine karar verilerek taslak anketteki nihai madde sayısı 54 olarak belirlenmiştir.

Taslak ölçeğin örneklem grubuyla benzer özellikleri taşıyan 90 kişiden oluşan bir öğrenci grubunda ön çalışması yapılarak, anlaşılabilirlik açısından test edilmiştir. Beş alt boyutta tasarlanmış olan ölçekte; zaman alt boyutu 1, 2, 3, 6, 15, 18, 21, 37 numaralı ifadelerden, farkındalık alt boyutu: 4, 5, 11, 20, 25, 30, 32, 33, 43, 51, 54 numaralı ifadelerden, özgüven alt boyutu 8, 9, 14, 17, 24, 27, 35, 41, 42, 46, 47, 53 numaralı ifadelerden, saklanma alt boyutu: 7, 13, 29, 49, 50, 52 numaralı ifadelerden, bağımlılık alt boyutu ise: 10, 12, 16, 22, 23, 26, 28, 31, 33, 34, 36, 38, 39, 40, 44, 45, 48 numaralı ifadelerden oluşmaktadır.

5’li likert tipi şeklinde hazırlanmış olan ölçekte “kesinlikle katılıyorum” 5 puan, “katılıyorum” 4 puan, “kararsızım” 3 puan, “katılmıyorum” 2 puan, “kesinlikle katılmıyorum” 1 puan olarak puanlanmıştır. 54 maddelik taslak ölçeğin 7 maddesi (33,34,35,38,40,49,54) olumsuz anlam içerdiğinden ters puanlanmıştır. RKÖ çok boyutlu bir ölçek olması nedeniyle, alt boyut puan ortalamaları ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Ölçek toplam puan ortalaması kullanılmayan ölçekte “ölçek alt boyutlarından alınabilecek en düşük puan 1, en yüksek puan ise 5 puandır”. Ölçek alt boyut ortalamaları yükseldikçe, o alt boyuttan resimlerde kaybolma (photolurking) düzeyini daha çok arttığı şeklinde değerlendirmektedir.

Taslak ölçek örneklem grubuna uygulandıktan sonra geçerlik-güvenirlik çalışması yapılmış ve aşağıdaki adımlar izlenmiştir:

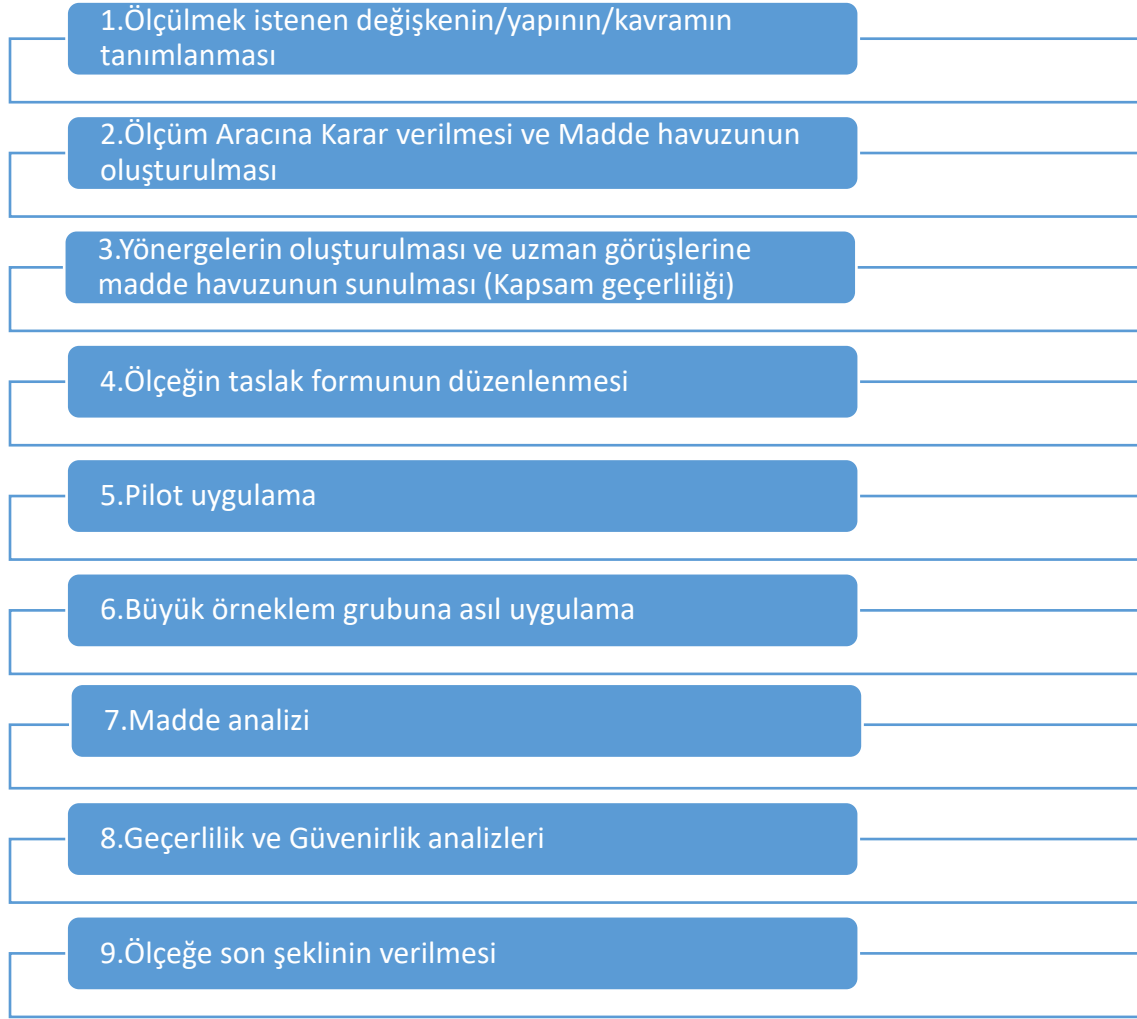
- Güvenirlik çalışması için, madde analizi yapılarak madde-toplam puan korelasyonları incelenmiş ve düşük korelasyondaki maddeler elenmiştir.
- Maddelerin oluşturduğu gizil yapıların keşfi için açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır.
- Keşfedilen yapının uyumu için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile değerlendirilmiş ve en iyi uyum açısından modifikasyon önerileri doğrultusunda düzenlemeler yapılmıştır.
- Analizler sonucunda oluşan alt boyutların güvenirlik açısından iç tutarlılık analizi için Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmıştır.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın yürütülebilmesi için gerekli etik ve kurum izinleri alındıktan sonra 2023-2024 tarihleri arasında MSKÜ fakülte ve yüksekokullarındaki öğrenciler ile dersliklerde görüşülmüştür. Araştırmanın amacı ve Bilgilendirilmiş Onam Formu açıklanarak katılımcılardan sözlü ve yazılı olarak onam alınmıştır. Veriler gönüllülerin öz bildirimlerine dayalı olarak yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Görüşme yaklaşık 1 saat sürmüştür. Araştırmaya katılmaya gönüllü olmayanlar, araştırmaya katılmaktan vazgeçenler çalışmaya dahil edilmemiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak 3 form kullanılmıştır (Bilgilendirilmiş Onam Formu, Tanıtıcı Bilgiler formu; Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği Taslağı). Kişilere anketler verilip araştırmacıyla birlikte doldurulması istenmiştir, kişilerin talepleri doğrultusunda kendisine bizzat soruları okuyup cevaplandırmasını istenip veriler toplanmıştır.

3.5. Deneysel Kurgu

Literatürde birçok kaynak farklı şekillerde ölçek geliştirme sürecinin aşamalarını kategorize etmektedir (Boateng vd.,2018; Carpenter,2018; Devellis, 2021; Kyriazos ve Stalikas, 2018). Ölçek geliştirme sürecine yönelik izlenmesi gereken aşamaların 5 ile 10 adımda tanımlanmakta olup öneri basamakları birbirine oldukça benzerlik göstermektedir. Yapılan literatür incelemeleri ve araştırma sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda daha kapsamlı bir ölçek geliştirmek için, belirtilen kaynaklardan yararlanılarak 9 aşama belirlenmiş ve Şekil 3.2’de sunulmuştur.



Şekil 3.2 Ölçek geliştirme aşamaları

3.5.1.Ölçülmek İstenen Değişkenin/Yapının/Kavramın Tanımlanması

Ölçek geliştirme işleminin ilk aşamada yapılan literatür tarama, ölçülmek istenen yapı ile ilgili mevcut ölçeklerin incelenmesini kapsamaktadır (Boateng vd., 2018; Henson ve Roberts, 2006). Bu bağlamda tarama literatürünün, mevcut ölçüm araçlarının eksikliklerini ortaya koyması ve yeni ölçek için teorik çerçeveyi oluşturması sağlamaktadır (Morgado vd., 2018; Orcan, 2018). Resimlerde kaybolma (Photolurking) ölçek geliştirme sürecinin ilk aşamasında yapılan literatür taraması ile; “Photolurking Kavramı”, “Photolurking Davranışının Psikolojik Temelleri”, “Gözlemcilik ve Psikososyal Boyutları”, “Pasif Etkileşim ve İzleyicilik”, “Yeni Medya Bağlamında Hastalıklar”, “Dijital Bağımlılık”, “Sosyal Medya Bağımlılıkları” kavramları araştırılmış ve bu kavramlardan temellenen araştırmalar incelenmiştir.

Bu kapsamda resimlerde kaybolma (photolurking) davranışı ile ilgili geliştirilmiş bir ölçek bulunmadığından; geliştirilmesi amaçlanan ölçek için literatür taraması yapılmış, ölçeğin teorik önem ve kavramsal çerçevesi belirlenmiştir. Bununla birlikte benzer özellik gösteren ölçüm araçlarının kullanıldığı araştırmalar irdelenmiş ve bu ölçeklere ilişkin psikometrik öneriler ve değerlendirmeler hakkında bilgi toplanmıştır

3.5.2.Ölçüm Aracına Karar Verilmesi ve Madde Havuzunun Oluşturulması

Ölçülmek istenen özellikleri belirlemek amacıyla kullanılan ölçüm araçları; net ifadeler, açık cümleler veya maddeler ile oluşturulmaktadır. Katılımcıların verdiği yanıtların subjektiftir ve belirli puanlama sistemi oluşturularak bir sayısal veri elde edilmektedir. Bu aşama madde havuzunun oluşturulması ile eş zamanlı planlanmaktadır. Ölçüm aracı oluşturulurken değişkenin yapısı, en uygun biçimde ölçülebilecek olması, zaman ve kolay uygulanabilirliği göz önünde bulundurulması gereken hususlardır. Birçok ölçüm aracı tipi vardır En sık kullanılan ölçüm aracı tipleri; Likert, Thurstone, Osgood ve Bogardus ölçekleridir (Karagöz ve Bardakçı,2020; Özdamar, 2017).

Literatürde, ekonomik, kullanışlı ve geliştirilmesi diğerlerine göre daha kolay olması dolayısıyla Likert tipi ölçek en yaygın tercih edilen tutum ölçme aracıdır. En yaygın kullanılan 5’li Likert tipidir. 5’li Likert ölçeğinde cevap seçenekleri genel olarak “Kesinlikle katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum”, “Tamamen katılmıyorum” şeklindedir (Karagöz ve Bardakçı, 2020; Özdamar,2017).

Bu bilgiler doğrultusunda bu araştırmada, tercih edilen ölçüm aracı olarak “5’li Likert tipi” ölçektir. Madde havuzunu oluşturabilmek için yapılan literatür taraması doğrultusunda kaynaklardaki öneriler de dikkate alınarak 5 alt boyut oluşturulmuş Belirlenen ölçek alt boyutlarını temsil eden, açık ve anlaşılır yargılarla madde havuzu elde edilmiştir. Oluşturulan bu taslak havuz üzerinde tez danışmanı ve tez izleme komitesine sunulmuş, konuyla alakalı olmayan maddeler elenmiş, aynı anlama gelen, benzer nitelikte olan maddeler düzenlenmiş ve 64 maddelik taslak ölçek elde edilmiştir.

3.5.3.Yönergelerin Oluşturulması ve Uzman Görüşlerine Madde Havuzunun Sunulması (Kapsam Geçerliliği)

Literatürde bir ölçüm aracı geliştirilirken Taslak ölçek oluşturulduktan sonra kapsam geçerliliği açısından incelenmesi amacıyla, yargıların değişkeni ölçebilirliği, yargı türünün anlam ve içerik yönünden uygunluğu, ölçeğin uygulanacak kitleye uygunluğu, dil ve yazım özellikleri açısından uygunluğunun değerlendirilebilmesi için uzmanlara danışılmalıdır. Uzmanların görüşleri doğrultusunda taslak ölçek yeniden düzenlenmelidir. Uzmanlara danışırken Davis, Lawshe, Delphi gibi birçok teknik kullanılmaktadır (Kartal ve Bardakçı, 2018). Bu araştırmada hazırlanan taslak ölçek formu en yaygın kullanılan Lawshe Tekniği kullanılarak ruh sağlığı alanında 20 uzmana ve Türk dili ve edebiyatı alanında 2 uzmana sunulmuştur. Uzmanların görüşleri sonrasında Lawshe Tekniği kullanılarak ölçek maddelerinin ve ölçeğin tamamının KGİ hesaplanmıştır (Büyükoztürk,2019; Erkuş, 2024; Özdamar,2017)

3.5.4.Ölçeğin Taslak Formunun Düzenlenmesi

Literatürde uzman görüşü almak için verilen önerilerin uygulanması araştırmacının sorumluluğunda olduğu belirtilmektedir (Alpar,2018; Çapık, Gözüm ve Aksayan, 2018). Bu doğrultuda; uzman görüşleri sonrasında alan uzmanları tarafından yapılan tüm öneriler dikkate alınarak taslak ölçekte uygun görülen maddeler kabul edilmiş, reddedilen ve kapsam geçerliği düşük olan maddeler dışlanmış, dil ve anlatım yönünden eksik veya uzun bulunan maddeler yeniden düzenlenmiştir. Bu değişimler sonucu 54 maddelik uygulamaya hazır bir ölçek elde edilmiştir.

3.5.5.Pilot Uygulama

Literatürde pilot uygulama yapılırken asıl hedeflenen kitlenin demografik özelliklerinin benzer olması gerektiği vurgulanmaktadır (Çapık, Gözüm ve Aksayan, 2018). Pilot uygulamada belirlenen kitlenin ise 5 ile 40 kişi aralığında olabileceği belirtilmektedir. Bu araştırmada evren geniş olması (N=19577), araştırılan konunun dijital çağda sosyal uygulamalarla geliştirilen bir dili kapsamı (sosyal medya dili) nedeniyle pilot uygulama 90 kişi ile yapılmıştır (Kartal ve Bardakçı, 2018; Johanson ve Brooks, 2010). Bu araştırmanın pilot uygulaması, örnekleme yer alan fakülte ve yüksek okullarda 13-15 Aralık 2023 tarihleri arasında gönüllü onam imzalamış olan 90 öğrenciyle yapılmıştır.

Öğrencilere Google formlar üzerinden anket formları gönderilmiş cevaplama süreleri Google formlar aracılığı ile katılımcılara sorulmuş ve anketi tamamlama süresi ortalama 28 dk olarak belirlenmiştir. Öğrenciler ile, maddelerin okunabilirliği, anlaşılabilirliği, farklı şekilde algılanan veya birden fazla anlam içeren cümlelerin olup olmadığı açısından görüş bildirmesi istenmiş öğrencilerden düzeltme gerektiren olumsuz geri dönüş ve öneri olmamıştır. Pilot uygulama yapılan öğrenciler asıl uygulamaya dahil edilmemiştir.

3.5.6. Büyük Örneklem Grubuna Asıl Uygulama

Bu araştırmanın örnekleme için, $n = N \cdot \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q}$ kullanılarak 533 öğrenciye ulaşılmıştır. Cinsiyete göre tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak; Eğitim Fakültesi'nden 69, Fen Fakültesi'nden 27, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden 140, Mühendislik Fakültesi'nden 40, Sağlık Bilimleri Fakültesi'nden 57, Spor Bilimleri Fakültesi'nden 30, Su Ürünleri Fakültesi'nden 2, Teknoloji Fakültesi'nden 16, Tıp Fakültesi'nden 28, Turizm Fakültesi'nden 18, Edebiyat Fakültesi'nden 100, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'ndan 2, Muğla Sağlık Yüksekokulu'ndan 2, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'ndan 2 öğrenci araştırmaya dahil edilmiştir ($N=533$). Etik ve kurum izinleri alındıktan sonra ilgili fakülte ve yüksekokullarda eğitim gören öğrenciler ile (eğitimi programlarını aksatmayacak şekilde) görüşülerek bilgilendirmeler yapılmış, yazılı ve sözlü onamlar alınarak veri araçları uygulanmıştır.

3.5.7. Madde Analizi

Literatürde madde analizi için taslak maddelerin hedef kitlenin yanıtlarına göre uygun doğrultuda işlev gösterebilirliğini saptamaktadır. Bunun için en sık kullanılan analiz tekniği madde korelasyonuna dayalı madde analizidir. (Kartal ve Bardakçı, 2018) Yapılan istatistiksel analizler sonucu madde korelasyon katsayısının 0.30'dan büyük olması maddenin uygun olduğunu düşük olanların ise ölçekten çıkarılması gerektiği ifade etmektedir (Büyüköztürk, 2019). Bu araştırmada madde analizi için madde korelasyonu tekniği kullanılmış, yapılan analizler bulgular kısmında sunulmuştur.

3.5.8.Geçerlilik ve Güvenirlik analizleri

Bir ölçek geliştirilirken ölçeğin kullanılabilmesi için geçerlik ve güvenirlik analizlerinin yapılması gerekmektedir. Ölçeğin Yapı geçerliliğinin test edilmesinde sıklıkla kullanılan yöntem faktör analizidir. Faktör analizinde, **açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA)** şeklinde iki yaklaşım bulunmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018; Hair vd., 2021; Seçer, 2021)

Açıklayıcı faktör analizi, bir ölçekte bulunan maddeler arasındaki ilişkilerden yola çıkılarak maddelerin kaç faktör altında toplanacağını belirlediği çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir. Bu yöntem ile ölçeğin alt boyutları ile ölçek maddelerinin birbiri tarafından tanımlanması hedeflemektedir. Faktör analizi için öncelikle araştırmanın örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla “Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi”, “Bartlett Küresellik Testi” ve “Kaiser-Mayers-Olkin Measures of Sample Adequacy (KMO-MSA)” testleri uygulanmaktadır. Ayrıca açıklayıcı faktör analizinde faktörleştirmede işlemleri uygulanmaktadır. Burada maddelerin faktör yüklerinin **0.30’un üzerinde olması** gerekmektedir ve **0.60’ın üzerindeki yükler yüksek, 0.30-0.59 arasındaki yükler ise orta düzeyde** kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018; Hair vd., 2021; Seçer, 2021).

Bu çalışmada AFA hedef grubuna, verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için faktör analizi yapabilmek için örneklem büyüklüğünün yeterliliğini saptamak amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğunu belirlemek için Bartlett Küresellik testi ve her bir maddenin kendisi ile ilişkisini gösteren Kaiser-Mayers-Olkin Measures of Sample Adequacy (KMO-MSA) testi kullanılmıştır. Faktörleştirme tekniği olarak, çalışmalarda en sık kullanılan ve daha az sayıda bileşen altında fazla sayıda değişkeni toplayarak faktörlerin doğası hakkında bilgi elde etmeye yardımcı olan temel bileşenler analizi seçilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), AFA ile sınırlandırılan bir yapının doğruluğunu ve uyumluluğunu araştırmak için uygulanan bir tekniktir. Ölçeğin yapısının analiz edebilmek için uyum indeksleri kullanılmaktadır. Bu indeksler;

- Modelin genel uyumunu gösteren ki-kare istatistiği ve ki-kare/serbestlik derecesi değeri (χ^2 , χ^2/sd (CMIN/DF),
- Karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative Fit Index, CFI),
- Yaklaşık hataların ortalama karekökü (Root Mean Square Error Of Approximation, RMSEA),
- İyilik uyum indeksi (Goodness Of Fit Index, GFI),
- Düzenlenmiş iyilik uyum indeksi (Adjusted Goodness Of Fit Index, AGFI),
- Artık ortalamaların karekökü (Root Mean Square Residuals, RMR),
- Standardize edilmiş artık ortalamaların karekökü (Standardized Root Mean Square Residuals, SRMR),
- Karşılaştırmalı uyum indeksleri (Normed Fit Index (NFI),
- Tucker-Lewis Index (TLI)
- Incremental Fit Index (IFI)) şeklindedir (Karagöz ve Bardakçı,2020; Özdamar, 2017). Bu araştırmada; doğrulayıcı faktör analizi için yukarıda sıralanan iyilik uyum indeksleri kullanılmış olup bulgular kısmında verilmiştir.

Güvenirlilik, nicel bir araştırmada katılımcının vermiş olduğu yanıtlarının kararlı ve tutarlılığını ifade etmektedir. Literatürde birçok güvenirlik katsayısı bulunmakta en yaygın kullanılanı Cronbach alfa güvenirlik katsayısıdır. Cronbach alfa güvenirlik katsayısı 0-1 aralığında değerler almakta olup, güvenirliğin yüksek kabul edilebilmesi için Cronbach alfasının 0.70 ve üzeri olması gerektiği yaygın kanıdır (Kartal ve Bardakçı, 2018)

Test-tekrar test güvenirliliği Katılımcıların toplam puanlarının zaman içinde ne kadar tutarlı olduğunu değerlendirmek için kullanılan yöntemdir. Bu yöntem için güvenirliliği belirlenmek istenen ölçek aynı gruba en az 50 katılımcı ile 2-4 hafta aralığında ikinci kez uygulanmaktadır (Boateng vd.,2018; Büyüköztürk, 2019; Sürücü ve Maslakçı, 2020; Souza, Alexandre ve Guirardello, 2017).

Korelasyon katsayısının 0.80'nin üzerinde olması test-tekrar test güvenilirliğinin yüksek olduğunu yani bu ölçeğin ölçme sonuçlarının zaman içerisinde değişmediğini göstermektedir (Boateng vd.,2018; Büyüköztürk, 2019; Sürücü ve Maslakçı, 2020; Souza, Alexandre ve Guirardello, 2017). Güvenirtirmada güvenilirlik analizi için Test-Tekrar Test tekniği ve Cronbach alfa güvenir katsayısı kullanılmış olup bulgular kısmında verilmiştir.

3.5.9.Ölçeğe Son Şeklinin Verilmesi

Bu araştırmada, ölçek geliştirme aşamaları takip edilerek üniversite öğrencilerine yönelik geliştirilen resimlerde kaybolma (photolurking) ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu kanıtlamak üzere yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonrasında üzerinde çalışılan 54 maddelik taslak ölçek formunda bulunan maddelerden toplam 46 tanesinin geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağladığı görülmüştür. Ölçek “Kesinlikle Katılıyorum-(5), Katılıyorum-(4), Kararsızım-(3), Katılmıyorum-(2), Kesinlikle Katılmıyorum-(1)” şeklinde 5’li likert tipinde bir ölçektir. Ölçek puanlanırken 7 madde (33,34,35,38,40,49,54) ters kodlanmaktadır.

Alt boyut puan ortalamaları ayrı ayrı değerlendirilen ölçekte toplam puan ortalaması kullanılmamaktadır. Ölçek alt boyutlarından alınabilecek en düşük puan 1, en yüksek puan ise 5 puan olarak değerlendirilmektedir. Ölçek alt boyut ortalamaları yükseldikçe, o alt boyuttun resimlerde kaybolma (photolurking) düzeyini daha çok arttığı şeklinde değerlendirmektedir.

3.6. İstatistiksel Analiz

Araştırmanın verileri bilgisayar ortamına aktarılarak ve Statistical Package for the Social Sciences 23 (SPSS 23) programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Kullanılan istatistik yöntemler Tablo 3.2’de ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Verilerin analizi için Açıklayıcı Faktör Analizi, hazırlanan ölçeğin bir model olarak doğrulanması amacıyla Doğrulamalı Faktör Analizi, ölçeğin faktör analizine uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri ve Bartlett testleri kullanılmıştır. Kaiser-Meyer ve Bartlett Testleri, Soruların kendi aralarındaki iç tutarlıklarını belirlemek için Cronbach Alfa Güvenirlik Katsayıları hesaplanmıştır. Öğrencilerin resimlerde kaybolma (photolurking) düzeylerini belirlemek amacıyla ortalama ve standart sapma değerlerini içeren betimsel analiz kullanılmıştır.

