



İSTANBUL
TOPKAPI
ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ İLE BENLİK
SAYGILARI VE BEDEN ALGISI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYTÜL YERİŞ

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Bilim Dalı

NİSAN, 2024

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ İLE BENLİK SAYGILARI
VE BEDEN ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYTÜL YERİŞ

22220501052

Psikoloji Anabilim Dalı

Psikoloji Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr.Üyesi Sait KAHRAMAN

NİSAN, 2024

KABUL VE ONAY

09/05/2024

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Enstitümüz Psikoloji Anabilim Dalı, Psikoloji (Tezli) Yüksek Lisans Programı 22220501052 numaralı öğrencisi Aytül YERİŞ'in “**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ İLE BENLİK SAYGILARI VE BEDEN ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**” konulu Yüksek Lisans tezi Enstitümüz Yönetim Kurulunun 25/03/2024 tarihli ve 2024/05 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği ile 09/05/2024 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER				
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi	Sait KAHRAMAN	İstanbul Topkapı Üniversitesi	
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Yunus YÜCEL	İstanbul Topkapı Üniversitesi	
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Emel ANER AKTAN	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	
YEDEK ÜYE				
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Melike CEYLAN	İstanbul Topkapı Üniversitesi	
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Kader BAHAYİ	İstanbul Okan Üniversitesi	

ONAY

Prof. Dr. Özlem KUNDAY

Enstitü Müdürü

AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Benlik Saygıları ve Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

01.04.2024

AYTÜL YERİŞ

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimime başladığım süreçten itibaren sürekli destek olan, eğitim-öğretim süreçlerinde olumlu yaklaşımlarını ve eğitim-öğretim yaklaşımlarını benimle paylaşan bölüm hocalarıma, tezim ile ilgili konu araştırmasından literatür okumasına, çalışmanın yürütülmesinden son aşamasında kadar desteğini esirgemeyen danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Sait KAHRAMAN'a teşekkürü bir borç bilirim. Eğitimim ve tez yazım sürecinde desteğini esirgemeyen ve hep yanımda olan eşim Burak YERİŞ'e, yüksek lisans başvurum sonrası hamile olduğumu öğrendiğim en başından beri eğitimlerim, sınavlarım ve tez sürecimde benimle olan bebeğim Özgün YERİŞ'e, dualarıyla destek olan ailelerimize sonsuz şükranlarımı sunarım.

AYTÜL YERİŞ

İÇİNDEKİLER

KABUL	i
AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ	vii
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	3
1.2. Araştırma Soruları.....	4
1.3. Araştırmanın Varsayımları (Sayıtlar)	6
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7
1.5. Tanımlar.....	8
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	10
2.1. Benlik Saygısına İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar	10
2.1.1. Benlik Saygısı Nedir?	11
2.1.2. Benlik Saygısı ve Ergenlik.....	13
2.1.3. Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler	14
2.1.4. Benlik Saygısı ve Ruh Sağlığı	15
2.1.5. Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Çalışmalar	17
2.2. Beden İmajına İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar ..	19
2.2.1. Beden imajı nedir?	19
2.2.2. Beden imajı ve ergenlik	21
2.2.3. Beden imajını etkileyen faktörler.....	22
2.2.4. Beden imajı ve ruh sağlığı	24
2.2.5. Beden imajı ile ilgili yapılan çalışmalar	25
2.3. Sosyal Medyaya İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar	27
2.3.1. Sosyal medya tarihçesi.....	27
2.3.2. Sosyal medya nedir?	28
2.3.3. Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki fark	30

2.3.4. Sosyal medyanın özellikleri	31
2.3.5. Sosyal medya araçları	33
2.3.6. Sosyal medyanın etkileri	42
2.3.7. Sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar	44
3. YÖNTEM.....	46
3.1. Araştırma Modeli	46
3.2. Çalışma Grubu	47
3.3. Veri Toplama Araçları	48
3.4. Verilerin Toplanması	49
3.5. Verilerin Analizi	50
4. BULGULAR.....	54
5. TARTIŞMA	74
6. SONUÇ.....	79
KAYNAKÇA.....	83
Ekler.....	91
Ek - 1. Katılımcı Bilgilendirilmiş Onam Formu	91
Ek 2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği	92
Ek 3. Beden Algısı Ölçeği	93
Ek 4. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	95
Ek 5. Demografik Bilgi Formu	96
Ek 6. Etik Kurul Formu	97
Ek 7. MEB Anket Onay İzni.....	98
ÖZGEÇMİŞ	99

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Kolmogorov-Smirnov Testi	52
Tablo 4.2: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	54
Tablo 4.3: Katılımcıların Sınıf Düzeylerine Göre Dağılımı	54
Tablo 4.4: Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Sorular ve Yanıtların Frekans Analizi	54
Tablo 4.5: Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Sorular ve Yanıtların Frekans Analizi (Devam).....	55
Tablo 4.6: Lise Öğrencilerinin Aile Türleri	55
Tablo 4.7: Lise Öğrencilerinin Ailelerinin Gelir Düzeyleri.....	56
Tablo 4.8: Lise Öğrencilerinin Anne ve Babalarının Eğitim Düzeyi.....	56
Tablo 4.9: Lise Öğrencilerinin Kardeş Sayıları	56
Tablo 4.10: Lise Öğrencilerinin Teknolojik Alet Sahipliği	56
Tablo 4.11: Lise Öğrencilerinin Günlük Teknoloji Kullanım Süresi	57
Tablo 4.12: Lise Öğrencilerinin Kişisel Algılar ve Davranışlar	57
Tablo 4.13: Lise Öğrencilerinin Akademik Başarı Algısı	57
Tablo 4.14: Lise Öğrencilerinin Diyet Yapma Durumu	57
Tablo 4.15: Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Paylaşımlarında Filtre veya Rötüş Kullanıp Kullanmadığı Bilgisi	58
Tablo 4.16: Beden Algısı ve Benlik Saygısı Arasındaki Korelasyon İlişkisi	58
Tablo 4.17: Rosenberg Benlik Saygısı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki (Korelasyon).....	59
Tablo 4.18: Beden Algısı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki (Korelasyon)	59
Tablo 4.19: Beden Algısı ve Benlik Saygısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi (Regresyon Analizi)	60
Tablo 4.20: Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik Saygısı, Beden Algısının Cinsiyetlere Göre İlişkileri.....	60
Tablo 4.21: Fotoğraf Paylaşımında Filtre/Rötüş Kullanımının Beden Algısı Üzerindeki Etkisi.....	61
Tablo 4.22: Fotoğraf Paylaşımında Filtre/Rötüş Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi	62
Tablo 4.23: Günlük Tablet/Telefon/Bilgisayar Kullanım Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	62
Tablo 4.24: Diyet Yapma Durumunun Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi	63
Tablo 4.25: Arkadaşlık Kurmada Yaşanan Sorunların Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi.....	64
Tablo 4.26: Aile Türünün Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi	65
Tablo 4.27: Sınıf Düzeyinin Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi	66
Tablo 4.28: Gelir Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik	

ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi.....	66
Tablo 4.29: Gelir Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (Devam)	67
Tablo 4.30: Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	67
Tablo 4.31: Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (Devam).....	68
Tablo 4.32: Baba Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	68
Tablo 4.33: Baba Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam).....	69
Tablo 4.34: Kardeş Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi.....	69
Tablo 4.35: Kardeş Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)	70
Tablo 4.36: Teknolojik Cihaz Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	70
Tablo 4.37: Teknolojik Cihaz Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam).....	71
Tablo 4.38: Sosyal Medya Hesap Sayısının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	71
Tablo 4.39: Sosyal Medya Hesap Sayısının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam).....	72
Tablo 4.40: Akademik Başarı Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi	72
Tablo 4.41: Akademik Başarı Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam).....	73

ÖZET

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ İLE BENLİK SAYGILARI VE BEDEN ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Bu araştırma, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile benlik saygıları ve beden algıları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya kullanımının gençlerin psikolojik ve sosyal gelişimlerine olan etkilerini anlamak için bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini belirli bir lise öğrencisi grubu oluşturmuş ve veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Bulgular, sosyal medya bağımlılığının benlik saygısı ve beden algısı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Özellikle, sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla birlikte benlik saygısında düşüş ve beden algısında bozulma gözlemlenmiştir. Cinsiyet ve sınıf düzeyi gibi demografik değişkenlerin bu ilişkiler üzerinde anlamlı farklılıklar yarattığı bulunmuştur. Erkek ve kız öğrenciler arasında benlik saygısı ve beden algısı konularında farklı etkiler gözlemlenmiştir. Erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin, benlik saygıları üzerinde daha belirgin olumsuz etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Kız öğrencilerde ise beden algısı üzerinde daha büyük olumsuz etkiler görülmüştür. Ayrıca, üst sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkide daha belirgin etkiler görüldüğü saptanmıştır. Üst sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanımının artması, benlik saygısında düşüş ve beden algısında bozulma ile daha güçlü bir ilişkiye sahiptir. Sonuçlar, sosyal medya kullanımının ergenlerin psikososyal sağlıklarını koruma ve geliştirme açısından dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımını dengelemek ve gençlerin bu platformlarda karşılaştıkları içeriklerin farkındalığını artırmak, olumlu benlik saygısı ve beden algısının desteklenmesi için önemlidir. Araştırma, eğitimciler, ebeveynler ve politika yapıcılar için gençlerin sosyal medya kullanımını yönetme ve psikososyal gelişimlerini destekleme konusunda rehberlik sağlayabilir. Sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerini azaltmak için eğitim programlarının geliştirilmesi ve gençlerin sosyal medya kullanımlarına yönelik stratejiler oluşturulması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Medya Kullanımı, Benlik Saygısı, Beden İmajı, Lise Öğrencileri, Eğitim*

ABSTRACT

STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN HIGH SCHOOL STUDENTS' SOCIAL MEDIA ADDICTION LEVELS AND THEIR SELF-ESTEEM AND BODY PERCEPTION

This study aims to examine the relationship between high school students' social media addiction levels and their self-esteem and body perception. The research was conducted to understand the impact of social media usage on adolescents' psychological and social development. The sample consisted of a specific group of high school students, and data were collected through surveys. Findings indicate that social media addiction can negatively affect self-esteem and body image. Specifically, increased social media usage is associated with a decrease in self-esteem and a deterioration in body perception. Demographic variables such as gender and grade level significantly influenced these relationships. Differences were observed between male and female students regarding self-esteem and body image. Male students showed more pronounced negative effects of social media addiction on self-esteem, whereas female students exhibited greater negative impacts on body perception. Additionally, upper-grade students demonstrated stronger relationships between social media addiction, self-esteem, and body perception. The increase in social media usage among upper-grade students was more strongly associated with decreased self-esteem and deteriorated body perception. The results highlight the need to manage social media usage carefully to protect and enhance adolescents' psychosocial health. Balancing social media use and raising awareness about the content encountered on these platforms are essential for supporting positive self-esteem and body image. The study provides guidance for educators, parents, and policymakers in managing young people's social media use and supporting their psychosocial development. Developing educational programs and strategies to mitigate the negative effects of social media use is recommended to reduce its adverse impacts on adolescents.