Tablo 3.2: Araştırmada kullanılan istatistik yöntemleri

İncelenen Özellik	İstatistiksel yöntemler
- Taslak ölçeğin kapsam geçerliği; uzman görüşlerinin değerlendirilmesi - Taslak ölçek alt boyutları için madde toplam puan analizi - Örneklem büyüklüğü ve uygunluğu testleri	Lawshe Tekniği Madde toplam puan korelasyon Kaiser Meyer Olkin örneklem yeterlilik testi Barlett's Küresellik Testi
- Taslak ölçek alt boyutlarının yapı geçerliği - Ölçek alt boyutlarının iç tutarlılığı	Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach alfa katsayısı Test-Tekrar Test
- Hemşirelerin kişisel ve mesleki özelliklerinin belirlenmesi - RKÖ alt boyut puan ortalamalarının hemşirelerin kişisel ve mesleki özellikleri ile karşılaştırılması	Sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma Bağımsız gruplarda t testi Kruskal- Wallis Testi Mann Whitney U Testi Bonferroni düzeltmeli Mann Whitney U
RKÖ alt boyutları arasındaki doğrusallığın incelenmesi ve ilişkilerin gücü ve anlamlılığın sınanması	Nokta saçılım grafikleri Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi

3.7. Etik Onay

Araştırmanın uygulaması için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'ndan (19.06.2023 tarihli 230060 protokol numaralı 93 nolu) ve Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde araştırmayı yürütebilmek için kurum izni alınmıştır. Araştırma öncesi; katılımcılara, araştırmanın amacı ve önemi açıklanarak, araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı ve verilerin gizliliğinin sağlanacağı vurgulanarak, katılımcıların aydınlatılmış sözlü ve yazılı onamları alınmıştır.

3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yürütülen bu ölçek geliştirme araştırmasında bazı kısıtlılıkların bulunmaktadır. Bunlardan ilki örneklem özelliklerine ilişkindir. Araştırma bulgularının ve geçerlik güvenirlik analizlerinin, ulaşılabilen katılımcı sayısı ile elde edilmesi ilgili çalışma grubuna yönelik ilk kısıtlımadır. İkinci olarak, araştırma bağlamında gerek yazın taraması gerekse araştırma uygulaması ile ilgili bazı kısıtlılıklar söz konusudur. Literatürde resimlerde Kaybolma (Photolurking) davranışı ile ilgili kaynaklar oldukça

sınırlıdır ve bulguları kıyaslayacak verilerin çok az olması araştırmanın başka bir kısıtlılığıdır. RKÖ'nin eş zamanlı uyum geçerliliğini test etmek için yakın bir ölçek bulunamaması da bir diğer kısıtlılığıdır. Yeni Medya Hastalıklarının “Sosyal Medya Bağımlılığı” ya da “İnternet Bağımlılığı” olarak çok geniş bir bağlamda ele alınması kavramın algılanmasını zorlaştırması araştırmanın başka bir kısıtlılığıdır. Son olarak araştırma sonuçlarının araştırmaya katılan katılımcıların öz bildirimine dayanması olabilir.

4. BULGULAR

Bu bölümde analizler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

Araştırmanın bulguları aşağıdaki sıraya göre verilecektir.

4.1. Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği (RKÖ)'nin Geçerlik ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular

4.1.1. Kapsam (İçerik) Geçerliği

4.1.2. Pilot Uygulama

4.1.3. RKÖ Taslağı Madde Analizi

4.1.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

4.1.5. Ölçek Alt Boyutlarının İç Tutarlılık Analizi

4.1.6. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

4.1.7. Katılımcıların RKÖ Elde Ettikleri Puanlar ve Tanımlayıcı Özelliklerine

Göre Karşılaştırılmasına Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

4.2. RKÖ Alt Boyutlarından Elde Edilen Ölçümler Arasındaki İlişkilere

İlişkin Bulgular

4.1. Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği (RKÖ)'nin Geçerlik ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Bu bölümde Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeğinin alt boyutlarının geçerlik ve güvenirliğine ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Ölçeğin alt boyutlarının psikometrik özellikleri test edilirken sırası ile kapsam geçerlik indeksleri (KGİ) hesaplanmış, madde analizi yapılarak madde-toplam puan korelasyonları incelenmiş ve ardından mevcut yapının uyumu doğrulayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda oluşan alt boyutların iç tutarlık katsayıları ve Cronbach alpha değerleri hesaplanmıştır.

Ölçeğin alt boyutları sırası ile;

- ❖ Zaman alt boyutu
- ❖ Farkındalık alt boyutu
- ❖ Özgüven alt boyutu
- ❖ Saklanma alt boyutu
- ❖ Bağımlılık alt boyutudur.

4.1.1. Kapsam (İçerik) Geçerliği

Daha sonra derecelendirmeleri değerlendirmek için formülü; $KGO = \frac{Nu - (N/2)}{(N/2)}$ kullanılarak hesaplanmıştır. Burada Nu, maddeye “Uygun” diyen uzman sayısını, N ise toplam uzman sayısını göstermektedir. Kapsam geçerlilik denklemine göre oranlar -1 (tamamen uyuşmazlık) ile +1 (mükemmel uyum) arasında değişebilir (Lawshe, 1975). Lawshe'nin modeline göre, kabul edilebilir KGO, doğrulama sürecine katılan uzmanların sayısına (5-40) bağlıdır (Lawshe, 1975). Lawshe (1975) beş veya altı puanlayıcı için (minimum sayı) 0.99, sekiz puanlayıcı için 0.85 ve 10 puanlayıcı için 0.62 KGO değerini önermiştir. Bu araştırmada anket, 0.79 kritik kesme değeri gerektiren 22 uzman tarafından değerlendirilmiştir (DeVellis, 2021). Bu kritik değer altında puan alan maddeler çıkarılmış ya da revize edilmiştir. Ayrıca uzmanların niteliksel yorumları ışığında, yanıt ölçeği formatı 5’li likert formatında (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, tamamen katılıyorum) sabitlemiştir. Uzman görüşlerinden elde edilen madde puanları Tablo 4.1’de gösterilmiştir

Tablo 4.1.: Uzman görüşlerinden elde edilen madde puanları

Madde No	Uygun	Uygun, ancak değişiklik gerekiyor	Uygun değil	KGO	Karar
1	21	1	0	0.95	KABUL
2	22	0	0	1.00	KABUL
3	22	0	0	1.00	KABUL
4	20	2	2	0.81	KABUL
5	22	0	0	1.00	KABUL
6	21	0	1	0.90	KABUL
7	19	3	0	0.86	KABUL
8	20	1	2	0.86	KABUL
9	21	0	1	0.90	KABUL
10	19	0	3	0.86	KABUL
11	22	0	0	1.00	KABUL
12	21	0	1	0.95	KABUL
13	19	0	3	0.86	KABUL
14	13	2	7	0.59	RED
15	21	1	0	0.95	KABUL
16	22	0	0	1.00	KABUL
17	19	2	1	0.86	KABUL
18	10	5	7	0.45	RED
19	20	2	0	0.90	KABUL
20	18	4	0	0.81	KABUL
21	20	1	1	0.90	KABUL
22	9	7	6	0.40	RED
23	20	2	0	0.90	KABUL
24	19	1	2	0.86	KABUL
25	18	2	2	0.81	KABUL
26	20	1	1	0.90	KABUL
27	20	2	0	0.90	KABUL
28	19	2	1	0.86	KABUL
29	8	5	9	0.36	RED
30	12	3	7	0.54	RED
31	22	0	0	1.00	KABUL
32	18	4	0	0.81	KABUL
33	20	1	1	0.90	KABUL
34	19	1	2	0.86	KABUL
35	21	1	0	0.95	KABUL
36	20	1	1	0.90	KABUL
37	18	4	0	0.81	KABUL
38	20	1	1	0.90	KABUL
39	19	2	1	0.86	KABUL
40	20	1	1	0.90	KABUL
41	20	2	0	0.90	KABUL
42	18	4	0	0.81	KABUL
43	18	4	0	0.81	KABUL
44	8	7	9	0.36	RED
45	20	1	1	0.90	KABUL
46	6	4	12	0.27	RED
47	10	8	4	0.45	RED
48	21	1	0	0.95	KABUL
49	14	3	5	0.63	RED
50	20	1	1	0.90	KABUL
51	19	2	1	0.86	KABUL

Tablo 4.1(Devam): Uzman görüşlerinden elde edilen madde puanları

Madde No	Uygun	Uygun, ancak değişiklik gerekiyor	Uygun değil	KGO	Karar
52	18	2	2	0.81	KABUL
53	18	2	2	0.81	KABUL
54	20	1	1	0.90	KABUL
55	22	0	0	1.00	KABUL
56	18	3	1	0.81	KABUL
57	18	1	3	0.81	KABUL
58	22	0	0	1.00	KABUL
59	22	0	0	1.00	KABUL
60	21	1	0	0.95	KABUL
61	22	0	0	1.00	KABUL
62	18	2	2	0.81	KABUL
63	15	5	2	0.68	RED
64	20	2	0	0.90	KABUL

Uzman Sayısı =22 KGO=0.79.

Uzmanlardan elde edilen cevapların değerlendirilmesinde her bir madde için KGO oranları hesaplanmıştır. Hesaplanan KGO değeri 22 uzman için uygun görülen 0.79 kritik değeri ile karşılaştırılmıştır. Dolayısıyla kritik değer altında kalan 10 maddenin anketten çıkarılmasına 15 maddenin düzeltilmesine karar verilerek taslak anketteki nihai madde sayısı 54 olarak belirlenmiştir

4.1.2. Pilot Uygulama

Taslak ölçek, örneklem grubuyla benzer özellikleri taşıyan 90 kişiden oluşan bir öğrenci grubunda ön çalışma yapılarak, anlaşılabilirlik açısından test edilip ölçek maddeleri gözden geçirilmiştir. Kişilerden ölçek maddelerinin anlaşılır olduğuna ilişkin geribildirim alınmış ve taslak ölçeğe uzman görüşü ve ön uygulama önerileri doğrultusunda son şekli verilerek 54 maddelik ölçek taslağının uygulama aşamasına geçilmiştir.

4.1.3. RKÖ Taslağı Madde Analizi

Tablo 4.2, Tablo 4.3, Tablo 4.4, Tablo 4.5 ve Tablo 4.6’da RKÖ alt boyutlarının maddelerine, Cronbach alpha katsayılarına ve madde toplam puan korelasyon katsayılarına yer verilmektedir.

Tablo 4.2: Zaman alt boyutu madde analizi sonuçları

Madde No	Maddeler	MTPK	Cronbach-alfa
1	Sosyal medyada resimlere bakmak için zaman yaratma isteğim güçlüdür.	.450	.736
2	Daha önemli işlerim olsa da, sosyal medyada resimlere bakacak zaman ayırım.	.332	.748
3	Sosyal medyada resimlere bakmak için harcayacağım zaman planladığımdan fazladır.	.285	.748
6	Sosyal medyada resimlere bakarken zamanın nasıl geçtiğini anlamam.	.405	.739
15	Sosyal medyada resimlere bakmadığım anlarda, kimlerin resimlerine bakacağımı planlarım.	.226	.717
18	Sosyal medyadaki resimlere yalnızca birkaç dakikalığına bakmak istememe rağmen saatlerimi harcarım.	.595	.711
21	Sosyal medyada gece geç saatlere kadar resimlere bakarım.	.478	.725
37	Paylaşım ve resimleri anında görebilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiririm.	.260	.707

Tablo 4.2’de yer alan bulgulara göre; Zaman alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) incelendiğinde 0.30’un altında yer alan değerler 3, 15 ve 37. maddelerde görülmüştür. Zaman alt boyutu madde toplam korelasyon değerlerinin .226-.595 arasında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.3: Farkındalık alt boyutu madde analizi sonuçları

Madde No	Maddeler	MTPK	Cronbach-alfa
4	Sosyal medyada resimlere bakarken çevre ile bağlantım kopar.	.324	.711
5	Sosyal medyada resimlere bakarken diğer işlerimi ihmal ederim.	.354	.707
11	Önemli bir işim olmasına rağmen kendimi genellikle sosyal medyada başkalarının neler yaptığına bakarken bulurum.	.496	.690
20	Sosyal medyada resimlere bakarken dalıp gitmekten kendimi alıkoyamam	.586	.676
25	Başka kullanıcıların hayatlarına yönelik merak duygumu resimlerine bakarak gideririm.	.746	.641
30	Sosyal medyada başkalarının resimlerine uzun süre bakakalmamın ruh sağlığımı olumsuz etkilediğini düşünürüm.	.409	.700
32	Sosyal medyada gördüğüm resimleri ekran dışında/gerçekte görsem ilgimi çekmez.	.320	.711
33*	Sosyal medyada başka insanların resimlerine bakmayı anlamsız bulurum.	.230	.766
43	Beğeniler toplum tarafından bu kişilerin çok sevildiğini düşünmemeneden olur.	.290	.718
51	Sosyal medyada başkalarının resimlerine saatlerce bakmam kimsenin mahremiyetine zarar vermez.	.379	.703
54*	Sosyal medyada paylaşılan görsellerin gerçekliği konusunda şüphe duyarım	.317	.711

*Ters kodlanan sorular.

Farkındalık alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) incelendiğinde 0.30'un altında yer alan değerler 33 ve 43. maddelerde görülmüştür.

Tablo 4.3'te yer alan bulgulara göre Farkındalık alt boyutunda madde analizi sonucunda en düşük madde toplam puan korelasyon değerinin maddesine ait olduğu ($r=.025$) bulunmuştur ve bu madde elenmiştir. Farkındalık alt boyutu madde toplam korelasyon değerlerinin 0.230-0.593 arasında olduğu tespit edilmiştir. Farkındalık alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) incelendiğinde 0.30'un altında yer alan değerler 33 ve 43. maddelerde görülmüştür.

Tablo 4.4: Özgüven alt boyutu madde analizi sonuçları

Madde No	Maddeler	MTPK	Cronbach alfa
8	Kendimi çoğu zaman, sosyal medyada resimlerine baktığım kişilerin yerinde olduğumu hayal ederken bulurum.	.564	.838
9	Olumsuz duygu ve düşüncelere daldığımda, sosyal medyada diğer insanların paylaşımlarına bakarım.	.509	.783
14	Yalnızlık hissettiğimde, sosyal medyada başkalarının resimlerine bakarım.	.494	.781
17	Gerçek hayatın sorunlarını düşünmemek için başkalarının resimlerine bakarım.	.276	.795
24	Sosyal olmakta, bir topluluğa dahil olmakta güçlük çekerim.	.770	.759
27	Başkalarının resimlerine bakarken yaşadığı hayatı ideal hayat görüp imrenirim	.741	.768
35	Resimlere bakmak için her zaman kendi kimliğimi tercih ederim.	.762	.762
41	Resimlerine baktığım insanların toplum tarafından çok takdir edildiğini düşünür, gıpta ederim.	.555	.780
42	Resimlerine baktığım insanların hep mutlu olduklarını düşünürüm	.571	.778
46	Farklı ve birçok resmi olan kullanıcıların sosyal statüsü yüksektir.	.842	.758
47	Instagram'da hayranlık duyduğum isimlerin sıklıkla hesaplarına girerim	.550	.809
53	Fiziksel görünümü veya yaşamına özendiğim birinin sosyal medyadaki resimlerine bakmak özgüvenimi zedeler ve kendime olan saygımı azaltır.	.755	.811

*Ters kodlanan sorular.

Tablo 4.4'te yer alan Özgüven alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) incelendiğinde 0.30'un altında yer alan değerler 9., 27. ve 47. maddelerde görülmüştür.

Tablo 4.5: Saklanma alt boyutu madde analizi sonuçları

Madde No	Maddeler	MTPK	Cronbach alfa
7	Günlük sohbetlerimde, sosyal medyada başkalarının resimlerine bakarak geçirdiğim süreyi gizlemeyi tercih ederim.	.755	.421
13	Arkadaşlarımın günlük hayatta neler yaptığını yüz yüze görüşerek öğrenmek yerine, sosyal medyadaki resimlerine bakarım.	.632	.479
29	Resimlere bakmak için sanal ortamda oluşturduğum kimliği gerçek kimliğime tercih ederim.	.775	.427
49*	Resimlerine baktığım kişilerin her paylaşımı beğenip, onay ve yorum bildirirken gerçek kimliğimi saklarım	.690	.879
50	Paylaşılan içerikleri sadece gizlice takip ederim/bakarım.	.660	.477
52	İçeriklerine baktığım kişinin resimlerine saatlerce baktığımı hissettirmekten korkarım	.505	.544

*Ters kodlanan sorular.

Tablo 4.5 incelendiğinde, Saklanma alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) değerlerinin 0.30'un altında yer almadığı görülmüştür.

Tablo 4.6: Bağımlılık alt boyutu madde analizi sonuçları

Madde No	Maddeler	MTPK	Cronbach - alfa
10	Sosyal medyada birinin resimlerine bakmam için tanışıyor olmamız gerekmez.	.428	.620
12	Sosyal medyada resimlerine baktığım kişinin hesabına erişimim engellenirse sinirlenirim.	.253	.652
16	Sosyal medyada resimlere bakarken birisi dikkatimi dağıtırsa sinirlenirim	.579	.597
19	Sosyal medyada resimlere bakarken uzun süre ekrana bakmaktan kaynaklı baş ağrısı/baş dönmesi, görme problemi vb fiziksel sorunlar yaşarım	.659	.585
22	Resimlere bakmaktan uzak kaldığım anda bir şeyleri kaçırıyor korkusu yaşarım.	.541	.599
23	Resimlere bakmaktan uzak kaldığım anda boşluktaymış gibi hissederim.	.210	.657
26	Sosyal medyada takip ettiğim bazı kişiler ger-çek hayatta sık görüştüğüm kişiler değildir.	.492	.614
28	Başkalarının yaşadığı hayatı resimlerine bakarak tutku şeklinde takip etme isteğime karşı koyamam	.411	.624
31	Sosyal medyada başkalarının resimlerine uzun süre bakmamak için çaba gösteririm.	.385	.630
34*	Tanımadığım insanların resimleri ilgimi çekmez.	.595	.589
36	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada resimlere bakmayı tercih ederim.	.428	.620
38*	Önemli sosyal olayları ve haberleri takip için sosyal medya içeriklerini takip ederim	.253	.652
39	Resimlere baktıktan sonra kendime karşı daha negatif olurum.	.579	.597
40*	Başkalarının resimlerine bakmak beni de anı ya da fotoğraf paylaşmaya yöneltir.	.659	.585
44	Sosyal medyada uzun süre resimlere bakmak ruh halimi bozar ve beni mutsuz eder.	.541	.599
45	Sosyal medya uygulamalarını kullanmamayı sıklıkla düşürüm fakat kendimi alıkoyamam.	.210	.657
48	Resimlerine baktığım isimlerin sıkı takipçisi olurum.	.511	.781

*Ters kodlanan sorular.

Tablo 4.6’da sunulan bulgular ışığında; bağımlılık alt boyutunun MTPK (Madde Toplam Puan Korelasyonu) değerlerinin 0.30’un altında yer almadığı görülmüştür.

4.1.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Tablo 4.7: Rkō'nün faktör analizine uygunluğuna ilişkin veriler

Kaiser-Meyer Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		.922
Bartlett's Küresellik Testi	Ki Kare	13373.160
	Sd	45
	Sig	.000

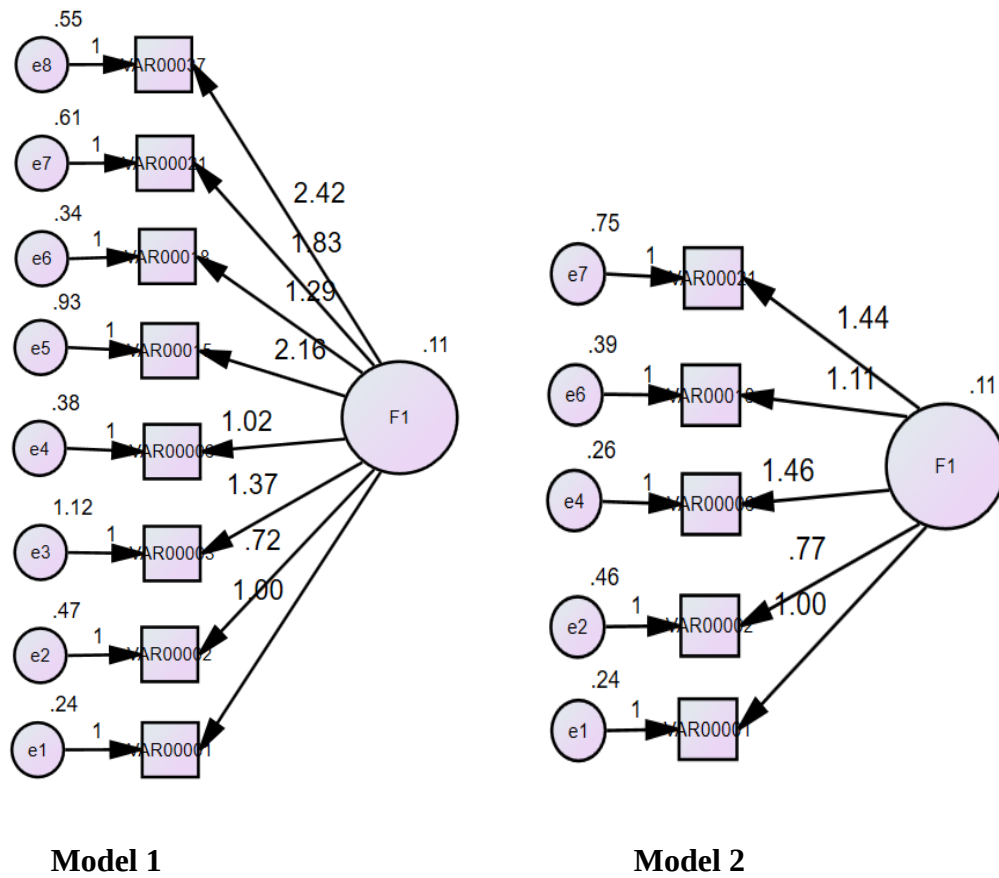
Araştırmada faktör analizi öncesinde örneklem yeterliği ve korelasyon matrisinin uygunluğu sınanmıştır. Kaiser-Meyer Olkin örneklem yeterlik testi sonucunun .922 olduğu, Bartlett's küresellik testi sonucunun ise $X^2= 13373.160$ ve ve çok ileri derecede anlamlı olduğu ($p < 0.001$) belirlenmiştir. (Tablo 4.7)

Resimlerde Kaybolma Ölçeği taslağının yapı geçerliği için French ve Raven (1959) temel sınıflandırmasına dayalı olarak oluşturulan alt boyutların uyumunu doğrulamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tablo 4.8, Tablo 4.9, Tablo 4.10'da RKÖ alt boyutlarının keşfedilen yapısının doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmasından elde edilen uyum iyiliği indeksleri yer almaktadır. Tablo 4.8'de Zaman alt boyutunun keşfedilen yapısının doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmasından elde edilen uyum iyiliği indeksleri yer almaktadır.

Tablo 4.8: Zaman alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri

Model	X ² /df	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	IFI	NFI	NNFI	RMR	SRMR
Model 1	77.504/20	0.180	0.825	0.684	0.675	0.689	0.622	0.610	0.086	0.067
Model 2	7.787/5	0.079	0.970	0.909	0.941	0.947	0.864	0.842	0.031	0.028

Model 1, 10 maddenin tek bir faktör olarak ele alındığı modeli, Model 2 ise modifikasyon önerileri doğrultusunda Madde 3, 25 ve 37'nin elenmesi ile elde edilen 5 maddelik yapıyı temsil etmektedir. Tablo 4.8'de görüldüğü üzere, modifikasyon önerileri doğrultusunda yapılan değişiklikler ile; RMSEA, RMR ve SRMR değerlerinde azalma, GFI, AGFI, IFI, NFI, NNFI değerlerinde ise artma olduğu gözlemlenmektedir.