Keywords: *Social Media Use, Self-Esteem, Body Image, High School Students, Education*

1. GİRİŞ

Günümüzde teknoloji ve sosyal medya, özellikle genç nesiller üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Bu bağlamda, ergenlerin sosyal medya kullanımının, benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki potansiyel etkilerini inceleyen bu araştırma, sosyal medyanın hızlı gelişiminin psikososyal sonuçlarını derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ergenlik dönemi, bireylerin sosyal etkileşimleri, benlik kavramları ve beden algıları üzerinde önemli bir gelişim sürecidir. Bu dönemde, sosyal medya platformlarında yapılan karşılaştırmalar ve alınan geri bildirimler, gençlerin kendilerini ve bedenlerini nasıl algıladıklarını önemli ölçüde etkileyebilir. Bu çalışma, lise öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkilerini çeşitli demografik değişkenler ışığında ele alarak, bu alandaki gelecekteki çalışmalara yön verme ve ergenlerin psikososyal gelişimlerini destekleyici stratejilerin geliştirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Sosyal medya kullanımının yaygınlığı ve bu platformlardaki idealize edilmiş imajlar, ergenlerin benlik saygısını ve beden algısını olumsuz yönde etkileyebilir. Özellikle, sosyal medya, bireylerin sosyal destek bulmaları, kendilerini ifade etmeleri ve bilgi edinmeleri için önemli bir araç haline gelmiştir (Farooq vd., 2023). Ancak, sürekli karşılaştırma yapma eğilimi ve olumsuz yorumlara maruz kalma gibi faktörler, ergenler için psikolojik stres kaynakları yaratabilir (Woods ve Scott, 2016).

Mevcut çalışmalar, sosyal medya kullanımının ergenlerde uyku kalitesi, benlik saygısı, anksiyete ve depresyon seviyeleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermektedir (Kelly vd., 2018). Ayrıca, sosyal medyanın ergenler ve genç yetişkinler arasında beden memnuniyetsizliği, düşük benlik saygısı, riskli davranışlar ve yeme bozuklukları ile ilişkili olduğu bulgularına ulaşılmıştır (Vincente-Benito ve Ramírez-Durán, 2023). Bu çalışmalar, sosyal medyanın ergenler üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak ve bu alanda gelecekte yapılacak çalışmalara yön vermek için önemli katkılarda bulunmuştur.

Bu çalışma, aşağıdaki araştırma sorularını ele almayı hedeflemektedir:

1. Sosyal medya kullanımı, ergenlerin benlik saygısı ve beden algısı üzerinde ne tür etkiler yaratmaktadır?
2. Bu etkiler, ergenler arasında demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, sosyoekonomik durum vb.) göre farklılık göstermekte midir?
3. Ergenlerin sosyal medya kullanımı ile ilişkili olumsuz psikososyal etkileri hafifletmek için hangi stratejiler önerilebilir?

Sosyal medya, özellikle gençler üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Bu çalışma, ergenlerin sosyal medya kullanımının benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkilerini incelerken, bu etkilerin demografik değişkenlerle nasıl değişebileceğini ve bu sorunlara müdahale etmek için stratejiler önerir.

Ergenler, sosyal medyada arkadaşlarının fotoğraflarına bakmak gibi görünüşle ilgili aktivitelerle zaman geçirdiklerinde, bu durum genellikle beden memnuniyetsizliği ve düşük benlik saygısı ile ilişkilidir. Bu etki, medya üzerinden sunulan gerçekçi olmayan beden ideallerinin içselleştirilmesiyle aracılık edilmektedir (Scully vd., 2020).

Ergenlerin sosyal medyada geçirdikleri zaman, benlik saygıları ile ters orantılıdır. Metin tabanlı içeriklerle daha fazla etkileşimde bulunan gençlerin, yalnızca görsel içeriklere bakanlara göre nispeten daha yüksek benlik saygısı seviyeleri bulunmuştur (Farooq vd., 2023).

'Başkalarına yönelik' sosyal medya kullanımı (başkalarının gönderilerine bakmak ve yanıt vermek) kız ergenlerde görünüşle ilgili benlik saygısını azaltırken, erkekler üzerinde aynı etkiyi yaratmamaktadır (Steinsbekk vd., 2021).

Sosyal medya kullanımının ergenler üzerindeki etkilerini anlamak için biyopsikososyal bir model önerilmektedir. Bu model, beden imajı kaygıları, yeme bozuklukları ve kas geliştirme davranışları arasındaki ilişkileri incelemiştir (Rodgers vd., 2020).

Aşırı sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı, ideal vücut imajının bilişsel içselleştirilmesi, görünüm karşılaştırmaları ve olumsuz görünüm değerlendirmeleri kaygısı gibi faktörler aracılığıyla kız ergenlerde sağlıklı vücut saygısı ile ilişkilidir (Yang vd., 2020).

Sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasındaki ilişkide ergenlerin beden imajı kısmi bir aracı rol oynamaktadır. Bu bulgu, sosyal medyanın olumsuz etkilerini hafifletmek için beden imajına yönelik müdahalelerin önemini vurgulamaktadır

(Çolak vd., 2023).

Özellikle gece saatlerinde sosyal medya kullanımı, daha kötü uyku kalitesi, daha düşük benlik saygısı ve daha yüksek anksiyete ve depresyon seviyeleri ile ilişkilendirilmiştir. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının zamanlaması ve duygusal yatırımın ergenlerin uyku ve genel refahı üzerinde önemli faktörler olduğunu göstermektedir (Woods ve Scott, 2016).

Bu çalışmalar, sosyal medyanın ergenler üzerindeki çok yönlü etkilerini ortaya koymakta ve dijital okuryazarlık ile sağlıklı medya etkileşimini teşvik ederek ergenlerin refahını korumak ve artırmak için nüanslı yaklaşımların gerekliliğini vurgulamaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte internet kullanımı, özellikle genç nesil üzerinde ciddi etkiler oluşturmaktadır. Lise öğrencileri olarak tabir edilen bu genç kesim, bilişim teknolojilerine hızlı adaptasyon sağlamış ve sosyal medyanın aktif kullanıcıları olmuşlardır. Bu araştırmanın başlangıç noktası, söz konusu genç kesimin sosyal medya ile etkileşimini ve bu etkileşimin psikososyal boyutlarını analiz ederek, benlik saygısı ve beden algısı gibi kişisel değerlendirmeler üzerindeki potansiyel etkilerini incelemektir.