Şekil 4.1: Zaman alt boyutu DFA alternatif modelleri

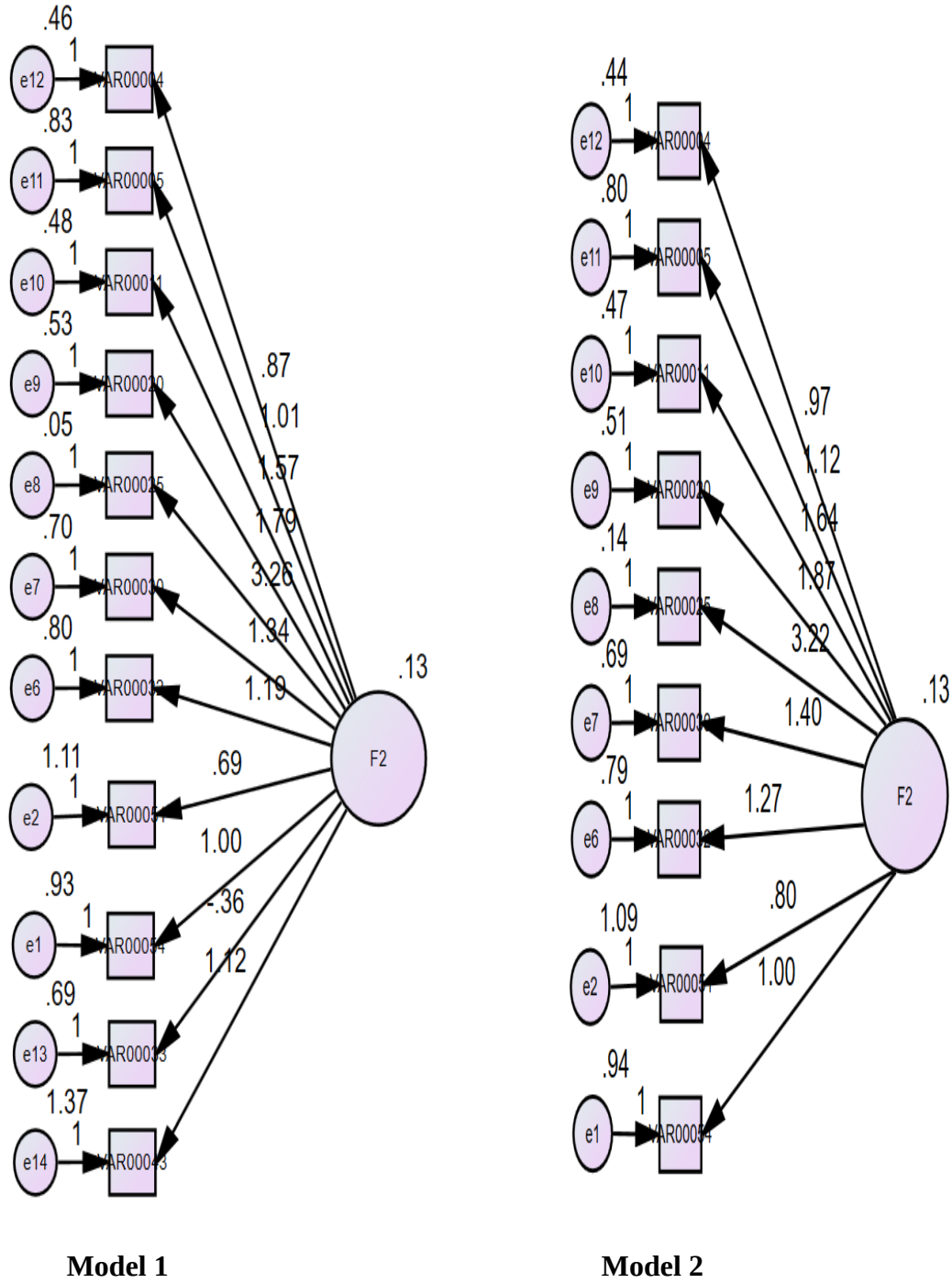
Tablo 4.9’da Farkındalık alt boyutunun keşfedilen yapısının doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmasından elde edilen uyum iyiliği indeksleri yer almaktadır.

Tablo 4.9: Farkındalık alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri

Model	X ² /df	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	IFI	NFI	NNFI	RMR	SRMR
Model 1	513.483/54	0.309	0.610	0.437	0.288	0.301	0.278	0.270	0.190	0.172
Model 2	158.790/35	0.068	0.723	0.565	0.440	0.454	0.418	0.387	0.147	0.138

Model 1, 12 maddenin tek bir faktör olarak ele alındığı modeli, Model 2 ise modifikasyon önerileri doğrultusunda Madde 33 ve 43’ün elenmesi ile elde edilen 10 maddelik yapıyı temsil etmektedir.

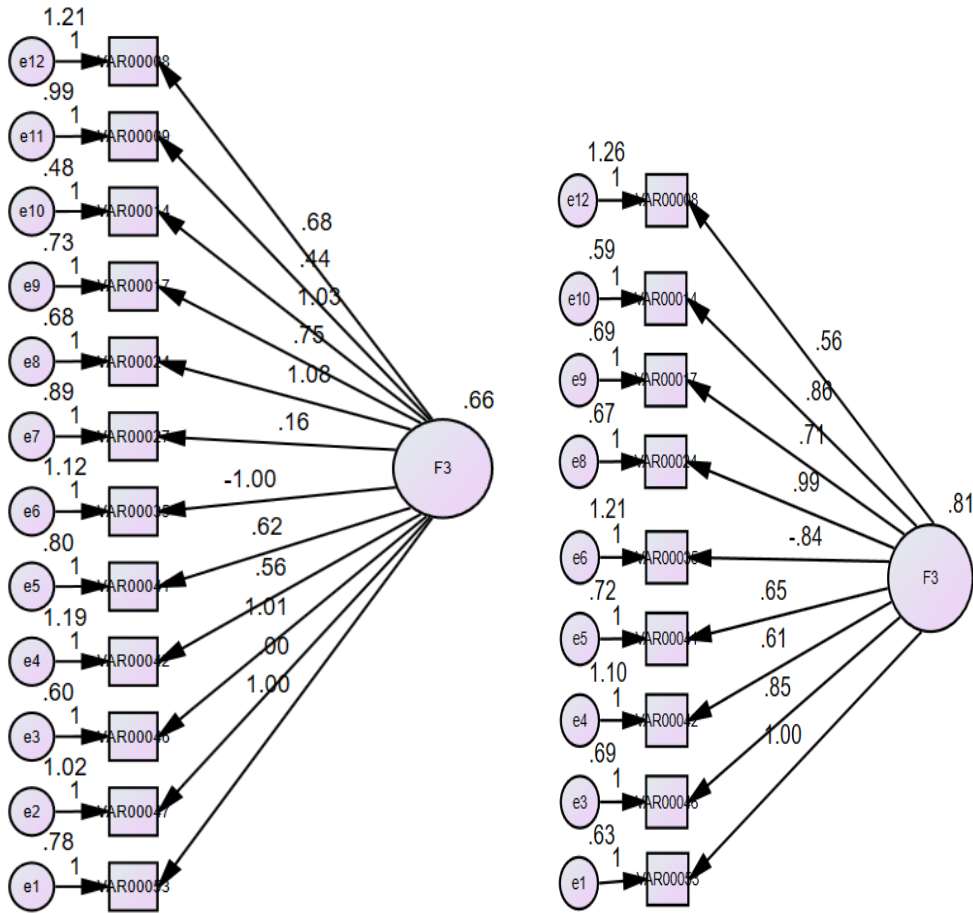
Tablo 4.9’da görüldüğü üzere, modifikasyon önerileri doğrultusunda yapılan değişiklikler ile; RMSEA, RMR ve SRMR değerlerinde düşüş, GFI, AGFI, IFI, NFI, NNFI değerlerinde ise artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu da yeni modelin bir önceki modelden daha iyi sonuçlar elde ettiğini doğrulamaktadır.



Şekil 4.2: Farkındalık alt boyutu dfa alternatif modelleri

Tablo 4.10: Özgüven alt boyutu doğrulayıcı faktör analizi alternatif modellere ilişkin uyum iyiliği indeksleri

Model	X ² /df	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	IFI	NFI	NNFI	RMR	SRMR
Model 1	711.563/54	0.370	0.553	0.355	0.257	0.267	0.251	0.233	0.219	0.209
Model 2	103.017/27	0.039	0.641	0.401	0.444	0.454	0.431	0.420	0.199	0.180



Şekil 4.3: Özgüven alt boyutu dfa alternatif modelleri

Model 1, 12 maddenin tek bir faktör olarak ele alındığı modeli, Model 2 ise modifikasyon önerileri doğrultusunda Madde 9, 27 ve 47'nin elenmesi ile elde edilen 9 maddelik yapıyı temsil etmektedir. Tablo 4.10'da görüldüğü üzere, modifikasyon önerileri doğrultusunda yapılan değişiklikler ile; RMSEA, RMR ve SRMR değerlerinde düşüş, GFI, AGFI, IFI, NFI, NNFI değerlerinde ise artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu da yeni modelin bir önceki modelden daha iyi sonuçlar elde ettiğini doğrulamaktadır.

Tablo 4.11: Rk 'n n alt boyutlarına göre çıkarılan maddeler ve madde sayıları (n=533)

Ölçek ve Alt Boyutları	�ıkarılan Sorular	Madde Sayısı
RK�		46
Zaman	3,15,37	5
Farkındalık	33,43	9
Özgüven	9,27,47	9
Saklanma	-	6
Bağımlılık	-	17

Tablo 4.11’de görüldüğü üzere, modifikasyon  nerileri doğrultusunda yapılan de-ğışiklikler ile; resimlerde kaybolma (photolurking)  l eğinin zaman alt boyutunda 3 madde, farkındalık alt boyutundan 2 madde,  zg ven alt boyutundan 3 madde çıkarılarak yeni model belirlenmektedir. Resimlerde kaybolma(photolurking)  l eğinin saklanma ve Bağımlılık alt boyutlarının korelasyon değeri 0,30 altında bir faktör bulunmadığı için model karşılaştırılmamaktadır. Bu nedenle madde çıkarılmadığı belirtilmektedir.

4.1.5.Ölçek Alt Boyutları İç Tutarlılık Analizi

Tablo 4.12: Rk  alt boyutlarının iç tutarlılık katsayıları

Ölçek ve Alt Boyutları	Cronbach’s Alpha	Madde Sayısı
Zaman	0.755	8
Farkındalık	0.724	11
Özgüven	0.793	12
Saklanma	0.901	6
Bağımlılık	0.964	17
Toplam	0.918	-

Resimlerde kaybolma (photolurking)  l eğİ’nin güvenilirlik göstergelerinden olan iç tutarlılığını test etmek için yapılan analizde iç tutarlılık katsayılarının zaman alt boyutunda $\alpha=0.755$ olduğu, farkındalık alt boyutunda $\alpha=0.724$ olduğu,  zg ven alt boyutunda $\alpha=0.79$, saklanma alt boyutunda $\alpha=0.901$ ve bağımlılık alt boyutunda ise $\alpha=0.96$ olduğu bulunmuştur (Tablo 4.12).

Tablo 4.13. Test-tekrar test sonuçları (N=55)

Alt Boyutlar	Madde Sayısı	Önce Ort ± SS	Sonra Ort ± SS	Z	p
Zaman	8	2.44±0.56	2.13±0.44	5.972	0.320
Farkındalık	11	2.81±0.51	2.75±0.56	1.012	0.312
Özgüven	12	2.74±0.52	2.73±0.61	0.118	0.906
Saklanma	6	3.02±0.74	2.94±0.71	0.599	0.550
Bağımlılık	7	2.89±0.51	2.88±0.48	0.201	0.841
Toplam	54	2.91±0.55	2.76±0.48	3.101	0.110

Güvenirlik analizlerinden biri olan test-tekrar test ölçeğin zamana karşı değişmezliğini değerlendirmek amacıyla yapılmaktadır. Bu araştırmada örnekleme aynı özellik gösteren 55 kişiye 3 hafta ara ile yapılan anket sonuçları Tablo 13'te sunulmuştur. Bu bulgular ışığında zaman dilimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Aynı kişilerin ölçek cevapları arasında zamana yönelik bir fark yoktur. Önce-sonra yanıtları arasında korelasyon değerleri pozitif yönde ve anlamlıdır($r=88$).

4.1.6. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 4.14: Katılımcıların tanıtıcı özellikleri (N=533)

		n	%
Cinsiyet	Kadın	287	53.8
	Erkek	246	46.2
	Toplam	533	100
Yaşınız	19	159	29.8
	20	78	14.6
	21	131	24.6
	22	98	18.4
	23	65	12.2
	24	2	0.4
	Toplam	533	100
Eğitim alınan fakülte / yüksekokul	Eğitim Fakültesi	69	12.9
	Fen Fakültesi	27	5.1
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	140	26.3
	Mühendislik Fakültesi	40	7.5
	Sağlık Bilimleri Fakültesi	57	10.7
	Spor Bilimleri Fakültesi	30	5.6
	Su Ürünleri Fakültesi	2	0.4
	Teknoloji Fakültesi	16	3.0
	Tıp Fakültesi	28	5.3
	Turizm Fakültesi	18	3.4
	Edebiyat Fakültesi	100	18.8
	Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	2	0.4
	Muğla Sağlık Yüksekokulu	2	0.4
	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	2	0.4
	Total	533	100
Günde ortalama sosyal medyada geçirilen zaman	2-3 saat arası	195	36.6
	4-6 saat arası	328	61.5
	7 saat ve daha fazlası	10	1.9
	Toplam	533	100
En sık kullanılan sosyal media aracı	Telefon	533	100

Katılımcıların %53.8'i kadın (287 kişi), %46.2'si ise erkektir (246 kişi). Katılımcıların %29.8'i 19, %24.6'sı ise 21 yaşındadır. %0.4'ü ise 24 yaşındadır. Katılımcıların %26.3'ün İİBF, %18.8'i Edebiyat Fakültesi ve %12.9'u ise Eğitim Fakültesi öğrencisi olduğu görülmektedir. Günde ortalama sosyal medyada geçirilen zaman incelendiğinde %61.5'inin günde 4-6 saat, %36.6'sının ise 2-3 saat zaman ayırdığı görülmüştür. Sosyal medya için en sık kullanılan araç sorulduğunda katılımcıların %100'ü telefon şikkını işaretlemiştir (Tablo 4.14).

Tablo 4.15.Katılımcıların sosyal medya kullanımlarına ilişkin bulgular(N=533)

Sosyal Medya Kullanım Amaçları		n	%
Bilgi Edinme	Evet	87	16.3
	Hayır	446	83.7
	Toplam	533	100
Aile, Arkadaşlar veya Diğer Sosyal Arkadaşlarla İletişim	Evet	364	68.3
	Hayır	169	31.7
	Toplam	533	100
Eğlence/Oyun	Evet	445	83.5
	Hayır	88	16.5
	Toplam	533	100
Haber Alma	Evet	305	57.2
	Hayır	228	42.8
	Toplam	533	100
Kişisel Paylaşım (Kişisel Fotoğraf, Video, Fikir Paylaşımında Bulunma, Resim-Blog Yayınlama)	Evet	243	45.6
	Hayır	290	54.4
	Toplam	533	100
Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları			
Whatsapp	Evet	484	90.8
	Hayır	49	9.2
	Toplam	533	100
Tiktok	Evet	71	13.3
	Hayır	462	86.7
	Toplam	533	100
Facebook	Evet	67	12.6
	Hayır	466	87.4
	Toplam	533	100
Instagram	Evet	518	97.2
	Hayır	15	2.8
	Toplam	533	100
Pinterest	Evet	43	8.1
	Hayır	490	91.9
	Toplam	533	100
Messenger	Hayır	533	100
	Evet	103	19.3
	Hayır	430	80.7
Snapchat	Toplam	533	100
	Evet	363	68.1
	Hayır	170	31.9
Youtube	Toplam	533	100

Tablo (4.15) incelendiğinde; katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarının sırasıyla eğlence/oyun (%83.5), aile, arkadaşlar veya diğer arkadaşlarla iletişim (%68.3); haber alma (%57.2); kişisel paylaşım (kişisel fotoğraf, video, fikir paylaşımında bulunma, resim-blog yayınlama) (%45.2) ve bilgi edinme (%16.3) olduğu görülmektedir. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamaları incelendiğinde çoğunun Instagram (%97.2)’ı ve takiben WhatsApp (%90.8) ve YouTube (%68.1)’u tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcılar Facebook uygulaması (%12.6) kullanırken, Facebook’un yan uygulaması olan “Mesenger” için kullanmayı tercih etmedikleri görülmektedir.

4.1.7. Katılımcıların RKÖ Elde Ettikleri Puanlar ve Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Karşılaştırılması

Bu bölümde araştırmaya katılan hemşirelerin RKÖ 'nün boyutlarından elde ettikleri puan ortalamalarına ve bunların kişisel özelliklerine göre karşılaştırılmasından elde edilen sonuçlara yer verilmektedir. Tablo 4.16'da hemşirelerin RKÖ 'nün boyutlarından elde ettikleri en düşük en yüksek değerler ve puan ortalamaları gösterilmektedir.

Tablo 4.16. Katılımcıların Rkō alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları (n=533)

RKÖ Alt Boyutları	min	max	ED-EY*	Ort*±SS*
Zaman	1.00	4.00	1-5	2.12 ±0.44
Farkındalık	1.44	4.11	1-5	2.74 ±0.56
Özgüven	1.56	4.44	1-5	2.73 ±0.60
Saklanma	2.00	4.17	1-5	2.97±0.71
Bağımlılık	2.11	4.28	1-5	2.88±0.48
Toplam	1.87	4.22	1-5	2.76±0.48

*ED=En Düşük, EY= En Yüksek, Ort=Ortalama, SS= Standart Sapma.

Tablo 4.16'daki bulgulara göre katılımcıların elde ettiği en yüksek puan ortalaması saklanma alt boyutunda (2.97±0.71), en düşük puan ortalaması ise zaman alt boyutundadır (2.12±0.44).

Katılımcıların RKÖ puan ortalamaları tanıtıcı özelliklere (cinsiyet, eğitim alınan fakülte/yüksekokul ve sosyal medyada geçirilen süre) göre karşılaştırılmış olup elde edilen sonuçlar Tablo 4.17'de sunulmaktadır.

Tablo 4.17. Rk  puan ortalamalarının tanıtıcı özelliklere göre karşılaştırılması (n=533)

		n	ZB	FB	�B	SB	BB
			Ort�SS	Ort�SS	Ort�SS	Ort�SS	Ort�SS
Cinsiyet	Kadın	287	2.14�0.45	2.76�0.55	2.74�0.60	3.00�0.70	2.90�0.48
	Erkek	246	2.11�0.43	2.73�0.56	2.71�0.61	2.93�0.71	2.86�0.48
<i>Test ve Anlamlılık</i>			t=0.655	t=0.724	t=0.724	t =1.136	t=0.852
			p=0.51	p=0.47	p=0.66	p=0.25	p=0.39
Fakülte/ YO	Eğitim F.	69	2.14�0.52	2.70�0.59	2.74�0.56	2.93�0.75	2.83�0.51
	Fen F.	27	2.05�0.43	2.68�0.60	2.67�0.64	2.85�0.73	2.82�0.48
	��BF.	140	2.05�0.43	2.72�0.55	2.70�0.66	2.95�0.70	2.87�0.46
	MF.	40	2.27�0.63	2.89�0.58	2.70�0.59	3.07�0.69	2.99�0.51
	SağıkBF	57	2.13�0.44	2.72�0.56	2.87�0.65	2.95�0.71	2.87�0.49
	Spor BF	30	2.10�0.39	2.80�0.53	2.71�0.61	3.01�0.68	2.92�0.44
	S�F	2	2.20�0.28	3.22�0.00	2.78�0.58	3.58�0.11	3.36�0.19
	Teknolo�F.	16	2.12�0.41	2.61�0.61	3.16�0.70	2.87�0.80	2.80�0.56
	Tıp F.	28	2.19�0.54	2.80�0.55	2.61�0.66	3.10�0.70	2.92�0.46
	Turizm F.	18	2.08�0.49	2.71�0.64	2.74�0.59	2.94�0.72	2.84�0.47
	Edebiyat F.	100	2.10�0.36	2.78�0.51	2.68�0.66	2.98�0.70	2.90�0.48
	BESYO	2	1.80�0.28	2.05�0.86	2.77�0.55	2.08�0.11	2.22�0.15
	MSYO	2	2.40�0.28	2.66�0.62	1.83�0.39	3.66�0.47	3.05�0.23
	TYO	2	2.20�0.00	2.88�0.00	2.55�0.62	3.16�0.70	3.02�0.35
<i>Test ve Anlamlılık</i>			t=0.618	t=0.803	t=0.809	t =0.744	t=0.801
			p=0.84	p=0.65	p=0.65	p=0.68	p=0.66
Günlük Sosyal Medya Süresi	2-3 saat	195	1.87�0.58	2.43�0.76	2.45�0.70	2.55�0.71	2.60�0.47
	4-6 saat	328	2.26�0.23	2.93�0.26	2.89�0.48	3.22�0.71	3.04�0.42
	7 saat ve üzeri	10	2.60�0.00	2.77�0.00	2.88�0.00	3.00�0.00	3.05�0.00
<i>Test ve Anlamlılık</i>			F=64.819	F=59.149	F=35.964	F=68.498	F=60.795
			P=0.00*	P=0.00	P=0.00	P=0.00	P=0.00

*F=Fak lte *YO=Y ksekokul *  BF= İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi *MF= Mühendislik Fakültesi*
 *S F= Su  r nleri Fakültesi *BESYO= Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu *TYO= Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.

Tablo 4.17'deki bulgulara göre; katılımcıların cinsiyet ve eğitim aldıkları fakülte ve yüksekokulların RK 'den aldıkları puan ortalamaları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı fark oluşturmadığı görülmektedir ($p>0.05$)

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre yapılan kar ıla tırmada; RK  'n n tüm alt boyutlarında (zaman, farkındalık,  zg ven, saklanma, bağımlılık) istatistiksel olarak çok ileri derecede anlamlı fark saptanmıştır ($p<0.01$).

Yapılan ileri analizde (ANOVA- Tukey post hoc testi) gruplar arasındaki farkların zaman alt boyutunda her grup arasındaki farklılıklardan, farkındalık ve  zg ven alt boyutları için 2-3 saat grubunun 4-6 saatten daha düşük değer almasından, bağımlılık ve saklanma alt boyutları için 2-3 saat grubunun 4-6 saat ve 7 saat ve üzeri gruplarından daha düşük değer almasından kaynaklandığı saptanmıştır.

Katılımcıların RKÖ'nün puan ortalamaları sosyal medya kullanımlarına (sosyal medya kullanım amaçları ve kullanılan sosyal medya uygulamaları) göre karşılaştırılmış olup elde edilen sonuçlar Tablo 4.18'deki gibidir.

Tablo 4.18. Rkô puan ortalamalarının katılımcıların sosyal medya kullanımlarının göre karşılaştırılması (n=533)

Sosyal Medya Kullanım Amacınız	n	ZB Ort±SS	FB Ort±SS	ÖB Ort±SS	SB Ort±SS	BB Ort±SS
Bilgi Edinme						
Evet	87	2.03±0.46	2.35±0.90	2.62±1.06	2.83±0.83	2.81±0.70
Hayır	446	2.14±0.43	2.82±0.42	2.75±0.46	3.00±0.68	2.89±0.42
<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-2.232 p=0.02	t=7.555 p= 0.00	t=-1.767 p=0.07	t=-1.959 p=0.05	t=-1.459 p=0.14
Aile, Arkadaşlar veya Diğer Sosyal Arkadaşlarla İletişim						
Evet	364	2.10±0.40	2.75±0.57	2.78±0.64	2.88±0.69	2.86±0.45
Hayır	169	2.17±0.51	2.74±0.52	2.62±0.49	3.17±0.70	2.93±0.54
<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-1.633 p=0.10	t=-0.193 p=0.84	t=-2.839 p=0.00	t=-4.529 p=0.00	t=-1.578 p=0.11
Eğlence/oyun						
Evet	445	2.06±0.40	2.68±0.57	2.62±0.58	2.99±0.75	2.88±0.52
Hayır	88	2.44±0.49	3.07±0.35	3.29±0.35	2.87±0.40	2.86±0.18
<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-7.761 p=0.00	t=-6.157 p=0.00	t=-10.388 p=0.00	t=1.449 p=0.14	t= 0.326 p=0.74
Haber Alma						
Evet	305	2.16±0.31	2.80±0.61	2.71±0.61	3.32±0.57	3.06±0.43
Hayır	228	2.07±0.56	2.67±0.47	2.74±0.59	2.50±0.58	2.64±0.44
<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=2.341 p=0.02	t=2.711 p=0.07	t=-0.500 p=0.61	t=16.238 p=0.00	t=10.675 p=0.00
Kişisel paylaşım (kişisel fotoğraf, video, fikir paylaşımında bulunma, resim-blog yayınlama)						
Evet	243	2.07±0.42	2.47±0.65	2.52±0.59	2.85±0.77	2.78±0.53
Hayır	290	2.17±0.45	2.98±0.32	2.90±0.56	3.07±0.63	2.97±0.42
<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-2.471 p=0.01	t=-11.618 p=0.00	t=-7.662 p=0.00	t=-3.611 p=0.00	t=-4.631 p=0.00

Tablo 4.18'deki bulgular incelendiğinde; katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına göre yapılan karşılaştırmada; RKÖ'nün zaman ve farkındalık alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar saptanmıştır. Bu fark; sosyal medyayı bilgi edinme amacıyla kullanan katılımcıların zaman (p=0.02 p<0.05) ve farkındalık (p=0.00 p<0.01) alt boyutundan daha düşük değer almasından kaynaklanmaktadır.

Sosyal medyanın **aile, arkadaşlar veya diğer sosyal arkadaşlarla iletişim** amacıyla kullanımı incelendiğinde; katılımcılar ile RKÖ 'nin zaman, farkındalık, bağımlılık bakımından gruplar arasında fark olmadığı, özgüven ($p<0.00$; $p<0.01$) ve saklanma ($p<0.00$; $p<0.01$) alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğu görülmektedir. Aile, arkadaşlar veya diğer sosyal arkadaşlarla iletişim amacıyla sosyal medya kullanan katılımcıların özgüven alt boyundan aldığı puan daha yüksek iken, saklanma alt boyutundan daha düşük puan aldıkları saptanmıştır ($p<0.005$; <0.05). RKÖ 'nün alt boyutları ile sosyal medya kullanım amacı eğlence/oyun olan katılımcılar karşılaştırıldığında; zaman, farkındalık, özgüven alt boyutlarından aldıkları puanlar düşükken ($p<0.005$; $p<0.05$), saklanma ve bağımlılık alt boyutları bakımından gruplar arasında fark olmadığı görülmektedir (p değerleri > 0.05).

Sosyal medyayı **haber alma amacıyla** kullanan katılımcıların RKÖ 'nün alt boyutlarından aldıkları puanlar karşılaştırıldığında; özgüven ve farkındalık alt boyutları arasında anlamlı bir fark görülmediği, zaman ($p<0.02$ $p<0.05$), saklanma ($p<0.00$; $p<0.01$) ve bağımlılık ($p<0.00$; $p<0.01$) alt boyutlarından yüksek puan aldıkları saptanmıştır.

Kişisel paylaşım amacıyla sosyal medya kullanan katılımcıların RKÖ'nün alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar saptanmıştır. Sosyal medyayı kişisel paylaşım amacıyla kullanmayan katılımcılar, zaman ($p<0.01$; $p<0.05$), farkındalık ($p<0.00$; $p<0.01$), özgüven($p<0.00$; $p<0.01$), saklanma($p<0.00$; $p<0.01$) ve bağımlılık ($p<0.00$; $p<0.01$) alt boyutlarından aldıkları puanlar sosyal medyayı kişisel paylaşım amacıyla kullanan katılımcılardan yüksek bulunmuştur.

Tablo 4.19. Rk  puan ortalamalarının katılımcıların sosyal medya kullanımlarının göre karşılaştırılması (n=533)

		n	ZB Ort±SS	FB Ort±SS	�B Ort±SS	SB Ort±SS	BB Ort±SS
WhatsApp	Evet	484	2.12±0.33	2.71±0.54	2.71±0.57	2.96±0.70	2.90±0.48
	Hayır	49	2.17±1.02	3.05±0.61	2.86±0.84	3.05±0.81	2.64±0.40
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-0.767 p=0.44	t=-4.069 p=0.00	t=-1.584 p=0.11	t=-0.836 p=0.40	t=3.675 p=0.00
TikTok	Evet	71	2.23±0.38	2.86±0.24	2.39±0.43	2.82±0.82	2.70±0.65
	Hayır	462	2.11±0.45	2.73±0.59	2.78±0.61	2.99±0.68	2.91±0.44
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=2.198 p=0.02	t=1.840 p=0.06	t=-5.107 p=0.000	t=-1.907 p=0.05	t=-3.374 p=0.00
Facebook	Evet	67	1.76±0.19	2.15±0.21	2.53±0.43	2.06±0.08	2.42±0.16
	Hayır	466	2.18±0.44	2.83±0.54	2.75±0.62	3.10±0.66	2.95±0.47
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-7.627 p=0.00	t=-10.124 p=0.00	t=-2.905 p=0.00	t=-12.731 p=0.00	t=-8.978 p=0.00
Instagram	Evet	518	2.12±0.44	2.73±0.56	2.73±0.61	2.95±0.71	2.89±0.48
	Hayır	15	2.29±0.36	3.14±0.14	2.54±0.37	3.66±0.00	2.62±0.25
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-1.454 p=0.14	t=-2.802 p=0.00	t=1.230 p=0.21	t=-3.879 p=0.00	t=2.135 p=0.03
Pinterest	Evet	43	2.00±0.00	2.66±0.00	2.11±0.00	2.75±0.58	2.33±0.00
	Hayır	490	2.14±0.46	2.75±0.58	2.78±0.60	2.11±0.00	2.93±0.47
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=-1.992 p=0.04	t=-1.012 p=0.31	t=-7.315 p=0.00	t=-7.315 p=0.00	t=-8.229 p=0.00
Snapchat	Evet	103	2.13±0.43	2.67±0.45	3.04±0.59	3.08±0.87	3.00±0.42
	Hayır	430	2.12±0.44	2.76±0.58	2.65±0.58	2.94±0.66	2.85±0.49
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=0.026 p=0.97	t=-1.544 p=0.12	t=6.086 p=0.00	t=1.814 p=0.07	t=2.910 p=0.00
Youtube	Evet	363	2.16±0.30	2.83±0.38	2.89±0.48	2.94±0.66	2.96±0.47
	Hayır	170	2.05±0.64	2.57±0.79	2.38±0.70	3.02±0.79	2.72±0.47
	<i>Test ve Anlamlılık</i>		t=2.510 p=0.01	t=5.021 p=0.00	t=9.719 p=0.00	t=-1.135 p=0.25	t=5.381 p=0.00

Tablo 4.19'deki sunulan bulgular ışığında; **WhatsApp** kullanımı ile RK  'n n bağımlılık ve farkındalık alt boyutları arasında istatistiksel anlamlı farklar bulunmuştur. RK  'n n bağımlılık alt boyutundan yüksek puan alan ve farkındalık alt boyutundan düşük puan alan katılımcıların WhatsApp kullanmayı tercih ettikleri görülmektedir (p=0.00; p<0.01). RK  'n n zaman,  zg ven ve saklanma alt boyutları ile WhatsApp kullanıp kullanmama tercihi arasında ise istatistiksel anlamlı fark olmadığı görülmektedir (p değerleri> 0.05). **Tiktok** kullanımı ile RK  'n n alt boyutları karşılaştırıldığında; Tiktok kullanıcıları ile RK 'n n zaman  zg ven ve farkındalık alt boyutları arasında istatistiksel anlamlı farklar bulunmuştur.

Araştırmaya katılan Tiktok kullanıcılarının RKÖ'nün zaman alt boyutundan yüksek puan aldıkları saptanmıştır ($p < 0.05$). Tiktok uygulamasını kullanmayan katılımcıların ise özgüven ve bağımlılık alt boyutlarından düşük puan aldıkları görülmektedir. RKÖ'nün farkındalık ve saklanma bakımından gruplar arasında fark olmadığı saptanmıştır (p değerleri > 0.05).

Facebook kullanımı ile RKÖ'nün alt boyutları karşılaştırıldığında; Facebook kullanıcıları ile RKÖ'nün tüm alt boyutları (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık) arasında istatistiksel anlamlı farklar bulunmuştur. Facebook uygulamasını kullanmayı tercih eden katılımcılar RKÖ'nün tüm alt boyutlarından (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık) düşük puan aldıkları saptanmıştır (p değerleri < 0.05).

Instagram kullanmayı tercih eden katılımcılar ile RKÖ'nün alt boyutları karşılaştırıldığında; istatistiksel anlamlı farklar saptanmıştır. Instagram kullanıcılarının RKÖ'nün farkındalık ($p = 0.005 < 0.05$) ve saklanma ($p = 0.000 < 0.05$) alt boyutlarından düşük puan alırken, bağımlılık alt boyutundan ($p = 0.033 < 0.05$), yüksek puan almışlardır.

Pinterest kullanımı RKÖ'nün alt boyutları ile karşılaştırıldığında; RKÖ'nün zaman ($p = 0.047 < 0.05$), özgüven ($p = 0.000 < 0.05$), saklanma ($p = 0.000 < 0.05$), ve bağımlılık ($p = 0.000 < 0.05$), alt boyutları arasında istatistiksel anlamlı farklar saptanmıştır. Pinterest kullanıcılarının RKÖ'nün zaman, özgüven, saklanma ve bağımlılık alt boyutlarından düşük puan aldıkları görülmektedir ($p < 0.05$). RKÖ'nün farkındalık alt boyutu ile Pinterest kullanıp kullanmamayı tercih eden katılımcılar arasında anlamlı fark olmadığı görülmektedir.

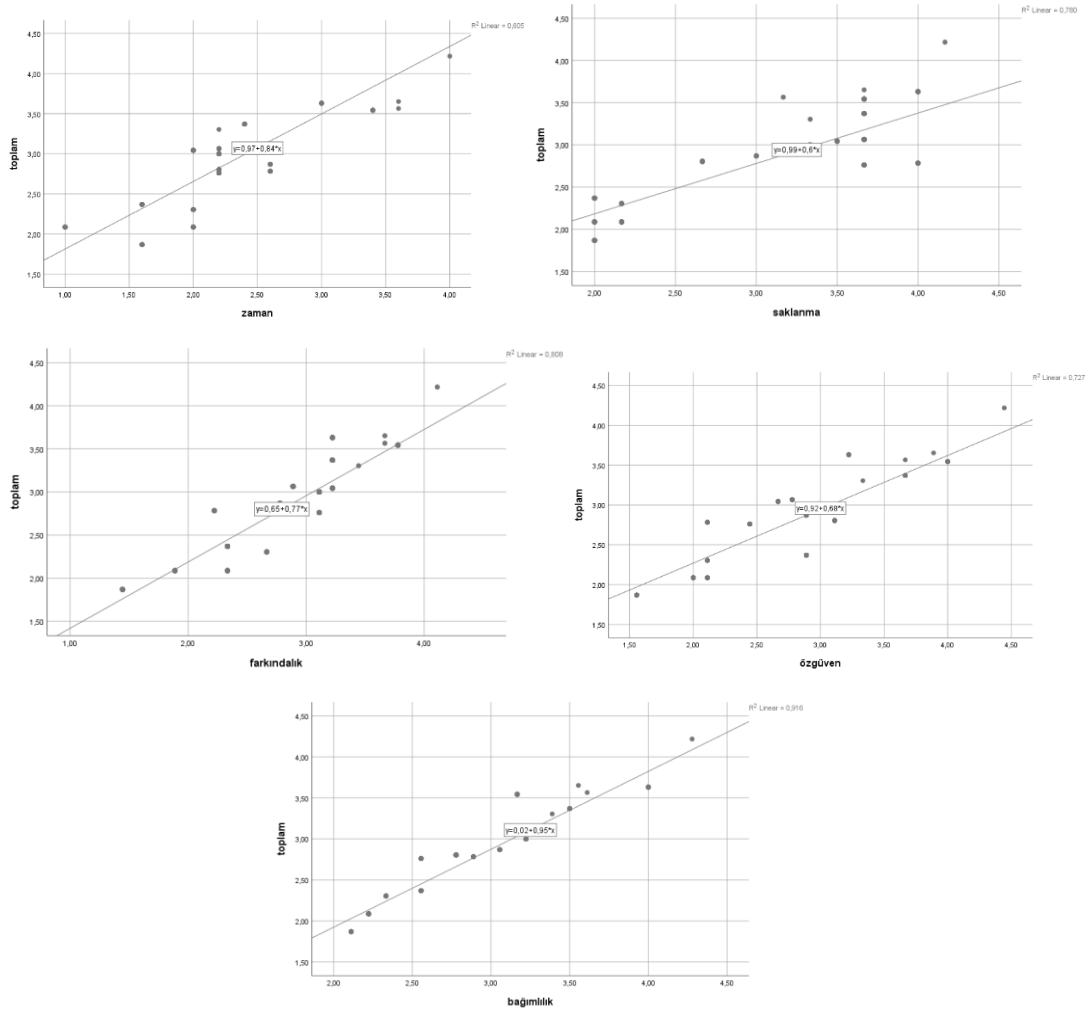
Araştırmada **Snapchat** kullanımı ile RKÖ'nün alt boyutları karşılaştırıldığında; Snapchat tercih eden katılımcıların, RKÖ'nün özgüven ($p = 0.000 < 0.05$), ve bağımlılık alt boyutlarından yüksek puan aldıkları ($p = 0.004 < 0.05$); Snapchat kullanmayı tercih edip etmemenin RKÖ'nün zaman, farkındalık ve saklanma boyutlarından (p değerleri > 0.05) alınan puanları değiştirmediği saptanmıştır.

YouTube kullanımı RKÖ'nün alt boyutları ile karşılaştırıldığında; RKÖ'nün Zaman ($p = 0.012 < 0.05$), farkındalık ($p = 0.000 < 0.05$), özgüven ($p = 0.000 < 0.05$) ve bağımlılık ($p = 0.000 < 0.05$) alt boyutları arasında istatistiksel anlamlı farklar saptanmıştır.

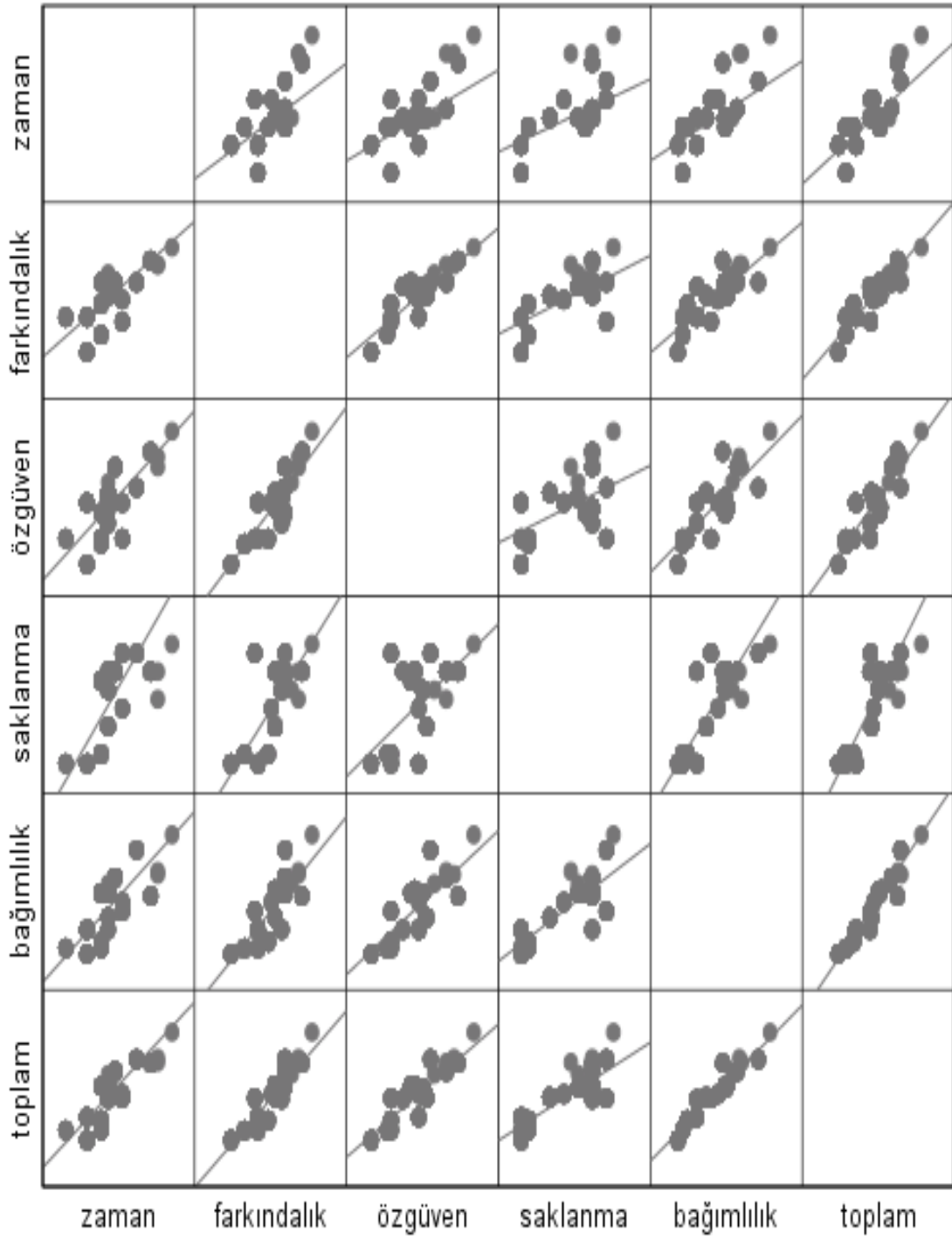
Youtube kullanıcılarının RKÖ'nün zaman ($p=0.012<0.05$), farkındalık ($p=0.000$) ($p<0.05$), özgüven ($p=0.000<0.05$) ve bağımlılık ($p=0.000<0.05$) alt boyutlarından yüksek puan aldıkları bulunmuştur. Youtube kullanmayı tercih edip etmemenin RKÖ'nün saklanma alt boyutundan ($p>0.05$) alınan puanları değiştirmedeği görülmektedir.

4.2. RKÖ Alt Boyutlarından Elde Edilen Ölçümler Arasındaki İlişkilere İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcıların RKÖ'den elde ettikleri ölçümlerin birbirleri ile olan ilişkilerinin incelenmesinden elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Ölçümler arası ilişkilerin doğrusallığının sınanması için nokta saçılım grafikleri incelenmiş, ardından da ilişkilerin gücü ve anlamlılığın sınanması için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Ölçümlerin doğrusallığını sınavan nokta saçılım grafikleri Şekil 4-4'te verilmektedir.



Şekil 4.4: Rkö alt boyutlarından elde edilen ölçümlerin nokta saçılım grafikleri



Şekil 4.5: Rkō alt boyutları arasındaki ilişkisel ölçümlerin bağlamsal grafikleri

Şekil 4.4 ve şekil 4.5'teki sonuçlara göre RKÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler doğrusaldır. Katılımcılardan elde edilen ölçümlerin birbirleri ile ilişkilerinin gücü ve anlamlılığına ilişkin bulgular Tablo 4.20'de verilmektedir.

Tablo 4.20: Rk  alt boyutlarından elde edilen ölçümler arası ilişkiler (N=533)

		Zaman	Farkındalık	�zg�ven	Saklanma	Bağımlılık	Toplam
Zaman	r	1	.636**	.630**	.710**	.663**	.778**
	p		.000	.000	.000	.000	.000
Farkındalık	r		1	.831**	.707**	.799**	.899**
	p			.000	.000	.000	.000
Özgüven	r			1	.552**	.763**	.853**
	p				.000	.000	.000
Saklanma	r				1	.876**	.883**
	p					.000	.000
Bağımlılık	r					1	.957**
	p						.000
Toplam	r						1
	p						

Tablo 4.20'deki bulgulara göre; Korelasyon tablosundaki değerler incelendiğinde, korelasyon değerleri 0.630 ile 0.957 arasında değiştiği görülmektedir. En güçlü ilişki bağımlılık alt boyutu ($r= 0.957$ $p= 0.00$) ile toplam puan arasında olduğu, en zayıf ilişkinin zaman alt boyutu ile  zg ven alt boyutu arasında olduğu görülmektedir ($r=0.630$ $p=0.00$). Tüm ilişkilerin pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p < 0.05$).

5. TARTIŞMA

Literatür incelendiğinde; resimlerde kaybolma (photolurking) davranışına ilişkin geliştirilmiş bir ölçüm aracının olmadığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışma ile resimlerde kaybolma (photolurking) davranışlarını belirlemeye yönelik “Resimlerde Kaybolma (photolurking) Ölçeği” geliştirilmiş ve gençlerde resimlerde kaybolma (photolurking) davranışları ve etkileyen kişisel özellikler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

5.1. Ölçek Geliştirilmesine İlişkin Bulguların Tartışılması

Ölçek geliştirme, bir araştırma aracının geçerliliği, güvenilirliği ve kavram ölçme kapasitesinin değerlendirilmesi içeren çok aşamalı bir süreçtir (DeVellis, 2021). İlk aşama, genellikle ölçeğin amacının ve ölçmek istenen kavramın açık ve net bir biçimde tanımlanmasıyla başlamaktadır (DeVellis, 2021). Bu aşamada “photolurking” kavramının doğru bir biçimde tanımlanabilmesi için “yeni medya hastalıkları”, “mahremiyet algısı”, “izleme davranışı” ve bu kavramların kişi üzerindeki etkilerinin psikososyal alt boyutları irdelenmiştir. Photolurking davranışı sergileyen kişilerde en çok karşılaşılan özellikler ile ölçeğin alt boyutları (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma, bağımlılık) oluşturulmuştur (Kuss ve Griffiths, 2017; Nunnally ve Bernstein, 1994; Pallant, 2016)

Ölçek geliştirme sürecinde, her bir madde için yeterli bir örneklem büyüklüğüne ulaşmak, geçerlilik ve güvenilirlik testlerinin sağlam temellere oturmasını sağlamaktadır. Literatürde, faktör analizi ve diğer psikometrik analizlerin güvenilir bir şekilde yapılabilmesi için her bir madde için en az 10 katılımcıya ulaşılması gerektiği önerilmektedir (DeVellis, 2021). Ölçeğin alt boyutları (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma, bağımlılık) sınıflamasına göre 64 maddelik taslak ölçek formu hazırlanmıştır. **Ölçeklerin doğru ve güvenilir bir ölçüm yapabilmesi için, geçerlik ve güvenilirlik özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir.** (Büyüköztürk, 2019; Tavşancık, 2021). **Geçerlik**, bir ölçüm aracının, ölçmek istediği özelliği ne kadar doğru ve uygun şekilde ölçtüğünü ifade edilmektedir (Tavşancık, 2018; Özer, 2019). **Kapsam geçerliği** ise ölçekteki her bir maddenin, ölçülmek istenen kavramı ne derece yansıttığını belirlemek amacıyla değerlendirilir. Bu tür bir geçerlik değerlendirmesi için, uzman grubunun **en az 3 kişiden, en fazla 20 kişiden** oluşması gerektiği ifade edilmektedir (Özer, 2019). Bu çalışmada, geliştirilen ölçeğin **kapsam geçerliliği** (content validity) değerlendirilmesi amacıyla 20 uzmandan geri bildirim alınmıştır.

Kapsam geçerliliği, bir ölçüm aracının hedeflediği kavramı ne ölçüde yansıttığını belirlemek için kritik bir rol oynamaktadır. Uzman görüşü toplama sürecinde **Lawshe tekniği** kullanılmıştır. Uzmanlar, ölçek maddelerini şu şekilde değerlendirmişlerdir:

- a) Uygun:** Madde, belirlenen kavramla uyumlu ve geçerlidir.
- b) İçerik uygun değil:** Madde, ölçülmek istenen kavramla ilişkili değil veya eksik.
- c) İfade uygun değil:** Madde, anlam belirsizliği veya dil hataları içeriyor.
- d) Öneriler:** Uzmanlar, maddelerle ilgili yapıcı geri bildirimlerde bulunmuşlardır (Kartal ve Bardakçı, 2018).

Uzman kimlikleri anonim tutulmuş ve böylece grup içi etkileşimden kaynaklanabilecek sosyal baskılar ortadan kaldırılmıştır (Hsu ve Sandford, 2007). Lawshe tekniği sürecinde elde edilen geri bildirimler, ölçek maddelerinin yenilenmesinde ve nihai kararların alınmasında belirleyici olmuştur. Bu süreç, ölçeğin geçerliliğini artırarak daha güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır. Ölçeğe yönelik düzenlemelerin yapılmasından sonra ölçek taslağı 54 maddeye indirilmiştir. Uygulamaya hazır hale getirilen ölçeğin, **örneklem büyüklüğü** açısından dikkate değer bir uygulama sürecine tabi tutulması gerektiği vurgulanmaktadır. (Erkuş, 2024; Esin, 2014) Bu çalışmada, kalan 54 maddenin **anlaşırlılığı** ve **görsel-işitsel uyumu** değerlendirilmek üzere, **farklı fakülteden 90 öğrenci** ile bir ön uygulama yapılmıştır. Bu uygulama, ölçeğin dilsel ve içeriksel açıdan doğru şekilde ifade edilip edilmediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, yapılan ön uygulamada bir madde dışlanmamış ve ölçek taslağının son halinde 54 madde ölçeğin nihai versiyonu oluşturulmuştur.