Ergenlik, bireyin psikolojik ve bedensel olarak hızlı değişimler yaşadığı, kimlik arayışının ve sosyal bağların önem kazandığı kritik bir dönemdir. Sosyal medya, bu dönemdeki bireyler için hem bir ifade alanı, hem de sosyal bir platform işlevi görürken, bu araçların etkileri psikolojik faktörlerle iç içe geçebilmektedir. Bu bağlamda, internet ve sosyal medya kullanımının, ergenler üzerindeki etkilerini araştırmanın sosyal bilimler alanına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, onların psikososyal gelişimleri ve kişisel değerlendirmeleri üzerinde önemli bir yere sahiptir. Lise öğrencilerinin yaşadığı bu hassas dönemde, sosyal medya aracılığıyla algıladıkları geri dönüşlerin, benlik saygıları ve beden algıları üzerinde belirleyici bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

Benlik saygısı, bireyin kendi değerini olumlu ya da olumsuz yönde değerlendirme süreci olarak adlandırılabilirken; beden algısı, bireyin kendi fiziksel görünüşü hakkında oluşturduğu genel perspektifi ifade eder. Bu iki değişken, bireyin sosyal yaşantısını ve psikolojik sağlığını önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Bu çalışmada, söz konusu değişkenlerin sosyal medya kullanım süreleri ve içerikleri ile

nasıl bir ilişki içinde olduğu detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

Ayrıca, sosyal medya platformlarının, öğrenciler üzerindeki etkisi, sadece aktif kullanım süreleri ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bu platformlarda karşılaştıkları içeriklerin niteliği ve bu içeriklere verdikleri tepkiler de kişisel ve psikososyal gelişimlerini derinden etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada, sosyal medya içeriklerinin niteliği ve bu içeriklere verilen tepkiler de incelenecektir.

Özellikle dikkate alınması gereken bir diğer nokta ise; sosyal medya platformlarının ve bu platformlarda paylaşılan içeriklerin, bireylerin realite algısını, benlik saygısını ve beden algısını nasıl etkilediğidir. Sosyal medya, genç kullanıcıları için bir yandan olumlu etkileşim ve ifade özgürlüğü sunarken, diğer yandan karşılaştırma, yetersizlik hissi ve benzeri olumsuz duygusal durumları da beraberinde getirebilmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak, bu alanda gelecekte yapılacak çalışmalara yön verebilir ve genç bireylerin bu iki önemli değişkeni olumlu yönde geliştirmelerine destek olacak stratejilerin oluşturulmasına katkıda bulunabilir.

1.2. Araştırma Soruları

Ergenlik dönemi, bireylerin kimlik oluşum süreçlerinde kritik bir evre olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemde sosyal medya, bir bilgi paylaşım aracı olmanın ötesinde, gençler için bir benlik ve beden algısı oluşturma mecrası olarak işlev görmektedir. Eldeki araştırma, ergen bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkiyi çeşitli demografik değişkenler ışığında değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Böylece, bu alanda ele alınan araştırma soruları şu şekildedir:

Benlik Saygısının İncelenmesi Bağlamında;

- Ergen bireylerin benlik saygı düzeyleri, cinsiyet değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Ergen bireylerin benlik saygı düzeyleri, sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Ergen bireylerin benlik saygı düzeyleri, günlük sosyal medya kullanım süreleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Benzer şekilde, Beden İmajının İncelenmesi Kapsamında;

- Ergenlerin beden algıları, cinsiyet değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Ergenlerin beden algıları, sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Ergenlerin beden algıları, günlük sosyal medya kullanım süreleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Ayrıca,

- Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile benlik saygısı ve beden algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmakta mıdır?

Benlik Saygısının İncelenmesi Bağlamında;

- H1: Ergen bireyler arasında benlik saygı düzeyleri, cinsiyet değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H2: Ergen bireylerin benlik saygı düzeyleri, sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H3: Ergen bireylerin benlik saygı düzeyleri, günlük sosyal medya kullanım süreleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Beden İmajının İncelenmesi Kapsamında;

- H4: Ergenlerin beden algıları, cinsiyet değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H5: Ergenlerin beden algıları, sınıf seviyeleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H6: Ergenlerin beden algıları, günlük sosyal medya kullanım süreleri değişkenine bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Genel Hipotez;

- H7: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile benlik saygısı ve beden algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çerçevede, demografik değişkenler (cinsiyet, sınıf düzeyi) ve günlük sosyal medya kullanım süreleri, benlik saygısı ve beden algısını nasıl etkilemektedir sorusunu cevaplamayı amaçlar. Elindeki araştırma, sosyal medyanın, ergenlerin bu kritik döneminde nasıl bir rol oynadığını ve bu etkileşimin onların psiko-sosyal gelişimleri üzerindeki olası yansımalarını irdeleyerek alanyazını zenginleştirmeyi hedefler.

Cinsiyet, sınıf düzeyi ve sosyal medya kullanım süreleri gibi demografik değişkenlerin, ergen bireylerin psikososyal gelişimlerini nasıl etkilediğine dair yapılan

literatür taramalarında, bu değişkenlerin etkilerine dair çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Ancak bu bulgular, farklı kültür, sosyoekonomik durum ve eğitim düzeylerine sahip bireyler arasında farklılık gösterebilmektedir. Dolayısıyla, eldeki araştırma bu değişkenliği dikkate alarak, konuya dair daha derinlemesine ve kültürlerarası anlamlı sonuçlar elde etmeyi hedeflemektedir.