Ölçeklerin **güvenirlilik** ve **geçerlik** analizlerinde örneklem büyüklüğünün, ölçeğin toplam madde sayısının 5-10 katı kadar olması gerektiği belirtilmektedir (Tavşancıl, 2018). Comrey ve Lee (1992), örneklem büyüklüğünü **n=50**'yi "çok yetersiz", **n=100**'ü "yetersiz", **n=200**'ü "uygun", **n=300**'ü "iyi", **n=500**'ü "çok iyi" olarak değerlendirmiştir (Erkuş, 2024). Bu kılavuz, **istatistiksel analizlerin geçerliliği** için kritik bir parametre olarak kabul edilmektedir.

Araştırmada MSKÜ 'nin fakülte ve yüksek okullarının tüm öğrencilerinin sayıları üniversiteden talep edilmiş (n=19577), cinsiyet değişkeni ile mevcut öğrenci sayısı üzerine tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak 533 öğrenciye anket formu dağıtılmıştır ve geri toplanan formlardan taslak ölçeğin istatistik analizleri bu sayı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

İç tutarlılık, bir ölçeğin tüm alt bölümlerinin aynı kavramı ne kadar doğru ve tutarlı bir şekilde ölçtüğünü belirlemek için kullanılan bir **güvenirlilik yöntemi** olarak tanımlanmaktadır (DeVellis, 2021; Polit ve Beck, 2017). Ölçeğin çeşitli bölümleri arasındaki tutarlılığın sağlanması ve ölçüm aracının güvenilirliğini artırması, ölçeğin bütünsel geçerliliği için kritik öneme sahiptir.

Madde toplam puan güvenirliliği ise, her bir maddenin, ölçeğin genel güvenirliliğine ne kadar katkı sağladığını gösteren bir göstergedir (Tavşancıl, 2018). Bir madde ile toplam puan arasındaki **korelasyon katsayısı**, o maddenin ölçeğin genel yapısı ile uyumlu olup olmadığını belirler. Yüksek korelasyon, maddenin **kuramsal yapıya uygun** olduğunu gösterirken, düşük korelasyon, maddenin farklı bir kavramı ölçtüğüne işaret etmektedir (Field, 2018). Bu bağlamda, madde toplam puan korelasyon katsayısının **0.30'un üzerinde** olması genellikle yeterli kabul edilmektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Taslak ölçeğin her bir alt boyutuna (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık) ait **madde toplam puan korelasyonları** titizlikle incelenmiş ve korelasyon katsayıları **0,30'un altındaki değerler** istatistiksel olarak anlamlı olmadığı için, bu maddeler **ölçek dışı bırakılmıştır**. (Tablo 4.2, Tablo 4.3 Tablo 4.4, Tablo 4.5, Tablo 4.6). Madde toplam puan korelasyonları sonrasında zaman alt boyutundan 3 madde (madde no:3,15,37); farkındalık alt boyutundan 2 madde (madde no: 33, 43); özgüven alt boyutundan 3 maddenin (madde no:9,27,47) ölçekten çıkarılmasına karar verilerek ölçek madde sayısı 46'ya düşürülmüştür.

Taslak ölçeğin **yapı geçerliliğini** incelemek amacıyla yapılan faktör analizi, ölçek maddelerinin uygun faktörler altında toplanıp toplanamayacağını belirlemek için yaygın olarak kullanılan bir tekniktir. **Faktör analizi**, özellikle **açıklayıcı faktör analizi (AFA)** ve **doğrulamalı faktör analizi (DFA)** olmak üzere iki ana yaklaşıma ayrılmaktadır.

Bu iki yöntem, ölçeklerin yapısal özelliklerini inceleyerek, maddelerin hangi faktör altında gruplanacağına dair sağlam bir temel sağlamaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018; Hair vd., 2021; Kline, 2016; Seçer, 2021)

Faktör analizinin etkinliği için kullanılan temel kriterlerden biri, **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)** ölçütüdür. KMO değeri, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olup olmadığını gösterir. KMO değerinin **0.50'nin altında** olması, örneklem büyüklüğünün analizin geçerli ve güvenilir sonuçlar verebilmesi için yetersiz olduğunu işaret etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018; Field, 2018). Buna karşın, yapılan analizde **KMO değeri 0,92** bulunmuş (Tablo 4.7), bu da örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğunu ve geçerlik analizlerinin güvenilir bir şekilde yapılabileceğini göstermektedir (Hair vd., 2021; Pallant, 2016).

Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA), bir modelin teorik yapısının veriyle uyumunu test etmek için kapsamlı bir yaklaşımdır ve bu süreçte tek bir uyum indeksine değil, birden fazla uyum iyiliği ölçütüne dayandırılmaktadır (Devellis, 2021; Solomon, 2021; Novark ve Marques, 2017; Zhao, Lynch ve Chen, 2010). Çoklu indeks kullanımı, modelin teoriyle ne kadar uyumlu olduğunu daha güvenilir bir şekilde değerlendirir ve bu sayede modelin doğruluğu daha sağlam temellere oturtmaktadır (Brown, 2015; Jiao, He ve Veldkamp, 2021). DFA'da, uyum iyiliği indekslerinin çeşitliliği, modelin doğruluğunu artırmakta ve sonuç olarak daha geçerli bir yapısal analiz sunmaktadır (Schreiber vd., 2006). Bu nedenle, DFA'nın etkinliği, kullanılan indekslerin kapsamına ve doğrulama sürecinin çok yönlülüğünün ele alındığı indeksler aşağıda yer almaktadır (Schreiber vd., 2006).

Ki-kare uyum istatistiği: doğrulamalı faktör analizlerinde modelin uygunluğunu değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir testtir. Ancak, bu istatistiğin örneklem büyüklüğüne yüksek derecede duyarlı olduğu bilinmektedir; özellikle büyük örneklem boyutlarında, ki-kare değeri sıklıkla anlamlı çıkmaktadır ve bu durum modelin uygun olmadığını göstermez (Meade, Johnson ve Braddy, 2008; West, Taylor ve Wu, 2012). Bu nedenle, ki-kare istatistiği tek başına modelin uyumunu değerlendirmek için yeterli bir gösterge değildir. Bunun yerine, genellikle ki-kare değeri serbestlik derecesine bölünerek (χ^2/df) yorumlanmaktadır.

Bu oran, modelin uygunluğunu daha güvenilir bir şekilde yansıtmaktadır; **2'nin altındaki bir değer modelin iyi uyum sağladığını, 5 ve altındaki değerler ise kabul edilebilir bir uyumu** işaret etmektedir (Kline, 2016). Ki-kare/serbestlik derecesi oranı, modelin parametrelerinin örneklem verisiyle ne kadar uyumlu olduğunu daha net bir şekilde ortaya koymaktadır, dolayısıyla bu oran, modelin doğruluğu hakkında daha anlamlı sonuçlar sunmaktadır (Schreiber vd., 2006). Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonrasında **zaman alt boyutunda** model 1, 8 maddenin tek bir faktör olarak ele alındığını modelde uyum istatistiklerinin istendik düzeyde olmadığı görülmüştür. Model 2 ise modifikasyon önerileri doğrultusunda Madde 3,15 ve 37'nin elenmesi ile elde edilen 5 maddelik yapıda da ki-karenin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen değere göre bu değer ($X^2/df=1.15$) iyi uyum sağladığı görülmüştür (Tablo 4.8)

Farkındalık alt boyutunda; Model 2'de modifikasyon önerileri doğrultusunda Madde 33 ve madde 43'ün çıkarılması ile ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle oluşan değere göre bu değer ($X^2/df=4.5$) kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğu görülmüştür (Tablo 4.9).**Özgüven alt boyutunda;** Model 2'de modifikasyon önerileri doğrultusunda madde 9, madde 27 ve madde 47'nin dışlanması sonucu oluşan yapıda ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle oluşan değere göre bu değer ($X^2/df=3.81$) kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğu görülmüştür (Tablo 4.10).

Doğrulayıcı faktör analizlerinde faktörler arasındaki düşük korelasyonların, bu faktörlerin bağımsız olduklarını ve modelin teorik yapılarını netleştirmektedir. Bu tür bir durumda modelin uyumu genellikle kabul edilebilir seviyelerde olmakta ve model karşılaştırmalarına gerek duyulmamaktadır. (Brown, 2015; Hancock ve Mueller, 2013; Schreiber vd., 2006). **Saklanma ve Bağımlılık alt boyutlarının** doğrulayıcı faktör analizi incelendiğinde; korelasyon değerlerinin 0.30 altında yer almadığı görülmektedir (Tablo 4.5; Tablo 4.6). Bu sebeple; model kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğu kabul edilmekte ve model karşılaştırmasına gerek görülmemektedir (Yu ve Bentler, 2020; MacCallum., Browne ve Sugawara., 2018). Ayrıca, faktör yüklerinin geçerliliği de önemli bir değerlendirme kriteridir; **yüklerin 0.30'un üzerinde olması** beklenmektedir ve **0.60'ın üzerindeki yükler yüksek, 0.30-0.59 arasındaki yükler ise orta düzeyde** kabul edilmektedir (Ghaleb ve Yaslioglu,2024; Hancock ve Mueller, 2013).

Faktör yüklerinin büyüklüğü, örneklem büyüklüğüyle de ilişkili olmaktadır: **0.30 faktör yükü** için en az **350**, **0.50 faktör yükü** için **120 kişilik** bir örneklem önerilmektedir (Cudeck, 1989; Henson ve Roberts, 2006). Bu parametreler, modelin güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamak için kritik öneme sahiptir.

Zaman alt boyutunda RMSA sonucuna göre (0.07) kabul edilebilir düzeyde bir uyum vardır (Tablo 4.8). Faktör yüklerinin .24-.75 arasında olduğu saptanmıştır. Farkındalık alt boyutunda RMSA sonucuna göre (0.06) uyumun kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir (Tablo 4.9). Faktör yüklerinin .13- 1.35 arasında olduğu saptanmıştır. Özgüven alt boyutunda RMSA sonucuna göre de (0.03) mükemmel uyumun olduğu görülmektedir (Tablo 4.10). Faktör yüklerinin .59-1.26 arasında olduğu saptanmıştır.

SRMR (Standardized Root Mean Square Residual), 0.10'un altında bir değere sahip olduğunda modelin iyi uyum gösterdiğini işaret ederken, **CFI**, **GFI**, **NNFI** gibi indekslerin 0.90 ve üzeri değerler alması modelin geçerliliği için olumlu bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Kline, 2016; Schreiber vd., 2006). Ayrıca, **AGFI** için 0.90 ve üzeri değerler iyi uyum, 0.85'in üzerindeki değerler ise kabul edilebilir uyum olarak değerlendirilir (Brown, 2015). **Akyüz (2018)**'nin belirttiği gibi, **ki-kare** uyum indeksinin örneklem büyüklüğü ve faktör sayısına duyarlı olmasına karşın, **RMSEA**, **SRMR** ve **IFI** gibi indeksler bu faktörlerden bağımsızdır ve daha güvenilir uyum göstergeleri sunmaktadır (MacCallum., Browne ve Sugawara., 2018).

Genel olarak kullanılan uyum iyiliği değerlerinin farkındalık ve özgüven alt boyutlarında **CFI**, **GFI**, **NNFI** ve **AGFI** oranının uyum sınırının biraz üzerinde kalması dışında ölçme modelinin veri setini doğruladığı görülmektedir (Tablo 4.8, Tablo 4.9, Tablo 4.10, Tablo 4.11, Tablo 4.12).

Ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için, ölçeğin her bir maddesinin aynı yapıyı ölçtüğünden emin olunmalıdır. Bu amaçla, en yaygın kullanılan yöntemlerden biri **Cronbach Alfa** güvenilirlik katsayısının hesaplanmasıdır (Tavşancıl, 2018; Field, 2018).

Cronbach Alfa değeri, genellikle 0.40'ın altında ise güvenilirlikten yoksun kabul edilmekte, **0.40 ile 0.59 arasında** düşük güvenilirlik, **0.60 ile 0.79 arasında** oldukça güvenilir, **0.80 ile 1.00 arasında ise** yüksek güvenilirlik göstermektedir (Tavşancıl, 2018; Hair vd., 2021). Bu katsayı, özellikle Likert tipi ölçeklerde, ölçüm aracının tutarlılığını ve geçerliliğini güvenilir bir biçimde değerlendirmek için kritik bir göstergedir. Ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için, ölçeğin her bir maddesinin aynı yapıyı ölçtüğünden emin olunmalıdır. Bu amaçla, en yaygın kullanılan yöntemlerden biri **Cronbach Alfa** güvenilirlik katsayısının hesaplanmasıdır (Tavşancıl, 2018; Field, 2018). **Cronbach Alfa** değeri, genellikle **0.40'ın altında** ise güvenilirlikten yoksun kabul edilmekte, **0.40 ile 0.59 arasında** düşük güvenilirlik, **0.60 ile 0.79 arasında** oldukça güvenilir, **0.80 ile 1.00 arasında ise** yüksek güvenilirlik göstermektedir (Tavşancıl, 2018; Hair vd., 2021). Bu katsayı, özellikle Likert tipi ölçeklerde, ölçüm aracının tutarlılığını ve geçerliliğini güvenilir bir biçimde değerlendirmek için kritik bir göstergedir. Araştırma bulguları incelendiğinde; zaman, farkındalık ve özgüven alt boyutlarında oldukça güvenilirlik, saklanma ve bağımlılık alt boyutlarında ise yüksek güvenilirlik tespit edilmiştir (Tablo 4.12).

İstatistiksel analizler sonucunda, 46 maddelik *Resimlerde Kaybolma (photolurking) Ölçeği* (RKÖ) için puan ortalaması kullanılarak bir değerlendirme yapılmıştır. Ölçeğin toplam puan ortalaması yerine, her bir alt boyut için alınabilecek en düşük puan 1, en yüksek puan ise 5 olarak belirlenmiştir. RKÖ' nin geçerlik ve güvenilirlik analizleri, ölçeğin yüksek geçerlik ve güvenilirlik standartlarını karşıladığını göstermiştir. Bu sonuçlar, RKÖ 'nin hem teorik anlamda sağlam bir temele dayandığını hem de pratikte güvenilir bir ölçüm aracı olarak kullanılabileceğini ortaya koymaktadır.

5.2. Katılımcıların Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Davranışına İlişkin Bulguların Tartışılması

Bu bölüm katılımcıların tanıtıcı özelliklerine ilişkin bulgular, katılımcıların resimlerde kaybolma (photolurking) davranışına ilişkin bulgular, katılımcıların tanıtıcı özellikleri ile RKÖ alt boyut puan ortalamaları karşılaştırılmasına ilişkin bulgular ve RKÖ alt boyutlarının arasındaki ilişkilere yönelik bulgular olmak üzere dört başlık altında tartışılacaktır.

5.2.1.Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmada yer alan katılımcıların çoğunlukla kadın (%53,8), 19 yaşında (%29,8), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim görmektedir (%26,3) (Tablo 4.14). Araştırmada yer alan katılımcıların **%53,8'inin kadın** olması, üniversite öğrencilerinin dijital platformlardaki kullanım alışkanlıkları açısından önemli bir bulgudur. Literatür, kadınların sosyal medya kullanımında erkeklere kıyasla daha aktif olduklarını ve çevrimiçi etkileşimlerde daha fazla yer aldıklarını ortaya koymaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017). Ayrıca, kadınların genellikle sosyal medya üzerinden içerik tüketme ve gözlem yapma eğiliminde oldukları, dolayısıyla *lurking* gibi dijital gözlem davranışlarını daha sık sergileyebildikleri gözlemlenmiştir (Miao ve Chan, 2021).

19 yaşındaki öğrencilerin oranının %29,8 olması, genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımındaki yüksek oranını yansıtmaktadır. Bu yaş grubu, dijital dünyada aktif olan ve sosyal medya platformlarını yoğun şekilde kullanan bir kesimi temsil eder (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009). Ayrıca, **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne** mensup öğrencilerin %26,3'lük oranı, bu alandaki öğrencilerin dijital platformlarda profesyonel kimliklerini inşa etme eğiliminde olduklarını ve gözlemci davranışlar sergileyebileceklerini düşündürmektedir. Fakülte ve bölüm özellikleri, dijital platformlarda etkileşim şekillerini ve *photolurking* gibi davranışları etkileyebilir (Vasalou vd., 2008).

Araştırmada öğrencilerin çoğunluğunun (**%61,5**) **sosyal medyada geçirdiği zaman 4-6 saat aralığında** olduğu ve tamamının sosyal medya erişimi için en sık kullandığı aracın **telefon (%100)** görülmektedir (Tablo 4.15). Araştırmada katılımcıların **%61,5'inin sosyal medyada geçirdiği zamanın 4-6 saat arasında olduğu** ve tüm öğrencilerin (%100) sosyal medya erişimi için en sık kullandığı aracın telefon olduğu bulgusu, *photolurking* davranışlarının dijital ortamda nasıl şekillendiğini anlamada kritik bir perspektif sunmaktadır. Sosyal medya kullanım süresinin bu kadar yüksek olması, öğrencilerin dijital platformları aktif bir şekilde, ancak çoğunlukla pasif bir şekilde kullandıklarını gösteriyor olabilir. Literatür, sosyal medya platformlarının kullanıcıları sürekli çevrimiçi tutarak, pasif gözlemlleme (*lurking*) gibi davranışları pekiştirdiğini ve bunun daha uzun süreli kullanım ile doğru orantılı olduğunu ortaya koymaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017; Miao ve Chan 2021).

4-6 saatlik kullanım, yalnızca içerik üretimi ve etkileşime girme için değil, aynı zamanda içerikleri gözlemleme, inceleme ve başkalarının etkileşimlerine pasif katılım sağlama amacıyla da bir fırsat sunar. Uzun süreli kullanım, kullanıcıların içeriklere yalnızca göz atmalarını değil, aynı zamanda gözlemci rolünü benimsemelerini de teşvik eder; bu da *photolurking* gibi davranışları güçlendiren bir faktör olabilir.

Telefon kullanımının sosyal medya erişimi için %100 oranında olması, mobil cihazların sosyal medya etkileşimindeki merkezi rolünü vurgulamaktadır. Mobil cihazlar, kullanıcıların sosyal medya platformlarına anlık ve sürekli erişimini mümkün kılarak, dijital gözlemleme davranışlarını daha da pekiştiren bir ortam yaratır (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009). Mobil cihazların taşınabilirliği, sosyal medya kullanımı sırasında anonimlik imkânı tanınması ve kullanıcıların etkileşimde bulunmadan gözlem yapmalarını kolaylaştırması, *photolurking* davranışlarının gelişmesine zemin hazırlar. Telefonlar, özellikle düşük riskli ve daha az etkileşimli sosyal medya kullanımı biçimlerine olanak tanır; kullanıcılar, içeriklere tepki vermek yerine yalnızca gözlemleyebilirler, bu da sosyal medya platformlarının bireyler arasında pasif izleme davranışlarını artırmasına yol açar. Diğer taraftan, mobil cihazlar sayesinde öğrenciler, sosyal medya içeriklerini sürekli olarak takip edebilir, ancak dijital dünyada aktif bir katılımcı olmak yerine, bu içerikleri pasif bir şekilde gözlemleyebilirler. Bu da *photolurking* davranışının artan mobil erişim ile nasıl daha yaygın hale geldiğine dair önemli bir gösterge sunmaktadır. Sonuç olarak, bu bulgular, uzun süreli sosyal medya kullanımı ve mobil cihazların egemenliğinin, dijital gözlemci davranışları ve *photolurking* gibi pasif etkileşim biçimlerinin artışıdaki rolünü güçlendiren faktörler olduğunu göstermektedir.

Araştırmada katılımcıların %83.5'inin sosyal medya kullanım amacının eğlence/oyun olması ve en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarının Instagram (%97.2) ve WhatsApp (%90.8) olması, *photolurking* (pasif gözlemleme) davranışlarının dijital platformlardaki yaygınlığı üzerine önemli bir ışık tutmaktadır. Eğlence ve oyun odaklı sosyal medya kullanımı, genellikle daha düşük düzeyde etkileşim gerektiren, içerik tüketimine dayalı bir davranış biçimini pekiştirmektedir. Sosyal medya, kullanıcılarına içeriklere göz atma, beğenme veya yalnızca gözlem yapma imkânı sunmakta, bu da *photolurking* davranışının artmasına neden olabilir (Kuss ve Griffiths, 2017).

Özellikle Instagram gibi görsel ağırlıklı platformlar, kullanıcıların içerikleri aktif bir şekilde üretmek yerine, genellikle başkalarının paylaşımlarını incelemelerini teşvik etmektedir. Görsel içerikler, kullanıcıları pasif bir gözlemci olmaya yönlendirirken, etkileşimde bulunmadan yalnızca içeriklere göz atmalarını sağlamaktadır. Bu tür platformlar, kullanıcıların içeriklere bakmalarını, ancak onları analiz etmeden veya etkileşime girmeden gözlemlemelerini kolaylaştırmakta, dolayısıyla *photolurking* davranışları için elverişli ortamlar oluşturmaktadır (Miao ve Chan, 2021; Joinson, 2008).

WhatsApp'ın yüksek kullanım oranı da daha kapalı, kişisel gruplarda benzer bir dijital gözlem davranışı ortaya çıkarabilir. WhatsApp, doğrudan etkileşime girmeden gruplarda paylaşılan mesajları izlemek ve içerikleri gözlemlemek için fırsatlar sunmaktadır. Grup sohbetlerinde, kullanıcılar genellikle içeriklere tepki vermek yerine yalnızca gözlem yapmayı tercih ederler, bu da *photolurking* davranışlarının yaygınlaşmasına neden olabilir. WhatsApp'ta anonimlik sağlamak, daha az riskli bir gözlemci rolü üstlenmeyi kolaylaştırmakta, çünkü mesajlar genellikle daha kişisel ve grup dinamikleri içinde sınırlı kalmaktadır. (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009). Bu da *photolurking* davranışlarının yalnızca açık sosyal medya platformlarında değil, aynı zamanda daha kapalı ve kişisel ağlarda da ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Sosyal medya kullanım amacının eğlence/oyun olması, kullanıcıları etkileşimden ziyade içerik gözlemlemeye yönlendiren bir faktör olabilir (Vasalou vd., 2008). Eğlence odaklı kullanım, kullanıcıların dijital içerikleri yalnızca izleyerek, etkileşimde bulunmadan tüketmelerini kolaylaştırmakta, bu da gözlemci davranışları pekiştirmektedir.

Bu bulgular, *photolurking* gibi pasif izleme davranışlarının dijital ortamda farklı platformlar ve kullanım amaçları doğrultusunda nasıl şekillendiğini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Özellikle sosyal medya kullanım amacının eğlence ve oyun odaklı olması, kullanıcıları içeriklere göz atmaya, ancak bu içeriklerle aktif etkileşimde bulunmamaya teşvik etmektedir. Instagram ve WhatsApp gibi platformların sunduğu pasif gözleme imkanları, kullanıcıları dijital gözlemci rolüne sokarak, *photolurking* davranışlarını güçlendirmektedir. Sonuç olarak, bu bulgular, sosyal medya platformlarının kullanım amaçları ve yapılarıyla, dijital gözlem davranışları arasındaki güçlü ilişkiyi vurgulamaktadır.

5.2.2. Katılımcıların Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Davranışına İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucuna göre katılımcıların resimlerde kaybolma davranışı sergilerken en az zaman yönetiminde zorluk yaşadıkları (2.12 ± 0.44), en çok saklanma davranışı (2.97 ± 0.71) gösterdikleri tespit edilmiştir (Tablo 4.16). Bu bulgu, dijital gözlemleme davranışlarının ve özellikle *photolurking* davranışının, katılımcıların çevrimiçi ortamda aktif etkileşimde bulunmaktan kaçınarak, içerikleri pasif bir şekilde gözlemledikleri bir süreç olarak şekillendiğini göstermektedir. Zaman yönetimi açısından yaşanan zorlukların düşük olması, *photolurking*'in içeriklere sadece göz atma ve etkileşimde bulunmama biçiminde gerçekleştirilen, dolayısıyla zaman açısından daha az talepkar bir faaliyet olduğunu ortaya koyar. Sosyal medya ve dijital içeriklerin gözlemlenmesi, etkileşimli katılımlar gerektirmediğinden, katılımcılar için daha az zaman alıcı olabilir. Bunun yanında, dijital gözlemleme davranışı, sosyal medyada yüksek aktiflik gerektiren içerik üretimi veya etkileşimli faaliyetlere göre daha az enerji ve dikkat gerektirir, bu da katılımcıların zaman açısından bir zorluk yaşamamasını engeller (Kuss ve Griffiths, 2017; Miao ve Chan, 2021).

Buna karşılık, katılımcıların saklanma davranışını daha fazla sergilemeleri, *photolurking*'in anonimlik ve gizlilik ihtiyacıyla güçlü bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. *Photolurking*, çevrimiçi ortamda kimlik gizleme, anonim kalma ve başkalarına görünmeden içeriklere göz atma arzusuyla doğrudan bağlantılıdır. Bu davranış, katılımcıların sosyal medya platformlarında izleyici olarak kalmalarını, aktif bir katılımcı olmadan içerikleri takip etmelerini kolaylaştırır (Joinson, 2008; Vasalou vd., 2008). Bu tür davranışlar, çevrimiçi ortamda daha az riskli bir etkileşim türü olarak değerlendirilebilir. Kullanıcılar, başkalarının paylaşımlarına göz atarken, genellikle izledikleri içeriklere aktif olarak katılmaktan, yorum yapmaktan veya kendi içeriklerini paylaşmaktan kaçınırlar. Böylece, dijital ortamda anonimlik sağlamak, katılımcılara daha az psikolojik yük taşıyan, daha rahat ve güvenli bir çevrimiçi deneyim sunar (Kuss ve Griffiths, 2017). Bu noktada, saklanma davranışı, *photolurking*'in bir tür savunma mekanizması olarak, sosyal medya kullanıcılarının sosyal normlardan ve potansiyel olumsuz geri bildirimlerden kaçınmalarını sağlar (Miao ve Chan, 2021; Suler, 2004).

Öte yandan, *photolurking* davranışının artan anonimlik ve saklanma ile ilişkili olması, çevrimiçi etkileşimin giderek daha fazla gözlemci odaklı bir hâle gelmesinin bir sonucu olarak yorumlanabilir. Sosyal medya platformları, kullanıcıları daha fazla içerik tüketmeye teşvik ederken, etkileşime girme konusunda daha pasif bir tutum benimsemelerine olanak tanır. Bu da, kullanıcıların içerikleri yalnızca gözlemleyip, aktif bir katılımcı olma ihtiyacını azaltmalarına yol açar (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009). Hatta bu pasif gözlemleme davranışı, *photolurking*'in bir tür dijital çekingenlik olarak değerlendirilmesine olanak sağlar. Kullanıcılar, içerikleri yalnızca izlemekle kalmaz, aynı zamanda çevrimiçi ortamda kimliklerini gizleyerek dış dünyadan soyutlanmış bir şekilde yalnızca izleyici olurlar (Vasalou vd., 2008; Kuss ve Griffiths, 2017).

Saklanma ve zaman yönetimindeki zorlukların düşük olmasının yanı sıra, *photolurking* davranışı, sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ile de ilişkili olabilir. Kullanıcılar, etkileşimde bulunmadan içeriklere göz atarken, başkalarına zarar vermekten veya olumsuz geri bildirim almaktan kaçınabilirler. Bu, özellikle genç yetişkinler arasında sık görülen sosyal kaygıyı ve dijital dünyada kendini gösterme korkusunu azaltır (Przybylski ve Weinstein, 2013). Ayrıca, dijital gözlemleme, kişisel mahremiyeti koruma ve dışsal değerlendirmelerden kaçınma gibi motivasyonları da yansıtır. Çevrimiçi dünyada aktif olmak, bireyler için bazen potansiyel riskler ve sosyal normlarla uyumsuzluk anlamına gelebilir. Bu da saklanma davranışlarını daha çekici kılar.

Sonuç olarak, bu bulgular, *photolurking* davranışının, katılımcıların çevrimiçi ortamda zaman harcarken daha pasif bir tutum sergilemeleri ve kimliklerini gizleyerek gözlemci rolünü üstlenmeleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Zaman açısından daha az talepkar ve anonimlik arayışına dayalı bu davranış, dijital platformlarda sosyal kaygı ve çevrimiçi etkileşimde bulunmama isteğinin bir yansımasıdır. Bu bulgular, dijital gözlemci davranışlarının, sosyal medya kullanımındaki anonimlik, güvenlik ve sosyal etkileşimden kaçınma motivasyonları ile nasıl şekillendiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

5.2.3. Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri ve Sosyal Medya Kullanımları ile RKÖ Alt Boyut Puan Ortalamaları Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyeti ve eğitim aldıkları fakülte/yüksekokullar ile RKÖ’i alt boyutları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı fark oluşturmadığı saptandı ($p>0.05$) (Tablo 4.14).

Cinsiyetin çevrimiçi etkileşim ve gözlemlene davranışları üzerindeki etkisi, dijital medya araştırmalarında fikir birliğine varılamamış bir konudur. Bazı çalışmalar, kadınların sosyal medya platformlarında daha fazla içerik üretme ve etkileşimde bulunma eğiliminde olduklarını, erkeklerin ise daha çok pasif gözlemci olduklarını ileri sürmektedir (Smith ve Duggan, 2020; Tufekci, 2014). Bununla birlikte, cinsiyetin, sosyal medya üzerindeki gözlemlene davranışları üzerinde belirgin bir etki yaratmadığını öne süren araştırmalarda mevcuttur. Döring, Bhana ve Albury (2022), cinsiyetin çevrimiçi etkileşim biçimlerini şekillendirse de gözlemlene davranışlarının evrensel bir eğilim halini aldığını ve bu tür pasif davranışların hem erkekler hem de kadınlar arasında yaygın olduğunu vurgulamaktadır. Aynı şekilde, Frison ve Eggermont (2015), sosyal medya kullanımının her iki cinsiyet arasında benzer gözlemlene davranışlarına yol açtığını vurgulamaktadır. Bu bulgular ile, cinsiyetin çevrimiçi photolurking davranışlarını doğrudan etkilemediği düşünülmektedir.

Eğitim düzeyinin çevrimiçi davranışlar üzerindeki etkisi, dijital medya araştırmalarında uzun zamandır incelenen bir konudur. Literatürde, eğitim düzeyinin sosyal medya kullanımını daha aktif hale getirdiğini ve eğitimi yüksek olan bireylerin çevrimiçi platformlarda daha fazla içerik ürettiklerini ileri sürmektedir (Guo ve Cheung, 2023; Kuss ve Griffiths, 2017). Ancak Frison ve Eggermont (2015), eğitilmiş bireylerin sosyal medya kullanımını daha çok içerik değerlendirme ve yorum yapma gibi aktif etkileşimlerle ilişkilendirirken, photolurking gibi pasif davranışlar üzerinde anlamlı bir fark oluşturmadıklarını belirtmektedir. Bu bulgu, eğitim düzeyinin dijital platformlardaki etkileşim biçimlerini şekillendirmekte etkili olsa da, gözlemlene gibi pasif etkileşimleri etkilemekte sınırlı kaldığını göstermektedir. Döring, Bhana, Albury (2022) ve Tufekci (2014), sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algıları, etkileşim biçimleri ve platform özelliklerinin, özellikle gözlemci (lurker) davranışlarını şekillendirdiğini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak Literatür, eğitim düzeyinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını şekillendiren bir faktör olmasına rağmen, bu etkinin genellikle içerik üretme ve etkileşimde bulunma biçimlerinde daha fazla belirgin olduğunu, ancak gözlemleme (lurking) gibi pasif davranışlarda sınırlı kaldığını düşünülmektedir.

Katılımcıların günde sosyal medyada geçirdikleri zaman ile RKÖ alt boyut puan ortalamaları karşılaştırıldığında; günde 2-3 saat sosyal medyada zaman geçiren katılımcıların 4-6 saat zaman geçirenlere göre daha az farkındalık düzeyine sahip olduğu, daha az özgüvenli oldukları ve daha az bağımlılığa yatkın oldukları bulunmuştur ($p < 0.05$). Bununla birlikte; sosyal medyada 2-3 saat zaman geçiren katılımcıların daha fazla zaman geçiren katılımcılara göre RKÖ ölçeğinin toplam puanı daha düşük bulunmuştur ($p < 0.05$).

Sosyal medya kullanım süresi ile bireylerin psikolojik durumları arasındaki ilişkiyi inceleyen önceki araştırmalar, sosyal medyada uzun süre vakit geçirmenin, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bununla birlikte, araştırmamızda sosyal medyada günde 2-3 saat zaman geçiren katılımcıların, daha fazla zaman harcayanlara göre daha düşük farkındalık ve özgüven düzeylerine sahip olduğu bulunmuş, bu da sosyal medya kullanım süresi ile bireysel psikolojik özellikler arasında doğrusal olmayan bir ilişkinin olabileceğini düşündürmektedir. Bu bulgu, sosyal medya kullanım süresi arttıkça, bireylerin çevrimiçi deneyimlerine daha fazla odaklandıklarını ve bunun da içsel farkındalıklarını olumsuz etkileyebileceğini işaret etmektedir. Birçok çalışmada, sosyal medya kullanımı ile anksiyete, depresyon ve yalnızlık arasındaki ilişki vurgulanmış (Lin, LY, Lin, YH ve Li, H., 2016) olsa da bu çalışmanın bulguları, sosyal medya süresinin yalnızca olumsuz değil, aynı zamanda belirli bir süre sınırında daha az bağımlılık eğilimi ve daha düşük bir özgüvenle ilişkilendirilebileceğini göstermektedir.

Farkındalık, bireylerin içsel deneyimlerine odaklanabilme, anı yaşayabilme ve çevrelerine duyarlı bir şekilde yaklaşabilme kapasitesini ifade eder. Ancak, sosyal medya, sürekli bir uyarı ve dikkat çekici içerik akışı sunduğundan, bu tür çevrimiçi mecralarda geçirilen zaman, bireylerin anlık dürtülerine yanıt vermelerini artırabilir ve bu da derinlemesine düşünmeyi ve reflektif düşünme becerilerini zayıflatabilir (Fardouly vd., 2015).

Bununla birlikte, özgüvenin sosyal medya ile ilişkisi karmaşık bir doğaya sahiptir. Sosyal medya, bazen kullanıcıların kendilerini daha iyi ifade etmeleri için bir platform sağlasa da başkalarının mükemmel hayatlarıyla karşılaştırma yapmalarına da yol açabilmektedir (Fardouly vd, 2015). Bu durum, düşük özgüven ve benlik saygısının artmasına yol açabilir (Vogel vd., 2014). Çalışmamızın bulguları, 2-3 saat sosyal medya kullanımı ile düşük farkındalık ve özgüven düzeylerinin paralel gittiğini gösteriyor, bu da sosyal medyanın olumsuz etkilerinin zamanla arttığını ve belli bir süre sınırında daha az görünür olabileceğini ortaya koymaktadır.

Bağımlılık, sosyal medya kullanımının en çok tartışılan ve kaygı uyandıran yönlerinden biridir. Sosyal medya bağımlılığı, genellikle çevrimiçi platformlara sürekli ve aşırı bağlılık ile karakterize edilir ve bu durum psikolojik sağlık üzerinde zararlı etkilere yol açabilir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bununla birlikte, 2-3 saatlik bir sosyal medya kullanım süresi ile daha düşük bağımlılık eğilimi arasındaki ilişki, sosyal medya kullanımının potansiyel olumsuz etkilerinden korunmaya yönelik bir dengeyi işaret edebilir. Uzun süreli sosyal medya kullanımı, daha fazla kaygı, depresyon ve stresle ilişkilendirilirken (Kuss ve Griffiths, 2017), daha kısa süreli kullanımın bu tür psikolojik rahatsızlıklara yol açma olasılığı daha düşük olabilir. Bu bağlamda, sosyal medya kullanım süresinin 4-6 saati aşmasının, bireylerde bağımlılık eğilimlerini artırabileceği ve bu durumun psikolojik iyilik hali üzerinde daha belirgin olumsuz etkiler yaratabileceği sonucuna varılabilir.

Photolurking, sosyal medya platformlarında pasif bir gözlemci olma durumunu tanımlayan bir kavramdır (Vogel vd., 2014). Çalışmamızda, sosyal medyada 2-3 saat geçiren katılımcıların, daha fazla zaman harcayan katılımcılara göre photolurking ölçeğinde daha düşük puanlar aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, kısa süreli sosyal medya kullanımının, katılımcıların daha aktif ve etkileşimci davranışlar sergilemelerine olanak tanıyabileceğini, dolayısıyla pasif gözlemcilik davranışının azalabileceğini göstermektedir. Daha uzun süreli kullanımda ise, bireyler içerik üretme yerine başkalarının paylaşımlarını izlemeyi tercih edebilir, bu da daha fazla sosyal medya bağımlılığına ve pasif etkileşime yol açabilir (Lin, LY, Lin, YH ve Li, H. ,2016)

Çalışmamızın bulguları, sosyal medya kullanım süresinin, bireylerin psikolojik durumları ve çevrimiçi davranışları üzerinde farklı etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Kısa süreli sosyal medya kullanımı, bireylerin daha düşük bağımlılık eğilimleri ve daha fazla etkileşimli davranışlar sergilemelerini teşvik ederken, uzun süreli kullanım, bağımlılık ve pasif gözlemcilik gibi olumsuz etkilerin artmasına yol açabilir. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının zamanla sınırlandırılmasının ve bilinçli kullanımın psikolojik sağlığı koruyabileceği bir strateji olarak benimsenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada, sosyal medyayı **bilgi edinme** amacıyla kullanan bireylerin **zaman** ($p=0.02$, $p<0.05$), ve **farkındalık** ($p=0.000$, $p<0.05$) **alt boyutlarında** daha düşük ortalamalara sahip oldukları görülmüştür. Bu bulgular, dijital medya ortamlarının, bireylerin dikkat ve farkındalık seviyeleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Son yıllarda yapılan araştırmalar, sosyal medyanın bilgi edinme ve öğrenme süreçlerinde, dikkat dağınıklığına yol açabileceğini ve bilgiye erişim hızının artırılmasının, derinlemesine öğrenme yerine yüzeysel bilgi edinmeye neden olabileceğini göstermektedir (Carr, 2010; Mangen ve Velmans, 2019). Özellikle, sosyal medya platformlarında bilgi akışının sürekli ve hızla değişmesi, bireylerin bilgiye dair daha yüzeysel bir bakış açısına sahip olmasına yol açabilir (Liu, Li ve Zhao, 2022). Bununla birlikte; Sosyal medya kullanım amacının **bilgi edinme** olarak belirlenmiş katılımcıların **bağımlılık ve saklanma alt boyutlarında** anlamlı farklar gözlemlenmemiştir ($p > 0.05$). Bu, sosyal medya kullanımının bilgi edinme amacıyla sınırlı kaldığında, bireylerin sosyal medyaya yönelik bağımlılıklarındaki artışın daha sınırlı olabileceğini düşündürmektedir. Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının diğer amaçlarla birleştirilmesi (örneğin eğlence ya da kişisel paylaşım) bağımlılık düzeylerini arttırabilir (Kuss ve Griffiths, 2017).

Araştırmamızda; **aileleri ve arkadaşları ile iletişim kurmak** amacıyla sosyal medya kullanan bireylerde saklanma ve özgüven düzeyinin daha yüksek olması ($p=0.005$, $p<0.05$), bu gruptaki bireylerin sosyal destek sistemlerinden daha fazla faydalandıklarını ve kendilerini daha fazla ifade etme imkânı bulduklarını işaret etmektedir. Bu bulgu, sosyal medya kullanımının sosyal bağları güçlendirme ve bireysel kimlik inşası üzerinde önemli bir rol oynayabileceğini öne sürmektedir.

McKenna ve Bargh (2000), çevrimiçi ortamların, bireylere kendilerini daha rahat ifade etme ve daha fazla sosyal bağlantı kurma fırsatları sunduğunu belirtmiştir. Ayrıca, sosyal medyanın kişiler arası ilişkilerde "saklanma" faktörünün teşvik edebileceği, ancak bu davranışın özgüveni artırıcı bir etkiye sahip olabileceği düşünülmektedir (Guo ve Cheung, 2023).

Sosyal medyada daha fazla saklanma eğiliminde olan bireylerin, çevrimdışı ilişkilerde daha fazla utangaçlık ya da sosyal kaygı yaşadıkları, çevrimdışı dünyada sosyal becerilerini geliştirme konusunda zorlandıkları belirtilmektedir (Walther, 2011). Ancak, bu bulguların tersine, bazı araştırmalar çevrimiçi saklanmanın bireylerin daha özgüvenli bir şekilde kendilerini ifade etmelerine olanak sağladığını öne sürmektedir (Toma ve Hancock, 2013).

Eğlence ve oyun amaçlı sosyal medya kullanımında, **zaman, farkındalık ve özgüven** gibi faktörlerin daha düşük olduğu görülmüştür ($p=0.00$; $p<0.05$). Sosyal medya, eğlence amaçlı kullanıldığında genellikle daha düşük bilişsel yük ve yüzeysel etkileşimlerle ilişkilendirilmektedir. Bu kullanım amacı, bireylerin sosyal medya ile olan bağlarını daha çok eğlence ve geçici bir şekilde kurmalarına yol açabilir. Eğlence içeriklerin hızlı tüketilmesi, derinlemesine düşünmeyi gerektirmeyen yüzeysel etkileşimleri teşvik etmektedir (Przybylski ve Weinstein, 2013). Eğlence amaçlı kullanımın, daha düşük özgüvenle ilişkilendirilmesi, bireylerin yalnızca eğlence içeriklerle etkileşime girmelerinin, daha ciddi sosyal ve psikolojik gelişim alanlarını ihmal etmelerine neden olabileceğini düşündürmektedir.

Araştırmamızda **eğlence ve oyun** amaçlı sosyal medya kullanımının **bağımlılıkla** ilişkili olmaması ($p>0.05$), sosyal medya kullanımının amacına göre farklı etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Eğlence içerikler, bireyleri uzun süreli etkileşime girmeyebilir, bu da bağımlılık riskini azaltabilir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bununla birlikte, bazı çalışmalarda eğlence içeriklerin, kısa süreli eğlence ve haz arayışıyla daha fazla sosyal medya etkileşimine yol açabileceği ve bu da bağımlılıkla ilişkilendirilebileceği ileri sürülmüştür (Kuss ve Griffiths, 2017).

Bu çalışmada; **haber alma amacıyla** sosyal medya kullanan bireylerin, zaman ($p=0.020$, $p<0.05$), farkındalık ($p=0.007$, $p<0.05$), saklanma ($p=0.000$, $p<0.05$) ve bağımlılık ($p=0.000$, $p<0.05$) gibi faktörlerde daha yüksek puanlar aldıkları gözlemlenmiştir. Bu bulgu, dijital medya ortamlarının bireyleri sürekli bir bilgi akışıyla beslediği ve bu akışa bağımlılık geliştirmelerine yol açabileceği fikrini destekler. Sosyal medyada haber almanın, genellikle daha sürekli ve dinamik bir etkileşim gerektirdiği, bu nedenle bireylerin dikkatlerini daha uzun süre boyunca çektiği ve daha fazla bilgiye maruz kaldıkları düşünülebilir (Vogel vd., 2014). Ancak, bu durum aynı zamanda, dijital bilgiye olan bağımlılığın arttığını ve sürekli güncellenen içeriklerin bireylerde bilgi aşırı yüklemesine (information overload) yol açabileceğini de göstermektedir (Eppler ve Mengis, 2004).

Araştırma bulgularına göre; **kişisel paylaşım amacıyla** sosyal medya kullanan bireylerin, **zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık** gibi faktörlerde daha düşük ortalamalar sergiledikleri gözlemlenmiştir ($p>0.05$). Bu sonuç, kişisel paylaşımın sosyal medya kullanımında daha bireysel bir deneyim olduğunu ve bu nedenle bireylerin dış dünyadan daha izole olabileceğini düşündürmektedir. Kişisel paylaşım, çoğunlukla duygusal bağlar yerine bireysel kimlik inşasına dayalı etkileşimleri teşvik edebilmektedir. Sonuç olarak, kişisel paylaşımların, bireylerin özgüvenini destekleyebileceği ancak aynı zamanda dijital ortamda yalnızlık ya da dışlanmışlık hissiyatlarını artırabileceği öne sürülmektedir (Lammers vd., 2011).

Sonuç olarak; bu çalışmada **sosyal medyanın kullanım amacına göre** bireylerin psikolojik durumları üzerinde farklı etkiler yarattığını ve bu etkilerin, **zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık** gibi faktörlerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanımının bireylerin zihinsel ve duygusal sağlığı üzerinde karmaşık etkiler yaratabileceği, kullanım amacının bu etkilerin yönünü belirlemede belirleyici bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya, bilgi edinme, eğlence, sosyal iletişim ve haber alma gibi farklı amaçlarla kullanıldığında, bireylerin bu platformlarla kurduğu ilişkiler ve bu ilişkilerin psikolojik etkileri önemli ölçüde değişmektedir.

Sosyal medya, son on yılda dijital iletişimin temel aracı haline gelmiş olup, bireylerin sosyal ilişkilerini, psikolojik durumlarını ve toplumsal katılımlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların farklı amaçlarla etkileşimde bulundukları dijital alanlar olup, her platformun kullanıcılar üzerindeki etkisi farklılık gösterebilir.

Bu bölümde, en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarına yönelik olarak yapılan t-testlerine dayanarak, sosyal medya kullanımının psikolojik faktörler üzerindeki etkilerini tartışılmaktadır.

Çalışmanın bulguları, sosyal medya kullanım amacının, bireylerin **zaman, farkındalık, özgüven, saklanma, bağımlılık** ve **toplam puan** gibi psikolojik faktörleri üzerinde belirgin farklılıklar yarattığını ortaya koymaktadır. WhatsApp, TikTok, Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat ve YouTube gibi platformların her biri, kullanıcılara sundukları etkileşim biçimlerine göre farklı psikolojik sonuçlar doğurmaktadır. Aşağıda, bu bulgulara dayalı olarak yapılan tartışmalar yer almaktadır.

Araştırmada; **farkındalık** faktörü için **WhatsApp kullanıcılarında düşük** bir ortalama olduğunu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ($p = 0.000$). Bu, WhatsApp gibi mesajlaşma platformlarının, bireylerin dikkati üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini düşündürmektedir. WhatsApp, genellikle kişisel iletişim ve gruplar arası etkileşim amaçlı kullanılan bir platformdur. Kullanıcılar, sürekli gelen mesajlar ve bildirimler arasında odaklanmakta zorlanabilmekte ve bu da farkındalık düzeylerini azaltabilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bu sonuç, sosyal medya kullanımının bilişsel yük (cognitive load) yaratma potansiyeline sahip olduğunu ve bireylerin dikkatini dağılmasına yol açabileceğini göstermektedir (Carr, 2010).

Bunun yanı sıra, katılımcıların WhatsApp kullanımının **bağımlılık** faktöründe **yüksek** bir ortalama tespit edilmiştir ($p = 0,000$). WhatsApp'taki sürekli bildirimler ve anlık mesajlaşmalar, kullanıcıların platforma sık sık geri dönmesine ve zamanla bir **bağımlılık** davranışı geliştirmelerine yol açabilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının, kullanıcıların psikolojik ve duygusal durumlarını olumsuz etkileyebileceğini ve zaman yönetimini zorlaştırabileceğini belirtmektedir (Andreassen vd., 2016).

Araştırmaya katılan **TikTok** kullanıcılarının **zaman** faktöründe **yüksek** ortalama değerler gösterdiğini ortaya koymaktadır ($p = 0.028$). TikTok, kısa video formatı ve hızlı içerik tüketimiyle dikkat çeken bir platformdur ve TikTok, sürekli yeni içerikler sunarak kullanıcıları platformda daha uzun süre geçirmeye teşvik etmektedir. Bu sürekli yenilik ve içerik akışı, kullanıcıların dikkatlerini uzun süre boyunca meşgul edebilir ve sosyal medyaya ayrılan zaman miktarını artırabilir (Przybylski ve Weinstein, 2017). TikTok'un hızlı ve dinamik yapısı, kullanıcıların içerik üretme ve tüketme hızını artırırken, aynı zamanda derinlemesine düşünme ve odaklanmayı zorlaştırabilir.

TikTok kullanıcılarının **özgüven** düzeylerinin daha düşük olduğunu gösteren bulgular ($p = 0.000$), sosyal medya platformlarının kimlik inşasında negatif etkiler yaratabileceğini düşündürmektedir. Çeşitli araştırmalar, özellikle gençler ve ergenler arasında sosyal medya kullanımının, özdeğer ve özgüven üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini belirtmektedir (Fardouly vd., 2015). TikTok'un görsel odaklı yapısı, bireylerin dış görünüşlerine ve popülerliğe daha fazla odaklanmasına yol açabilir, bu da düşük özgüvenle ilişkilendirilebilir.