Son olarak, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkinin, ergenlik dönemindeki bireyler üzerinde nasıl bir etki yarattığı ve bu iki değişkenin birbiri ile olan dinamik ilişkisi, sosyal medyanın varlığı ve etkisi altında nasıl bir seyir izlediği üzerine odaklanacaktır. Bu bağlamda, söz konusu ilişkinin ergen bireylerin sosyal, akademik ve genel yaşantıları üzerindeki yansımaları da ele alınarak, konuya geniş bir perspektif kazandırılması hedeflenmektedir.

1.3. Araştırmanın Varsayımları (Sayıtlar)

Araştırmanın temelini oluşturan varsayımlar, incelenen fenomenin anlaşılmasında ve araştırma sonuçlarının geçerliliğinin değerlendirilmesinde önemli bir role sahiptir. Ergen bireylerin sosyal medya kullanımının, benlik saygıları ve beden algıları üzerindeki etkisini inceleyen bu araştırma, bir dizi varsayım üzerine inşa edilmiştir.

1. Varsayım: Ergen bireylerin sosyal medya kullanım süreleri ile benlik saygıları ve beden algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Genel kabul görmüş literatürde de sosyal medya kullanımının, bireylerin psiko-sosyal özelliklerini ve kendi algılarını etkileyebileceği konusunda bir konsensüs olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, artan sosyal medya kullanım sürelerinin, ergen bireylerin benlik saygıları ve beden algıları üzerinde bir etki yaratabileceği varsayılmaktadır.
2. Varsayım: Cinsiyet, benlik saygısı ve beden algısı üzerinde etkili bir değişkendir. Çeşitli araştırmalar, cinsiyetin bireylerin kendilerini ve bedenlerini algılamalarını etkileyebileceğini göstermiştir. Erkek ve kız ergenlerin, sosyal medyada karşılaştıkları ve içselleştirdikleri farklı güzellik ve beden algı normları, benlik saygıları ve beden algıları üzerinde farklılık yaratmaktadır.
3. Varsayım: Sınıf düzeyi ve akademik başarı, ergenlerin benlik saygısını ve beden algısını etkileme kapasitesine sahiptir. Eğitim seviyesinin ve akademik başarının, bireylerin kendilerini ve çevrelerini algılamaları üzerinde etkili olduğuna dair bulgular bulunmaktadır. Bu nedenle, ergenlerin benlik saygı ve

beden algılarının sınıf düzeyi ile de ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

4. Varsayım: Günlük sosyal medya kullanım süreleri, ergenlerin benlik saygısı ve beden algısını etkileyen önemli bir faktördür. Sosyal medya platformlarında geçirilen süre arttıkça, bireylerin maruz kaldıkları içerik ve interaksyonlar da artmaktadır. Bu durum, onların sosyal ve kişisel algılarını değiştirebilecek bir etkiye sahiptir.
5. Varsayım: Ergenlerin benlik saygısı ile beden algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Bu varsayım, genel psikoloji literatüründe de destek bulan bir önermedir ve ergenlerin kendi beden algıları ile genel benlik değerlendirme ve saygıları arasında bir ilişkinin olabileceği düşünülmektedir.

Bu varsayımlar, araştırmanın temelini oluşturur ve araştırmanın yöntemsel tasarımı ile analizlerinin yönünü belirler. Her bir varsayımın, konu ile alakalı literatür ışığında test edilmesi ve değerlendirilmesi, araştırma sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliği açısından kritiktir. Ayrıca, bu varsayımların sonuçlarının diğer araştırmalar ve literatür ile karşılaştırılması, konuya dair genel bir çerçeve oluşturacak ve bu alandaki bilgi birikimine katkı sağlayacaktır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma süreçlerinde sınırlılıkların dikkate alınması ve açıkça belirtilmesi, çalışmanın geçerliliği ve uygulanabilirliği açısından esastır. İşbu araştırma, ergen bireylerin sosyal medya kullanımının, benlik saygıları ve beden algıları üzerindeki etkisini inceleyen bir perspektife sahiptir ve bu süreçte bazı kaçınılmaz sınırlılıkları içermektedir.

1. Sınırlılık: Araştırmanın coğrafi kapsamı sınırlıdır. Yapılan çalışma, belirli bir coğrafi bölge veya okul çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup, bu nedenle sonuçlar genel ergen popülasyonu için genellenemez. Farklı kültürel, sosyoekonomik ve coğrafi faktörlerin ergenlerin sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkisi farklılık gösterebilir.
2. Sınırlılık: Araştırma, öz bildirim yöntemine dayanmaktadır. Ergenlerin benlik saygıları ve beden algıları ile ilgili veriler, katılımcıların kendi değerlendirmelerine dayanarak toplanmıştır, bu durum öz bildirim yanlışlarına ve sonuçların objektifliğini etkileyebilecek diğer faktörlere açık olabilir.
3. Sınırlılık: Çalışma, nicel bir yaklaşım sergilemektedir ve bu nedenle ergenlerin deneyimleri üzerine daha derinlemesine bilgi sağlayamaz. Nitel bir metodolojinin eksikliği, ergenlerin sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve

beden algısı arasındaki dinamiklerle ilgili daha kapsamlı içgörüler kazanılmasını sınırlar.

4. Sınırlılık: Çalışma, ergenlerin sosyal medya kullanımını genel anlamda değerlendirirken, farklı sosyal medya platformlarının benzer veya farklı etkilere sahip olabileceği konusuna dair detaylı bir inceleme sağlamamaktadır. Farklı sosyal medya platformları, ergenler üzerinde farklı psikolojik etkilere sahip olabilir.
5. Sınırlılık: Çalışmanın zaman sınırlılığı, uzun vadeli etkilerin ve kausallık ilişkilerinin belirlenmesini zorlaştırır. Kesitsel bir araştırma tasarımı, değişkenler arasındaki ilişkileri ve etkileşimleri sınırlı bir zaman diliminde inceler, dolayısıyla uzun vadeli etkiler ve ilişkiler konusunda bilgi veremez.