Bağımlılık faktöründe ise TikTok kullanıcılarının **daha düşük** ortalamalar sergilediği bulunmuştur ($p = 0.001$). Ancak bu bulgu, TikTok'un kullanıcılarını daha az bağımlı hale getirebileceğini düşündürse de platformun içerik akışının hızına ve görselliğine dayalı bağımlılık yapıcı etkileri üzerine literatür oldukça sınırlıdır (Kuss ve Griffiths, 2017).

Çalışmanın bulguları, **zaman, farkındalık, özgüven, saklanma, bağımlılık ve toplam puan** gibi faktörlerde Facebook kullanıcılarının **daha düşük** ortalamalar gösterdiğini ortaya koymuştur. Facebook, özellikle daha geniş sosyal ağlar oluşturmak için kullanılan bir platformdur. Facebook kullanıcılarının, özellikle görsel ve yazılı içeriklerle sürekli etkileşimde bulunarak zamanlarını harcadıkları, ancak bunun karşılığında bilişsel ve duygusal yorgunluk hissettikleri düşünülmektedir (Toma ve Hancock, 2013). Sosyal medya, zamanla kullanıcının farkındalık ve özgüvenini etkileyebilir, çünkü sürekli sosyal karşılaştırmalar ve onaylanma arayışı bireylerde **düşük özsaygı** yaratabilir (Guo ve Cheung, 2023).

Facebook'un, bağımlılık düzeyini artırabileceği de gösterilmiştir ($p = 0.000$). Bunun nedeni, Facebook'un kullanıcıları sürekli olarak platformda tutma amacına yönelik tasarlanmış algoritmalarının ve bildirimlerinin varlığıdır.

Instagram, görsel ve video paylaşımlarına odaklanan bir platformdur. Bu araştırmada Instagram kullanıcılarının **farkındalık** ($p = 0.005$) ve **saklanma** ($p = 0.000$) faktörlerinde anlamlı farklar gözlemlenmiştir ($p < 0.05$). Instagram kullanıcılarının, içerikleri genellikle daha dikkatlice seçerek ve düzenleyerek paylaştıkları için daha fazla **saklanma** eğiliminde oldukları söylenebilir (Toma ve Hancock, 2013). Görsellik ve dışsal onaylanma arayışı, Instagram kullanıcılarının psikolojik durumlarını etkileyebilir.

Özellikle genç kullanıcılar arasında, Instagram'daki sürekli görsel karşılaştırmalar, bireylerin kimlik inşasında ve özgüvenlerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Fardouly vd., 2015). **Bağımlılık** faktöründe ise Instagram'da **yüksek** bir ortalama gözlemlenmiştir ($p = 0.033$; $p < 0.05$). Bu durum, platformun sürekli yenilikçi ve dikkat çekici görsel içerikler sunmasıyla ilişkilendirilebilir.

Pinterest uygulaması, kullanıcıların görsel içeriklerle fikir ve ilham paylaşımlarına olanak tanımaktadır. Pinterest kullanıcılarının **zaman** ($p = 0.04$), **özgüven** ($p = 0.000$), **saklanma** ($p = 0.000$) ve **bağımlılık** ($p = 0.000$) gibi faktörlerde düşük ortalamalar sergilemeleri, Pinterest'in daha pasif bir etkileşim türü sunduğunu ve kullanıcılarının platformda daha az vakit geçirdiğini düşündürmektedir. Pinterest'in, görsel odaklı yapısı ve daha çok bilgi toplama amaçlı kullanımı, diğer sosyal medya platformlarına göre bağımlılık yaratma potansiyelini sınırlamaktadır (Verduyn vd., 2017).

Snapchat, hızlı içerik paylaşımı ve kaybolan içeriklerin paylaşıldığı bir platformdur. Araştırmaya katılan snapchat kullanıcılarının **özgüven** ($p = 0.000$), **bağımlılık** ($p = 0.004$) ve **toplam puan** ($p = 0.022$) gibi faktörlerde **yüksek** ortalamalara sahip olması, Snapchat'in kullanıcıları üzerinde daha fazla psikolojik etkiler yarattığını göstermektedir. Snapchat'in hızlı ve geçici içerik paylaşımı, kullanıcıların sürekli olarak platformda aktif olmasına ve bağımlılık geliştirmelerine yol açabilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017).

YouTube, video içerik tüketimi ve üretimi için en yaygın kullanılan platformlardan biridir. Bu araştırmada; **Zaman, farkındalık, özgüven, bağımlılık** ve faktörlerinin katılımcılar üzerinde etkili olduğu ($p < 0.05$), ancak **saklanma** faktöründe bir fark bulunmamıştır ($p < 0.05$) YouTube kullanıcılarının, daha uzun süreli içerikler izlemesi psikolojik durumlarını etkileyebilmekte ve platformun video formatının, kullanıcılar üzerinde yalnızca eğlence amaçlı değil, eğitim amaçlı da içerik tüketimine yönlendirebilmektedir (Liu, Li ve Zhao, 2022)

Sonuç olarak bu bulgular, sosyal medya platformlarının her birinin, kullanıcılar üzerindeki psikolojik etkilerinin farklılık gösterdiğini açıkça ortaya koymaktadır. WhatsApp ve TikTok gibi platformlar, genellikle iletişim ve içerik tüketiminde daha fazla yer alırken, Instagram ve Pinterest gibi platformlar daha çok görsellik ve kimlik inşası üzerine odaklanmaktadır. Bu farklılıklar, sosyal medya kullanımının bireylerin psikolojik sağlıkları ve sosyal etkileşim biçimleri üzerinde önemli etkiler yaratabileceğini göstermektedir.

5.2.4. RKÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırmaya RKÖ alt boyutlarının korelasyon analizine göre, sosyal medya kullanımının farklı psiko-sosyal faktörler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlıdır ve pozitif yönlüdür. Özellikle **bağımlılık** ile **toplam puan** arasındaki güçlü korelasyon ($r = 0.957$, $p < 0.001$) saptanmıştır. Ayrıca, **zaman** ile **farkındalık, özgüven** ve **saklanma** gibi faktörler arasında da anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Ancak, **saklanma** faktörü ile diğer faktörler arasında zayıf ilişkiler bulunduğu ve sadece **bağımlılık** ile güçlü bir korelasyon ($r = 0.710$, $p < 0.001$) olduğu görülmektedir.

En güçlü ilişkiyi gösteren **bağımlılık** ve **toplam puan** arasındaki korelasyon ($r = 0.957$, $p < 0.001$), sosyal medya bağımlılığının bireylerin genel sosyal medya kullanım düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. **Bağımlılık** ile **toplam puan** arasındaki bu ilişki, kullanıcıların sosyal medya ile etkileşimlerinin hem sürekliliğini hem de yoğunluğunu artırdıkça, genel sosyal medya kullanım düzeylerini de artırdığını ortaya koymaktadır. Literatürde, sosyal medya bağımlılığının psikolojik ve sosyal etkileşimleri derinleştirdiğini ve bu bağımlılığın bireylerin sosyal medya kullanım sürelerini ve içerik tüketim biçimlerini etkilediğini vurgulamaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017).

Bağımlılık düzeyindeki artış, sosyal medya kullanıcılarının içerik üretimi ve tüketiminde daha fazla zaman harcamalarına neden olabilir, bu da **toplam puan** üzerinde anlamlı bir etki yarattığı düşünülmektedir.

Zaman ile **farkındalık alt boyutları** ile **özgüven** ve **saklanma** alt boyutları arasında anlamlı pozitif ilişkiler bulunmuştur. Özellikle **farkındalık alt boyutunun saklanma alt boyutu** ile ilişkisi (sırasıyla $r = 0.636$, $p < 0.001$ ve $r = 0.710$, $p < 0.001$), sosyal medya kullanımının bireylerin çevrimiçi kimliklerini nasıl şekillendirdiğini ve bu süreçte farkındalık düzeylerinin nasıl etkilendiğini göstermektedir. **Zaman** harcamanın, bireylerin sosyal medya üzerinde daha fazla içerik tüketmeleri ve etkileşime girmeleri, onların çevrimiçi kimliklerini oluşturma sürecini etkileyebilir.

Farkındalık faktörünün yüksek olması, bireylerin çevrimiçi paylaşımlarını ve etkileşimlerini daha dikkatli ve bilinçli bir şekilde yönetmelerine yol açabilir. Öte yandan, **saklanma alt boyutu** ile **zaman alt boyutu** arasında gözlemlenen güçlü ilişki, sosyal medya kullanıcılarının zaman harcadıkça, çevrimiçi kimliklerini gizleme veya kişisel bilgilerini koruma eğilimlerini artırabileceğini göstermektedir. Bu durum, sosyal medyanın kullanıcıları üzerinde yarattığı gizlilik kaygılarının ve çevrimiçi kimlik yönetimi ihtiyacının bir yansımasıdır (Guo ve Cheung, 2023).

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımının bireylerin psikolojik ve sosyal durumları üzerinde çok boyutlu etkiler yarattığı anlaşılmaktadır. **Bağımlılık alt boyutu** ve **toplam puan** arasındaki güçlü ilişki, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki en belirgin etkisinin bağımlılık düzeyindeki artış olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca, zaman harcamanın farkındalık, özgüven ve saklanma gibi psikolojik faktörlerle olan ilişkileri, sosyal medya kullanımının daha bilinçli ve kontrollü bir şekilde yapıldığında, kullanıcıların çevrimiçi kimliklerini daha etkili bir biçimde yönetebileceğini göstermektedir. Literatürde, sosyal medya bağımlılığı ile diğer psikolojik faktörler arasındaki ilişkiler genellikle benzerlik göstermektedir. Sosyal medya kullanımının arttıkça, bireylerin kendilik algılarının ve çevrimiçi kimliklerinin nasıl evrildiği üzerine yapılan çalışmalar da bu bulguları desteklemektedir (Guo ve Cheung, 2023).

Bu çalışmada **zaman** ve **farkındalık alt boyutları** arasındaki ilişkiyi ele alındığında, sosyal medya kullanımıyla artan zaman harcamanın, bireylerin evrimii farkındalık düzeylerini olumlu ya da olumsuz etkilemesi literatürde farklı açılardan ele alınmaktadır. Özellikle sürekli evrimii kalma durumu, bilgi akışını hızlı ve yoğun hale getirilmesi, kullanıcının dikkatini dağılmasına neden olabilir.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

Resimlerde Kaybolma (Photolurking) davranışlarını belirlenmesine yönelik ölçek geliştirilmesi amacıyla metodolojik desende, üniversite öğrencilerinin resimlerde kaybolma (photolurking) davranışlarının incelenmesi amacıyla tanımlayıcı olarak tasarlanan araştırma sonucunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği'nin yapılan geçerlik ve güvenirlik analizleri sonucunda, üniversite öğrencileri grubunda geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kullanılabileceği saptanmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği beş alt boyut (zaman, farkındalık, özgüven, saklanma, bağımlılık) ve 46 maddeden oluşmuştur. Ölçek maddelerinin Kapsam Geçerlik İndeksi 0.81-0.00; madde toplam puan korelasyonları 0.32-0.83 ve alt boyutların iç tutarlılığı 0.77-0.93 olup, yüksek güvenirliktedir. Yapı geçerliği açısından doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği indekslerinde ölçeğin uyumunun iyi olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların %53.8'i kadın (287 kişi), %29.8'i 19 yaşındadır. Katılımcıların %26.3'ün İİBF, %18.8'i Edebiyat Fakültesi ve %12.9'u ise Eğitim Fakültesi öğrencisi olduğu görülmektedir. Günde ortalama sosyal medyada geçirilen zaman incelendiğinde %61.5'inin günde 4-6 saat aralığındadır. Sosyal medya için en sık kullanılan araç sorulduğunda katılımcıların tamamı (%100) telefon yanıtını vermiştir.

Resimlerde Kaybolma (Photolurking) Ölçeği alt boyut puan ortalamaları incelendiğinde; zaman 2.12 ± 0.44 ; farkındalık 2.74 ± 0.56 ; özgüven 2.73 ± 0.60 ; saklanma 2.97 ± 0.71 ve bağımlılık 2.88 ± 0.48 olarak bulunmuştur. Bu puanlara göre katılımcılarda en sık saklanma davranışı, en az ise zaman denetimi görülmüştür.

Zaman alt boyutu puan ortalamaları ile sosyal medyada geçirilen zaman, sosyal medya kullanımlarının bilgi edinme, eğlence/oyun, haber alma, kişisel paylaşım amaçları, en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları (TikTok, Facebook, Pinterest, YouTube) arasında yapılan karşılaştırmalarda; istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) farklılıklar bulunmuştur.

Farkındalık alt boyutu puan ortalamaları ile sosyal medyada geçirilen zaman, sosyal medya kullanımlarının bilgi edinme, eğlence/oyun, haber alma, kişisel paylaşım amaçları, en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları (WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube) arasında yapılan karşılaştırmalarda; istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) farklılıklar bulunmuştur.

Özgüven alt boyutu puan ortalamaları ile sosyal medyada geçirilen zaman, sosyal medya kullanımlarının aile ve arkadaşlarla iletişim, haber alma, kişisel paylaşım amaçları, en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları (SnapChat, Facebook, Pinterest, TikTok, YouTube) arasında yapılan karşılaştırmalarda; istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) farklılıklar bulunmuştur.

Saklanma alt boyutu puan ortalamaları ile sosyal medyada geçirilen zaman, sosyal medya kullanımlarının aile ve arkadaşlarla iletişim, haber alma, kişisel paylaşım amaçları, en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları (Instagram Facebook, Pinterest, TikTok) arasında yapılan karşılaştırmalarda; istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) farklılıklar bulunmuştur.

Bağımlılık alt boyutu puan ortalamaları ile sosyal medyada geçirilen zaman, sosyal medya kullanımlarının haber alma, kişisel paylaşım amaçları ve en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları (WhatsApp, Instagram, SnapChat, Facebook, Pinterest, TikTok, YouTube) arasında yapılan karşılaştırmalarda; istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) farklılıklar bulunmuştur.

RKÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler incelendiğinde; zaman, farkındalık, özgüven, saklanma ve bağımlılık arasındaki ilişkilerin pozitif yönlü ve istatistiksel olarak çok ileri derecede anlamlı olduğu belirlenmiştir. RKÖ' i ile en güçlü ilişkinin bağımlılık alt boyutu ile olduğu saptanmıştır.

6.2. Öneriler

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda;

- Resimlerde Kaybolma (Photolurking) davranışının farklı yaş gruplarında nasıl algılandığına yönelik araştırmalar yapılması,
- Türkiye'nin farklı bölgelerinde photolurking düzeylerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılması,
- Geliştirilen bu ölçeğin, farklı kişilik özelliklerinin (örneğin, içe dönüklük-dışa dönüklük, nevrotizm gibi) photolurking davranışı üzerinde nasıl bir etkisi olabileceği üzerine araştırmalar yapılması,
- Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin izlenmesi veya "photolurking" yapılması durumunda, bu eylemin etik ve yasal sınırlarını belirleyen politikalar üretilmesi,
- Geliştirilen bu ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği konusunda, farklı örneklem gruplarında test edilmesi önerilir.

KAYNAKLAR

- Adjei JK, Adams S, Mensah IK, Tobbin PE ve Odei-Appiah S (2020). Digital Identity Management on Social Media: Exploring the Factors That Influence Personal Information Disclosure on Social Media. *Sustainability*, 12(23), 99-94. DOI:10.3390/su12239994
- Ahadzadeh AS, Pahlevan Sharif S ve Ong FS (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8–16. DOI:/10.1016/j.chb.2016.11.011
- Akyüz HE (2018). Yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi: Uygulamalı bir çalışma. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7(2), 186–198. DOI:10.17798/bitlisfen.414490
- Alpar R (2018). Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik Güvenirlik. 5. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altman I (1975). "The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, and crowding". Brooks/Cole Publishing.
- Andreassen CS, Billieux J, Griffiths MD, Kuss DJ, Demetrovics Z, Mazzoni E ve Pallesen S (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. DOI: 10.1037/adb0000160
- Baker DA ve Algorta GP (2016). The Relationship Between Online Social Networking and Depression: A Systematic Review of Quantitative Studies. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 19(11), 638–648. DOI:10.1089/cyber.2016.0206
- Bandura A (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall. Erişim adresi: https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf
- Barger V, Peltier JW ve Schultz DE (2016). Social Media and Consumer Engagement: A Review and Research Agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10, 268-287. DOI:10.1108/JRIM-06-2016-0065
- Baumeister RF ve Leary MR (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. DOI:10.1037/0033-2909.117.3.497
- Boateng GO, Neilands TB, Frongillo EA, Melgar-Quinonez HR ve Young SL (2018). Best Practices for Developing and Validating Scales for Health, Social, and Behavioral Research: A Primer. *Frontiers in public health*, 6, 149. DOI:10.3389/fpubh.2018.00149

- Boyd D (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press
DOI:10.12987/9780300166439
- Boyd DM ve Ellison NB (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Broadbent DE (1958). *Perception and Communication*. New York: Pergamon Press.
DOI: 10.1037/10037-000
- Brown Z ve Tiggemann M (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image*, 19, 37–43. DOI: 10.1016/j.bodyim.2016.08.007
- Brown TA (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2nd ed.). The Guilford Press.
- Burke M, Kraut R ve Marlow C (2011). *Social capital on Facebook: Differentiating uses and users*. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '11)*, 571–580. Association for Computing Machinery. DOI: 10.1145/1978942.1979023
- Burnell K, George MJ ve Vollet JW, Ehrenreich SE, Underwood MK (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(3), Article 5. DOI:10.5817/CP2019-3-5
- Büchi M, Just N ve Latzer M (2016). Modeling the second-level digital divide: A five-country study of social differences in Internet use. *New Media ve Society*, 18(11), 2703–2722. DOI:10.1177/1461444815604154
- Carr N (2010). The juggler's brain. *The Phi Delta Kappan*, 92(4), 8–14.
- Chou HTG ve Edge N (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 117–121. DOI:10.1089/cyber.2011.0324
- Cowan N, Bao C, Bishop-Chrzanowski BM, Costa AN, Greene NR Guitard..., ve Ünal ZE (2024). The Relation Between Attention and Memory. *Annual review of psychology*, 75, 183–214. DOI: 10.1146/annurev-psych-040723-012736
- Cudeck R (1989). Analysis of correlation matrices using covariance structure models. *Psychological Bulletin*, 105(2), 317–327. DOI:10.1037/0033-2909.105.2.317

- Çapık C, Gözüml S ve Aksayan S (2018). Kùltürlerarası Ölçek Uyarlama Aşamaları, Dil ve Kùltür Uyarlaması: Güncellenmiş Rehber. *Florence Nightingale Journal of Nursing*, 26(3), 199-210.DOI: 10.26650/FNJN397481
- Çokluk Ö, Şekercioğlu G ve Büyüköztürk Ş. (2018), Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları. 5. Baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- De Vries DA, Möller AM, Wieringa MS, Eigenraam AW ve Hamelink K (2018). Social comparison as the thief of joy: Emotional consequences of viewing strangers' Instagram posts. *Media Psychology*, 21(2), 222–245. DOI:10.1080/15213269.2016.1267647
- Devellis RF (2021) Scale Development- Theory and Applications. Totan T. (Çev. Ed.). Ölçek Geliştirme- Kuram ve Uygulamalar. 3. Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık; 96.
- Digennaro S ve Tescione A (2024) Scrolls and self-perception, navigating the link between social networks and body dissatisfaction in preadolescents and adolescents: a systematic review. *Front. Educ.* 9:1390583. DOI:10.3389/educ.2024.1390583
- Döring N, Bhana D ve Albury K (2022). Digital sexual identities: Between empowerment and disempowerment. *Current opinion in psychology*, 48, 101466. DOI: 10.1016/j.copsyc.2022.101466
- Dörnyei Z ve Ushioda E (2021). *Teaching and Researching Motivation (3rd ed.)*. Routledge. DOI:10.4324/9781351006743
- Ehrenreich SE (2022). Peer Relationship Processes in the Context of Digital Media. In J. Nesi, E. H. Telzer, and M. J. Prinstein (Eds.), *Handbook of Adolescent Digital Media Use and Mental Health* (pp. 85–103). Chapter, Cambridge: Cambridge University Press.Erişim adresi: <https://dokumen.pub/handbook-of-adolescent-digital-media-use-and-mental-health-1nbsped-9781108838726-9781108976237-9781108972277.html>
- Eppler MJ ve Mengis J (2004). The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *The Information Society*, 20, 325- 344.DOI: 10.1080/01972240490507974
- Erkuş A (2024), *Psikolojide Ölçme ve Ölçek Geliştirme-1 Temel Kavramlar ve İşlemler*.7. Baskı. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. Erişim adresi: <https://depo.pegem.net/9786053643111.pdf>
- Esin MN. (2018) Örneklem. In: Erdoğan S, Nahcivan N, Esin MN, editors. Hemşirelikte Araştırma. 3. Baskı. İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri; 167-192.

- Fardouly J, Diedrichs PC, Vartanian LR ve Halliwell E (2015). Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, 13, 38–45. DOI: 10.1016/j.bodyim.2014.12.002
- Festinger L (1954). *A Theory of Social Comparison Processes*. *Human Relations*, 7(2), 117-140. DOI:10.1177/001872675400700202
- Field AP (2018) *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. 5th Edition, Sage, Newbury Park.
- Forest AL ve Wood JV (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295–302. DOI:10.1177/0956797611429709
- Fox J ve Rooney MC (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161–165. DOI: 10.1016/j.paid.2014.12.017
- Frison E ve Eggermont S (2020). Toward an Integrated and Differential Approach to the Relationships Between Loneliness, Different Types of Facebook Use, and Adolescents' Depressed Mood. *Communication Research*, 47(5), 701-728. DOI:10.1177/0093650215617506
- Ghaleb M ve Yaslioglu M (2024). Structural Equation Modeling (SEM) for Social and Behavioral Sciences Studies: Steps Sequence and Explanation. *Journal of Organizational Behavior Review*, 6(1), 69-108. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3559195>
- Gibson JJ (2014). *The ecological approach to visual perception*. Psychology Press.
- Goffman E (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday-Anchor.
- Gonzales AL ve Hancock JT (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79–83. DOI: 10.1089/cyber.2009.0411
- Goretzko D, Pham TT ve Bühner M (2019). Exploratory factor analysis: Current use, methodological developments and recommendations for good practice. *Current Psychology*, 40, 3510- 3521. DOI:10.1007/s12144-019-00300-2
- Gorrese A ve Ruggieri R (2013). Peer attachment and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 559–568. DOI: 10.1016/j.paid.2013.04.025

- Gottlieb G (2007). Probabilistic epigenesis. *Developmental science*, 10(1), 1–11. DOI:10.1111/j.1467-7687.2007.00556.x
- Guo S ve Cheung CK (2023). Social media and adolescents' well-being. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 11(16), 2297. DOI:10.3390/healthcare11162297
- Hair JF, Anderson RE, Babin BJ ve Black WC (2021). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Pearson. Erişim adresi: https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_Multivariate%20Data%20Analysis_Hair.pdf
- Hancock GR ve Mueller RO (2013). Structural equation modeling: A second course (2nd ed.). IAP Information Age Publishing.
- Haslam N ve Fiske AP (1999). Relational models theory: A confirmatory factor analysis. *Personal relationships*, 6(2), 241-250. DOI:10.1111/j.1475-6811.1999.tb00190.x.
- Hendrickse J, Arpan LM, Clayton RB ve Ridgway JL (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92–100. DOI: 10.1016/j.chb.2017.04.027
- Henson RK ve Roberts JK (2006). Use of Exploratory Factor Analysis in Published Research: Common Errors and Some Comment on Improved Practice. *Educational and Psychological Measurement*, 66, 393-416. DOI:10.1177/0013164405282485
- Hou Y, Xiong D, Jiang T, Song L ve Wang Q (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), Article 4. DOI:10.5817/CP2019-1-4
- Hu L ve Bentler PM (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. DOI:10.1080/10705519909540118
- Hunt MG, Marx R, Lipson C ve Young J (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. DOI:10.1521/jscp.2018.37.10.751
- Hussain, I. ve Sheikh, A. (2020). Nomophobia: Prevalence, risk factors, and its impact on mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(8), 556-563.
- Itti L ve Koch C (2000). A saliency-based search mechanism for overt and covert shifts of visual attention. *Vision research*, 40(10-12), 1489–1506. DOI: 10.1016/s0042-6989(99)00163-7

- Jiang S ve Ngien A (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*, 6.DOI: 10.1177/2056305120912488
- Jiao H, He Q ve Veldkamp BP (2021). Editorial: Process data in educational and psychological measurement. *Frontiers in Psychology*, 12, 793399. DOI:10.3389/fpsyg.2021.793399
- Jigo M ve Carrasco M (2018). Attention alters spatial resolution by modulating second-order processing. *Journal of Vision*, 18(7), 2.DOI: 10.1167/18.7.2.
- Johanson G ve Brooks G (2010). Initial scale development: Sample size for pilot studies. *Educational and Psychological Measurement*, 70, 394-400. DOI:10.1177/0013164409355692
- Joinson AN (2008). Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook. *CHI '08 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1027-1036. DOI:10.1145/1357054.1357213
- Karagöz Y ve Bardakçı S (2020). Bilimsel araştırmalarda kullanılan ölçme araçları ve ölçek geliştirme (1st ed.). Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Kartal M ve Bardakçı S (2018). *SPSS ve AMOS uygulamalı örneklerle güvenilirlik ve geçerlik analizleri. Akademisyen Kitabevi A.Ş.* Erişim adresi: <https://books.akademisyen.net/index.php/akya/catalog/download/1623/1685/37738?inline=1>
- Kato TA, Tateno M, Shinfuku N, Fujisawa D, Teo AR, Sartorius N...Kanba S (2012). Does the 'hikikomori' syndrome of social withdrawal exist outside Japan? A preliminary international investigation. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 47(7), 1061–1075. DOI: 10.1007/s00127-011-0411-7.
- Katz N, Lazer, D, Arrow H ve Contractor N (2004). Network Theory and Small Groups. *Small Group Research*, 35, 307-332.DOI: 10.1177/1046496404264941
- Kernis MH (2005). Measuring self-esteem in context: The importance of stability of self-esteem in psychological functioning. *Journal of Personality*, 73(6), 1569-1605. DOI: 10.1111/j.1467-6494.2005.00359.x
- Kline RB (2016). Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.). Guilford Press.
- Krämer W ve Kahneman D (2014). Thinking, fast and slow. *Statistical Papers*, 55, 915. DOI:10.1007/s00362-013-0533-y

- Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS ve Lin N (2013) Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS ONE* 8(8): e69841. DOI: 10.1371/journal.pone.0069841
- Kuss DJ ve Griffiths MD (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. DOI:10.3390/ijerph8093528
- Kuss DJ ve Griffiths MD (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. DOI:10.3390/ijerph14030311
- Kyriazos T ve Stalikas A (2018) Applied Psychometrics: The Steps of Scale Development and Standardization Process. *Psychology*, 9, 2531-2560. DOI: 10.4236/psych.2018.911145.
- Kyselo M ve Tschacher W. (2014). An enactive and dynamical systems theory account of dyadic relationships. *Frontiers in Psychology*, 5, Article 452. DOI:10.3389/fpsyg.2014.00452
- Lin LY, Lin YH ve Li H. (2016). Association between social media use and depression among US young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331. DOI:10.1002/da.22420
- Lister M, Dovey J, Giddings S, Kelly K ve Grant I (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Liu J, Li D ve Zhao C (2022). Social media, self-esteem, and social anxiety: The mediating role of social comparison and fear of missing out (FOMO). *Journal of Social and Personal Relationships*, 39(6), 1604-1622.
- Lo Destro C (2024). Unraveling the impact of self-esteem on the utilization of Instagram filters: The mediating role of fear of negative evaluation. *Frontiers in Psychology*. DOI: 10.3389/f.2024.1302
- MacCallum RC, Browne MW ve Sugawara HM (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149. DOI: 10.1037/1082-989X.1.2.130
- Manago AM ve McKenzie J (2022). Culture and Digital Media in Adolescent Development. In J. Nesi, E. H. Telzer, and M. J. Prinstein (Eds.), *Handbook of Adolescent Digital Media Use and Mental Health* (pp. 162–187), chapter, Cambridge: Cambridge University Press DOI:10.1017/9781108976237.010
- Mangen A ve Velmans M (2019). *The Oxford Handbook of Media Psychology*. Oxford University Press.