Bu sınırlılıkların tanınması ve kabulü, araştırma bulgularının ve sonuçlarının doğru bir şekilde yorumlanmasına yardımcı olur. Ayrıca, gelecek çalışmalar için bu sınırlılıkların üstesinden gelmek adına öneriler geliştirmek de kritik bir öneme sahiptir, böylelikle alanın bilgi birikimi daha kapsamlı ve çeşitli perspektiflerle genişletilebilir.

1.5. Tanımlar

Benliği anlamak ve değerlendirmek, psikolojik literatürdeki temel konulardan biridir. Benlik saygısı, bireyin kendi değerini olumlu veya olumsuz bir şekilde değerlendirmesi olarak tanımlanır (Rosenberg, 1965). Rosenberg, benlik saygısını sürekli ve değişmez olarak nitelendirmiştir; yani, bir bireyin benlik değerlendirmesi gençlik döneminden yetişkinliğe kadar nispeten sabit kalır. Bu, sosyal medyanın bu denkleme nasıl oturduğunu anlamak adına, özellikle bu çalışmada ergen bireylerin benlik saygısını ve sosyal medya kullanımını inceleme noktasında önemlidir.

Beden algısı, bir bireyin kendi bedeninin nasıl algılandığına dair bir anlayışa işaret eder ve bu kavramın ergenler üzerindeki etkisi hakkında birçok çalışma yapılmıştır (e.g., Tiggemann ve Slater, 2004). Tiggemann ve Slater, medyanın ergenlerin beden algıları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ve medya tüketiminin olumsuz beden algısıyla doğrudan ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Ancak, bu literatür sosyal medya çağından önce yazıldığı için, bu çalışmanın bir sonraki adımı bu kavramları sosyal medya kullanımı bağlamında analiz etmektir.

Sosyal medya bağımlılığı, özellikle gençler arasında endişe verici bir sorun haline gelmiştir ve bu durum benlik saygısı üzerindeki etkisiyle ilgili araştırmalara konu olmuştur (Kuss ve Griffiths, 2017). Kuss ve Griffiths, sosyal medya bağımlılığının birçok olumsuz psikososyal sonuçla ilişkili olduğunu bulmuşlardır, bu

da sosyal medyanın ergenlerin benlik saygıları üzerindeki rolünü daha da önemli kılar.

Türkiye’de yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Özgüven vd. (2015) yaptıkları bir çalışmada, sosyal medya kullanımının, özellikle gençler üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabileceğini ortaya koymuşlardır. Onlar, yoğun sosyal medya kullanımının, bireylerin kendi beden algıları ile olumsuz bir ilişkiye sahip olduğunu bulmuşlardır.

Rosenberg’in (1965) çalışmasıyla ilgili olarak, bireyin kendisiyle ilgili düşünce ve hisleri ne kadar erken yaşlarda gelişirse, bu duyguların yetişkinlik döneminde de bu kadar sürekli olduğunu belirtmektedir. Bu, ergenlerin sosyal medyayla ilk etkileşimlerinin, bu etkileşimin doğası ve sıklığına bağlı olarak, onların uzun vadeli benlik saygısını ve beden algısını önemli ölçüde etkileyebileceği anlamına gelir.

Tiggemann ve Slater (2004) medyanın, özellikle genç kızların beden imajını etkileyen bir faktör olduğunu göstermişlerdir. Bu durum sosyal medya kullanımı ile daha da karmaşık hale gelmiş, bireyler artık sadece geleneksel medya aracılığıyla değil, aynı zamanda akranları ve toplulukları aracılığıyla da sürekli olarak beden imajı mesajlarına maruz kalmaktadır.

Özgüven vd. (2015) tarafından yapılan çalışma, sosyal medya kullanımı ile beden algısı arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, bu çalışma, bireylerin sosyal medyada ne tür içeriklere maruz kaldıklarını veya bu platformlarda ne tür etkileşimlerde bulunduklarını belirlememiştir.

Kuss ve Griffiths’in (2017) belirttiği gibi, sosyal medya kullanımı ile psikososyal sorunlar arasındaki ilişkiyi belirlemek zor olabilir çünkü gençler genel olarak yüksek sosyal medya kullanımına sahiptirler. Ancak, bireyin sosyal medyadaki özel deneyimleri, bu platformlarla geçirilen süre kadar önemli olabilir.

Bu çalışmanın sınırları ve kapsamı göz önüne alındığında, sosyal medya kullanımının, benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkileriyle ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılacak araştırmaların, değişen sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların bireyler üzerindeki etkisi üzerine daha fazla ışık tutması beklenmektedir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Benlik Saygısına İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Benlik saygısı konsepti, bireyin kendine yönelik genel değerlendirmesini ifade eder ve bu bağlamda birçok kuramsal çerçeve bu olguyu derinlemesine incelemiştir. Öne çıkan teorisyenlerden biri Rosenberg'dir, kendisi benlik saygısını, bireyin kendisine yönelik olumlu ya da olumsuz tutumlarını yansıtan genel bir değerlendirme olarak tanımlamıştır (Rosenberg, 1965). Rosenberg'in Benlik Saygısı Ölçeği (RSÖ), gençlerin ve yetişkinlerin benlik değerlendirmelerini ölçme aracı olarak geniş bir kabul görmüş ve benlik saygısı üzerine yapılan birçok çalışmada kullanılmıştır.

Benlik saygısı, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de önemli bir yer tutar. Maslow, bireyin saygı ihtiyaçlarına vurgu yapar, bu ihtiyaçlar, benlik saygısı ve diğerlerinden saygı görmeyi içerir (Maslow, 1943). Birey, temel ihtiyaçlarını karşıladıkça daha yüksek düzeydeki ihtiyaçlarına yönelir ve bu süreçte benlik saygısı, bireyin psikolojik gelişiminde kritik bir rol oynar.

Baumeister vd. (2003) vurguladığı gibi, yüksek benlik saygısı, bireyin sosyal çevresi ile daha olumlu etkileşimlere girmesine ve genel olarak daha yüksek yaşam memnuniyeti seviyelerine ulaşmasına yardımcı olabilir. Yüksek benlik saygısı aynı zamanda bireyin başarısızlık, eleştiri ve reddedilme gibi olumsuz deneyimlere karşı daha dayanıklı olmasını sağlar.

Öte yandan, çok düşük ya da aşırı yüksek benlik saygısının birey için olumsuz sonuçlar doğurabileceği de literatürde belirtilmiştir. Örneğin, aşırı yüksek benlik saygısı bazen narsisizm ile ilişkilendirilmiştir (Twenge ve Campbell, 2003). Narsisistik bireyler, çoğu zaman başkalarına göre kendilerini üstün görmekte ve bu durum, sosyal ilişkilerinde sorunlara yol açabilmektedir.

Kuşkusuz, benlik saygısının gelişiminde çevresel faktörler de büyük bir rol oynar. Harter (1993), benlik saygısının gelişiminde, özellikle ergenlik döneminde, akran ilişkilerinin ve aile dinamiklerinin kritik olduğunu belirtmiştir. Bireyin, çevresindeki bireyler tarafından kabul görmesi ve değerli hissettirilmesi, benlik saygısının olumlu gelişimi için esastır.

Türkiye kontekstinde benlik saygısına yönelik çalışmalar da önemlidir. Çünkü kültür, benlik algısı ve benlik saygısının şekillenmesinde önemli bir etmendir ve bu, farklı kültürler arasında değişkenlik gösterebilir. Yüksel (2017), Türk ergenlerinin benlik saygısı üzerine yaptığı çalışmada, ergenlerin benlik saygısının aile içi iletişim kalitesi ile pozitif bir ilişki gösterdiğini bulmuştur.

Bunun yanı sıra, Kaya ve Siyez (2008), Türk lise öğrencileri ile yaptıkları çalışmada, benlik saygısının cinsiyet, sosyoekonomik durum ve akademik başarı gibi değişkenlerle anlamlı ilişkiler içerisinde olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Cenkseven-Önder ve Sari (2009), üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği bir diğer çalışmada benlik saygısının akademik başarıyla ilişkilendirildiğini göstermiştir.

Bu bağlamda, benlik saygısının sosyal medya kullanımı ile nasıl etkileşime girdiğini daha iyi anlamak için mevcut çalışmaların sosyal medya çağına adapte edilmesi önemlidir.

Yapılan çalışmaların yanı sıra, daha fazla nitel ve nicel çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır, çünkü benlik saygısının ergenler üzerindeki etkisi, değişen sosyal ve teknolojik faktörlerle sürekli olarak evrilir. Bu kapsamda, sosyal medya ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin daha derinlemesine incelenmesi ve sosyal medyanın bu dinamikleri nasıl etkilediği ile ilgili daha fazla bilgi edinilmesi gereklidir.

2.1.1. Benlik Saygısı Nedir?

Benlik saygısı, bireyin kendi değeri hakkındaki inançlarını ve tutumlarını yansıtan kritik bir psikolojik kavram olarak karşımıza çıkar. Rosenberg (1965), benlik saygısını, bireyin kendi değerlendirmesine, yani kendini olumlu ya da olumsuz yönde nasıl gördüğüne dair bir ifade olarak tanımlar. Benlik saygısı, bireyin kendi hakkındaki inançları ve değerlendirmeleriyle şekillenen bir yapıya sahiptir ve bu yapı bireyin öz değerlendirmesini oluşturur. Bireyin bu öz değerlendirmesi, genel olarak olumlu veya olumsuz olabilir ve bu da bireyin yaşam memnuniyetini, ilişkilerini ve genel psikolojik durumunu büyük ölçüde etkiler.

Bu durum, çeşitli yaşam alanlarında, bireyin kendi yeteneklerine ve değerine olan inançlarıyla etkileşimli olarak ortaya çıkar. Örneğin, bireyin akademik performansı, sosyal ilişkileri ve kariyer hedefleri üzerinde önemli bir etkisi vardır (Orth vd., 2012). Benlik saygısının yüksek olması, genellikle bireyin kendine olan inancını, başkalarıyla olumlu etkileşimlerini ve genel yaşam memnuniyetini artırabilir. Ancak, aşırı derecede yüksek benlik saygısı da sorunlara yol açabilir, çünkü bu durum bazen gerçekdışı bir öz algı ve narsisistik eğilimlere neden olabilir (Twenge ve

Campbell, 2003).

Bir bireyin benlik saygısı, hayatının çeşitli evrelerinde değişebilir ve bu, bir dizi içsel ve dışsal faktör tarafından etkilenebilir. Özellikle, gençlik dönemleri ve ergenlik, bireyin benlik saygısının önemli ölçüde şekillendiği dönemlerdir (Steinberg, 2008). Bu dönemde, bireylerin vücut algıları, akran ilişkileri ve sosyal beklentiler, benlik saygılarını etkileyebilecek önemli faktörlerdendir.

Sosyal faktörler ve benlik saygısı arasındaki ilişki, yalnızca genç bireyler ve ergenler için değil, yetişkinler için de geçerlidir. Mesela, işsizlik durumu veya kariyerle ilgili krizler, yetişkinlerin benlik saygılarını olumsuz yönde etkileyebilir (McKee-Ryan vd., 2005). Sosyal reddetme ve topluluk içinde maruz kalınan olumsuz olaylar, bireylerin benlik saygılarını düşürebilir ve bu durum, sosyal anksiyete, depresyon gibi psikolojik problemlere yol açabilir (Leary vd., 1995).