- Martinac Dorčić T, Smojver-Ažić S, Božić I ve Malkoč I (2023). Effects of Social Media Social Comparisons and Identity Processes on Body Image Satisfaction in Late Adolescence. *Europe's journal of psychology*, 19(2), 220–231. DOI:10.5964/ejop.9885
- Marwick AE ve Boyd D (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media and Society*, 16(7), 1051-1067. DOI: 10.1177/1461444814543995
- McKenna KY ve Bargh JA (2000). Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57-75. DOI: 10.1207/S15327957PSPR0401_6
- Meade AW, Johnson EC ve Braddy PW (2008). Power and sensitivity of alternative fit indices in tests of measurement invariance. *The Journal of applied psychology*, 93(3), 568–592. DOI: 10.1037/0021-9010.93.3.568
- Miao W ve Chan LS (2021). Domesticating gay apps: An intersectional analysis of the use of Blued among Chinese gay men. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(1), 38–53. DOI:10.1093/jcmc/zmaa015
- Morgado FFR, Meireles JFF, Neves CM, Amaral ACS ve Ferreira MEC (2018). Scale development: Ten main limitations and recommendations to improve future research practices. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 30(1), 1-20. DOI: 10.1186/s41155-016-0057-1
- Nowland R, Necka EA ve Cacioppo JT (2018). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World?. *Perspectives on psychological science: a journal of the Association for Psychological Science*, 13(1), 70–87. DOI: 10.1177/1745691617713052
- Nunnally JC ve Bernstein IH (1994). Psychometric theory (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Orcan F (2018). Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Which One to Use First?. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 9(4), 414-421. DOI: 10.21031/epod.394323
- Özdamar K (2017), Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITB Uygulamalı. Eskişehir: Nisan Kitabevi.
- Pallant J (2016). SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS program (6th ed.). London, UK: McGraw-Hill Education.
- Panichello MF ve Buschman TJ (2021). Shared mechanisms underlie the control of working memory and attention. *Nature*, 592, 601–605. DOI:10.1038/s41586-021-03390-w

- Papacharissi Z (2010). A private sphere: Democracy in a digital age. Polity.
- Pempek TA, Yermolayeva YA ve Calvert SL (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227–238. DOI: 10.1016/j.appdev.2008.12.010
- Petersen SE ve Posner MI (2012). The attention system of the human brain: 20 years after. *Annual review of neuroscience*, 35, 73–89. DOI:10.1146/annurev-neuro-062111-150525
- Polit DF ve Beck CT (2017) Nursing Research: Generating and Assessing Evidence for Nursing Practice. 10th Edition, Wolters Kluwer Health, Philadelphia, 784 p. DOI: 10.1016/j.iccn.2015.01.005
- Przybylski AK ve Weinstein N (2013). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), 237-246. DOI: 10.1177/0265407512453827
- Rensink RA (2015). Attention and perception. In R. A. Scott, S. M. Kosslyn, and M. C. Buchmann (Eds.), *Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource* (pp. 1–14). DOI: 10.1002/9781118900772.etrds0018
- Schemer C, Masur PK, Müller SGP ve Schäfer S (2021), The Impact of Internet and Social Media Use on Well-Being: A Longitudinal Analysis of Adolescents Across Nine Years, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(1)1 -21.DOI: 10.1093/jcmc/zmaa014
- Schreiber JB, Nora A, Stage FK, Barlow EA ve King J (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323–338. ProQuest Central. DOI: 10.3200/JOER.99.6.323-338
- Schroeder R (2002). *The social life of avatars: Presence and interaction in shared virtual environments*. Springer Science ve Business Media.Erişim adresi: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4471-0277-9>
- Seçer İ (2021). Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci, SPSS ve LISREL uygulamaları (3. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık. ISBN: 9786051700144.
- Smith A ve Duggan M (2020), *Online dating and relationships*, Pew Research Center.Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org>
- Song J, Chang L ve Zhou R (2021). Test anxiety impairs filtering ability in visual working memory: Evidence from event-related potentials. *Journal of Affective Disorders*. DOI: 10.1016/j.jad.2021.05.091

- Souza AC, Alexandre NMC ve Guirardello E B (2017). Psychometric properties in instruments evaluation of reliability and validity. *Epidemiology and Health Services: Revista do Sistema Único de Saúde do Brasil*, 26(3), 649–659. DOI: 10.5123/S1679-49742017000300022
- Starcevic V ve Berle D (2013). Cyberchondria: towards a better understanding of excessive health-related Internet use. *Expert review of neurotherapeutics*, 13(2), 205–213. DOI: 10.1586/ern.12.162
- Statista (2021). TikTok usage and engagement statistics. *Statista Research Department*. Erişim Adresi: <https://www.statista.com>
- Stevens C ve Bavelier D (2012). The role of selective attention on academic foundations: a cognitive neuroscience perspective. *Developmental cognitive neuroscience*, 2 Suppl 1(Suppl 1), S30–S48. DOI: 10.1016/j.dcn.2011.11.001
- Suler J (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology and Behavior*, 7(3), 321–326. DOI: 10.1089/1094931041291295
- Sundar SS (Ed) (2015). *The handbook of the psychology of communication technology*. Wiley-Blackwell. DOI:10.1002/9781118426456
- Sürücü L ve Maslakçı A (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business of Management Studies: An International Journal*, 8, 2694–2726. DOI:10.15295/bmij.v8i3.154
- Tavşancıl E (2018). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. Nobel Yayıncılık.
- Toma CL ve Hancock JT (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research*, 37(3), 335–351. DOI:10.1177/0093650209356437
- Toma CL ve Hancock J T (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(3), 321–331. DOI:10.1177/0146167212474694
- Treisman A ve Gelade G (1980). A feature-integration theory of attention. *Cognitive Psychology*, 12(1), 97–136. DOI:10.1016/0010-0285(80)90005-5
- Tufekci Z (2014). Engineering the public: Big data, surveillance, and computational politics. *First Monday*, 19(7). DOI:10.5210/fm.v19i7.4901
- Turkle S (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the internet*. Simon ve Schuster.

- Vandenbosch L, Fardouly J ve Tiggemann M (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. DOI: 10.1016/j.copsyc.2021.12.002
- Vannucci A, Flannery KM ve Ohannessian CM (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of affective disorders*, 207, 163–166. DOI: 10.1016/j.jad.2016.08.040
- Vasalou A, Joinson AN, Bänziger T ve Goldie P (2008). Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness, and embodied messages. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66(11), 801–811. DOI: 10.1016/j.ijhcs.2008.08.002
- Verduyn P, Ybarra O, Resibois M, Jonides J ve Kross E (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. DOI:10.1111/sipr.12033
- Vogel EA, Rose JP, Roberts LR ve Eckles K (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. DOI:10.1037/ppm0000047
- Vossel S, Geng JJ ve Fink GR (2014). Dorsal and ventral attention systems: Distinct neural circuits but collaborative roles. *Neuroscientist*, 20(2), 150–159. DOI:10.1177/1073858413494269
- Walther JB (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In M. L. Knapp and J. A. Daly (Eds.), *The handbook of interpersonal communication* (4th ed., pp. 443–479). Sage.
- West SG, Taylor AB ve Wu W. (2012). Model fit and model selection in structural equation modeling. In R. H. Hoyle (Ed.), *Handbook of structural equation modeling* (pp. 209–231). Guilford Press.
- Whalley, K. (2015). Emotional memory tagging. *Nature Reviews Neuroscience*, 16. DOI: 10.1038/nrn3927
- White RW (2013). Beliefs and biases in web search. In *Proceedings of the 36th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval (SIGIR '13)* (pp. 3–12). Association for Computing Machinery. DOI:10.1145/2484028.2484053
- Yantis S ve Serences JT (2018). A sensory theory of selective attention. *Psychological Science*, 29(3), 308–319.
- Yu CY ve Bentler P M (2020). A critical review of the RMSEA and its role in model testing. *Structural Equation Modeling*, 27(3), 410–421.

- Yu J, Hong WCH ve Egger R (2024). The art of post captions: Readability and user engagement on social media. *Journal of travel research*, 0(0). DOI:10.1177/00472875241228822
- Zhang R ve Fu JS (2020). *Privacy management and self-disclosure on social network sites: The moderating effects of stress and gender*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, pages 236–251. DOI:10.1093/jcmc/zmaa004
- Zhao X, Lynch JrJG ve Chen Q (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. DOI:10.1086/651257

EKLER

Ek 1: ETİK KURUL İZİNİ

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
TIP VE SAĞLIK BİLİMLERİ ETİK KURULU - 2 (SPOR, SAĞLIK) KARARI

Protokol No : 230060	Karar No : 93
Araştırma Yürütücüsü	Uzman Hemşire FATMA İLKUR UZUN
Kurumu / Birimi	MSKÜ / RUH SAĞLIĞI HEMŞİRELİĞİ DOKTORA PROGRAMI
Araştırmanın Başlığı	Bireylerin Photolurking Davranışlarının İncelenmesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması
Çalışmanın Yapılacağı Kurum ve Kuruluşlar	MSKÜ SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ
Başvuru Formunun Etik Kurula Geldiği Tarih	02.05.2023
Başvuru Formunun Etik Kurulda İncelendiği Tarih	İlk İnceleme Tarihi : 04.05.2023 1. Düzeltme Tarihi : 02.06.2023
Karar Tarihi	19.06.2023

KARAR : UYGUNDUR

AÇIKLAMA :Beyan edilen veri formlarının dışına çıkılmaması şartıyla araştırmanın uygulanabilirliği konusunda bilimsel araştırmalar etiği açısından bir sakınca yoktur.

Prof.Dr. Media SUBAŞI BAYBUĞA
Başkan

Doç. Dr. Ayşe KACAROĞLU VİCDAN
Üye

Prof.Dr. Baki Umut TUĞAY
Üye

Prof.Dr. Süleyman Murat YILDIZ
Üye

Prof. Dr. Gönül BABAYİĞİT İREZ
Üye

Doç.Dr. Şeyda KIVRAK
Üye

Doç. Dr. Halil Evren ŞENTÜRK
Üye

Doç. Dr. GONCA KARAYAĞIZ MUSLU
Üye

Doç.Dr. SERAP DURUKAN KÖSE
Üye



Ek 2: KURUM İZİN ONAYI

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı



Sayı : E-28677689-302.08-671694
Konu : İzin İşleri

23.10.2023

DAĞITIM YERLERİNE

- İlgi : a) SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'nün 11.10.2023 tarihli ve E-47921137-302.08-666267 sayılı yazısı
b) EĞİTİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI'nın 18.10.2023 tarihli ve E-89241861-302.08-670362 sayılı yazısı

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Ana Bilim Dalı Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği Doktora Programı 2044180001 numaralı öğrencisi Fatma İlknur UZUN'un, "Bireylerin Photolurking Davranışlarının İncelenmesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması" adlı doktora tez çalışmasını sürdürmesi amacı ile, 01.11.2023-01.06.2024 tarihleri arasında Fakültelerinizde çalışma yapma talebi Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Dekanlığından alınan ilgi (b) yazıdaki değerlendirmeler dikkate alınarak Rektörlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ali SÜLÜN
Rektör Yrd.

Ek: İlgi (b) yazı

Dağıtım:
Gereği:
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne

Bilgi:
Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığına
Edebiyat Fakültesi Dekanlığına
Eğitim Fakültesi Dekanlığına
Fen Fakültesi Dekanlığına
Mühendislik Fakültesi Dekanlığına
Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığına
Su Ürünleri Fakültesi Dekanlığına
Teknoloji Fakültesi Dekanlığına
Tıp Fakültesi Dekanlığına
Turizm Fakültesi Dekanlığına
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığına

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: LSA2VY-F7VAGD

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

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİ İŞLERİ DAİRE BAŞKANLIĞI
48000 KÖTEKLİ/MUĞLA
Telefon No: (0252) 211-1251 / Faks No: (0252) 211-1264
e-Posta: ogr-is@mu.edu.tr İnternet Adresi: <http://www.oidb.mu.edu.tr/>
Kep Adresi: muglaskuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için: Tuğba CEVİZCİ
Bilgisayar İşletmeni
Telefon No: 0 252 2115433



EK 3: FORMLAR

MADDE NO	MADDELER	1	2	3	4	5
1	Sosyal ağlarda resimlere bakmak için zaman yaratma isteğim güçlüdür.					
2	Daha önemli işlerim olsa da, sosyal medyada resimlere bakarak zaman geçiririm					
3	Sosyal medyada resimlere bakarken harcayacağım zaman planladığımdan fazladır.					
4	Sosyal medyada resimlere bakarken çevremden koparım.					
5	Sosyal medyada resimlerine bakarken diğer işlerimi ihmal ederim.					
6	Sosyal medyada resimlere bakarken zamanın nasıl geçtiğine şaşırırım.					
7	Günlük sohbetlerimde, sosyal medyada başkalarının resimlerine bakarak geçirdiğim süre hakkında doğru bilgiler vermem.					
8	Kendimi çoğu zaman, sosyal medyada resimlerine baktığım kişilerin yerinde olduğumu hayal ederken bulurum.					
9	Olumsuz duygu ve düşüncelere daldığımda, sosyal medyada diğer insanların paylaşımlarına bakarım.					
10	Sosyal medyada birinin resimlerine bakmam için tanışıyor olmamız gerekmez.					
11	Önemli bir işim olmasına rağmen kendimi genellikle sosyal medyada başkalarının neler yaptığına bakarken bulurum.					
12	Sosyal medyada resimlerine baktığım kişinin hesabına erişimim engellenirse sinirlenirim.					
13	Arkadaşlarımla günlük hayatta neler yaptığını yüz yüze görüşerek öğrenmek yerine, sosyal medyadaki resimlerinden takip ederim.					
14	Sosyal medyada başkalarının resimlerine gizlice baktığım zamanlarda soranlara başka işlerle meşgul olduğumu söylerim.					
15	Yalnızlık hissettiğimde, sosyal medyada başkalarının resimlerine bakarım.					
16	Sosyal medyada resimlere bakmadığım anlarda, kimlerin resimlerine bakacağımı planlarım.					

17	Sosyal medyada resimlere bakarken biri görüş açımı değiştirirse sinirlenirim.					
18	Sosyal medyada başkalarının ne yaptığına baktığım halde, çevremdekilere sanki başka işler yapıyormuş izlenimi veririm.					
19	Gerçek hayatın sorunlarını düşünmemek için başkalarının resimlerine bakarım.					
20	Sosyal medyada resimlere bakarken yalnızca birkaç dakika diyerek saatlerimi harcarım.					
21	Sosyal medyada resimlere bakarken uzun süre ekrana bakmaktan kaynaklı baş ağrısı/baş dönmesi yaşarım.					
22	Tanıdığım kişilerin görsellerine tanımadığım kişilere göre daha uzun zaman harcarım					
23	Resimlere bakmak için her zaman kendi kimliğimi tercih ederim.					
24	Sosyal medyada resimler arasında dalıp gitmekten kendimi alıkoyamam					
25	Sosyal medyada gece geç saatlere kadar resimlere bakarım					
26	Resimlere bakmaktan uzak kaldığım anda bir şeyleri kaçırıyor korkusu yaşarım					
27	Resimlere bakmaktan uzak kaldığım anda boşluktaymış gibi hissedirim					
28	Sosyal olmakta, bir topluluğa dahil olmakta güçlük çekerim.					
29	Moda, spor, magazin, siyaset, gastronomi gibi ilgi alanlarına dair gelişmeleri günün her dakikasında takip etmek isterim.					
30	Sosyal medyada kuşkuda bırakan görsellerin çarpıtma bilgiler olduğunu düşünürüm					
31	Başka kullanıcıların hayatlarına yönelik merak duygumu resimlerine bakarak gideririm.					
32	Sosyal medyada takip ettiğim kişiler gerçek hayatta benimle arkadaşlık kurmaz					
33	Başkalarının resimlerine bakarken yaşadığı hayatı ideal hayat görüp imrenirim					
34	Başkalarının yaşadığı hayatı resimlerine bakarak tutku şeklinde takip etme isteğime karşı koyamam					
35	Resimlere bakmak için sanal ortamda oluşturduğum kimliği gerçek kimliğime tercih ederim.					

36	Sosyal medyada başkalarının resimlerine uzun süre bakakalmamın ruh sağlığımı olumsuz etkilediğini düşünürüm.					
37	Sosyal medyada başkalarının resimlerine uzun süre bakmamak için önlemler alırım					
38	Sosyal medyada gördüğüm resimleri ekran dışında/gerçekte görsem ilgimi çekmez.					
39	Sosyal medyada başka insanların resimlerine bakmayı anlamsız bulurum.					
40	Tanımadığım insanların resimleri ilgimi çekmez.					
41	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada resimlere bakmayı tercih ederim.					
42	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşılan resimleri anında görmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiririm					
43	İnsani amaçlı sosyal projeleri sosyal medyadaki resimlere bakarak takip ederim.					
44	Kitlelerin dikkatini çekecek haberlerde sosyal medyadaki resim video içerik paylaşımlarını takip ederim.					
45	Başkalarının resimlerine bakmak beni anı fotoğrafı paylaştırmaya yönelitr.					
46	Sosyal medyada başkalarının resimlerine baktığımı gizli tutmaya özen gösteririm.					
47	Sosyal medyada başkalarının resimlerine baktıktan sonra hayatımın boş ve anlamsız olduğunu düşünürüm.					
48	Resimlere baktıktan sonra kendime karşı daha negatif olurum.					
49	Resimlere bakmak, olay ve deneyimler hakkında hiç anılar biriktirmediğimi düşündürür.					
50	Resimlerine baktığım insanların toplum tarafından hep takdir gördüğünü düşünür, gıpta ederim.					
51	Resimlerine baktığım insanların hep mutlu olduklarını düşünürüm					
52	Resimlerine baktığım insanların aldıkları yorum ve beğeniler toplum tarafından ne kadar çok sevildiklerini gösterir.					
53	Daha fazla resimlere bakmak ruh halimi bozar ve beni mutsuz eder.					
54	Sosyal medya uygulamalarını kullanmamayı sıklıkla düşünürüm fakat kendimi alıkoyamam.					

5’li likert tipi şeklinde hazırlanmış olan ölçekte “kesinlikle katılıyorum” 5 puan, “katılıyorum” 4 puan, “kararsızım” 3 puan, “katılmıyorum” 2 puan, “kesinlikle katılmıyorum” 1 puan olarak puanlanmıştır.

17.04.2023

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA;

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Hemşireliği Doktora programının 2044180001 nolu öğrencisiyim. Doktora tezimde evreni bilinen örneklem yöntemini kullanarak cinsiyet dağılımına göre tabakalı örneklem belirlemeyi amaçlamaktayım. Bu sebepten Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fakülteleri'nde (Eğitim Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Fen Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Su Ürünleri Fakültesi, Teknoloji Fakültesi, Tıp Fakültesi, Turizm Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi) aktif eğitim alan öğrencilerinin cinsiyet dağılımına göre mevcut öğrenci sayılarına ait verilerin tarafıma verilmesini talep ediyorum. Gereğini arz ederim.

FATMA İLKNUR UZUN



CERTIFICATE OF ATTENDANCE

Scale Development and Adaptation Training

THIS CERTIFICATE IS AWARDED TO

Fatma İknur Uzun

TO CERTIFY HIS/HER ATTENDANCE AND SUCCESSFULLY COMPLETING COURSE OFFERED BY
RESEARCH METHODS TRAINING PRACTISE CENTER WITH THE FRAMEWORK OF R&D PROJECT

10.12.2022

Coordinator
Assoc. Prof. Dr. Selçuk Beşir DEMİR

Ek 4: ÖZ GEÇMİŞ

Adı Soyadı	: Fatma İlknur Uzun
Yabancı Dili	: İngilizce
Eğitim Durumu (Kurum ve Yıl)	: Yüksek lisans (MSKÜ-2020)
Lise	: Hatay/Antakya Atatürk Lisesi
Lisans	: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi-Hemşirelik
Yüksek Lisans	: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi-Ruh Sağlığı Hemşireliği
Çalıştığı Kurum / Kurumlar ve Yıl	: Çorlu Devlet Hastanesi-2018 İstanbul Beylikdüzü Devlet Hastanesi-2021 İstanbul Hamit Demir ASM-2024 Devam Ediyor
Yayınları (SCI ve diğer)	: 1)Uzun F.İ.ve Uğurlu Bulut N. (2024). Gaslighting ve Psikolojik Yaklaşım- EJONS International Journal on Mathematic, Engineering and Natural Sciences 8(3):374-380. 2) Uzun F.İ.ve Uğurlu Bulut N. (2024), Vekaleten Maunchausen Sendromu (MBPS) Hemşirelik Yaklaşımı, (Uluslararası 19.Ulusal Hemşirelik Kongresi,1332-1333
Diğer Konular	: İlknur Uzun, F.ve BulutUğurlu, N. (2023). Yaşlılıkta Kişilik Bozuklukları ve Profesyonel Yaklaşım. In <i>Yaşlanma Sürecinde Ruh Sağlığı</i> , 349–368) Akademisyen Kitabevi.