Benlik saygısının bu kadar çok faktörle şekilleniyor olması, konunun kapsamlı bir şekilde anlaşılabilmesi için multidisipliner bir yaklaşımı gerektirir. Benlik saygısı, psikoloji, sosyoloji, pedagoji gibi birçok alanda çeşitli perspektifler ve metodolojiler kullanılarak incelenmiştir. Psikolojik alanda, bireyin iç dünyası, duygusal ve düşünsel süreçleri odak alınırken, sosyolojik çalışmalar, toplum, kültür, aile gibi sosyal faktörlerin bireyin benlik saygısı üzerindeki etkisini inceler.

Türkiye'de de bu alanda yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Yüksel (2017), aile içi iletişim ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, olumlu aile iletişiminin ergenlerin benlik saygısı üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu bulmuştur. Benzer şekilde, Kaya ve Siyez (2008), lise öğrencilerinin benlik saygılarının, algıladıkları ana-baba tutumları ile ilişkili olduğunu göstermiştir.

Benlik saygısını inceleyen bir başka perspektif ise, bireyin topluluk içindeki rolü ve toplumsal cinsiyet normları ile benlik saygısı arasındaki ilişkidir. Örneğin, Block ve Robins (1993) tarafından yapılan bir çalışma, benlik saygısı ile cinsiyet ve yaş arasındaki ilişkileri incelerken, Türkiye'de Yılmaz ve Gülnar (2010), toplumsal cinsiyet rolleri ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.

Toplumsal cinsiyet normları, kültürel faktörler ve kişisel deneyimler, bireyin kendi değerini nasıl algıladığı üzerinde belirleyici olabilir. Bu noktada, bireyin sahip olduğu benlik saygısını anlamak için, geniş bir sosyo-kültürel ve psikolojik perspektifin bir arada değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylelikle, bireylerin ve toplumların daha sağlıklı psikolojik yapılanmalara sahip olmalarını destekleyecek stratejiler ve uygulamalar geliştirilebilir.

2.1.2. Benlik Saygısı ve Ergenlik

Ergenlik dönemi, bireylerin benlik saygısının şekillenmeye başladığı, kişisel ve sosyal kimliklerini bulmaya çalıştıkları kritik bir dönem olarak kabul edilir. Bu süre zarfında, ergenler kendi benlik algılarını, yeteneklerini, potansiyellerini ve değerlerini değerlendirirler ve bu değerlendirmeler, benlik saygılarının temelini oluşturur. Erikson'un (1968) psikososyal gelişim teorisine göre, ergenlik dönemi, bireyin "kimlik kazanma" mücadelesinin en ön planda olduğu dönemdir. Bu, ergenin kendi kimliğini ve benlik saygısını sorguladığı ve çeşitli kimlik senaryolarını deneyimlediği bir dönem ifade eder.

Özellikle ergenlik döneminde, benlik saygısı önemli ölçüde değişebilir ve bu değişimler bireyin psikolojik sağlığını, sosyal ilişkilerini ve akademik başarılarını önemli ölçüde etkileyebilir. Bireyin kendini nasıl algıladığı, hangi standartlar ve beklentilerle hareket ettiği bu dönemde şekillenir ve bu algılar bireyin toplum içerisindeki davranışlarını, kararlarını ve ilişkilerini büyük ölçüde etkiler (Harter, 1999).

Benlik saygısının ergenlik dönemine özgü bu dinamik yapısı, aynı zamanda, bireyin çevresel faktörlerle etkileşimini de içerir. Ergenin aile içi ilişkileri, akran grupları ile olan etkileşimleri ve okul ortamı, benlik saygısının gelişiminde önemli rol oynar (Steinberg ve Morris, 2001). Olumlu aile ortamı ve destekleyici akran ilişkileri, ergenin benlik saygısını olumlu yönde etkileyebilir ve bu da bireyin sosyal uyumunu ve psikolojik sağlığını destekleyebilir.

Aile içi ilişkilerin, özellikle de ebeveynlerin benlik saygısı üzerindeki etkisi, sayısız araştırma ile belgelenmiştir. Ebeveynlerin sergilediği davranış modelleri, ergenin kendi içsel ve dışsal dünyasını algılamasında, bu doğrultuda benlik saygısını şekillenmesinde kritik rol oynar (Gecas ve Schwalbe, 1986). Yine Türkiye'de yapılan bir çalışmada, ergenlerin benlik saygıları ile anne-baba tutumları ve aile işlevleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Yüksel, 2017).

Akran ilişkileri de ergenin benlik saygısını etkileyen önemli faktörlerdendir. Ergenler, kendilerini akranlarıyla kıyaslar ve bu kıyaslama, kendi benlik algıları ve benlik saygıları üzerinde etkili olur. Akran reddi ve dışlanma gibi olumsuz sosyal deneyimler, ergenin benlik saygısını olumsuz etkileyebilir ve bu durum bazı durumlarda psikolojik sorunlara yol açabilir (Parker vd., 2006).

Ayrıca, okul ortamı ve akademik başarılar da ergenin benlik saygısı üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir. Başarılı akademik performans, olumlu benlik saygısını

desteklerken, akademik başarısızlık ve okulla ilgili olumsuz deneyimler, benlik saygısını olumsuz yönde etkileyebilir (Orth vd., 2012).

Bu sürecin ele alınış biçimi, bireyin yaşantısını ve toplumun yapısını önemli ölçüde şekillendirir. Çünkü sağlam bir benlik saygısı, bireyin topluma uyumunu, toplumsal norm ve değerlere saygısını ve bu değerleri içselleştirmesini sağlar. Ergenin, benlik saygısını sağlıklı bir şekilde geliştirebilmesi, yetişkinlik döneminde topluma faydalı, uyumlu ve üretken bir birey olmasını sağlar.

Kültürel etkenler de benlik saygısının şekillenmesinde rol oynar. Kültürel normlar, beklentiler ve değerler, bireyin kendi yeteneklerini, görünümünü ve değerini nasıl algıladığı konusunda etkili olabilir. Örneğin, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentileri, kız ve erkek ergenlerin benlik saygılarını farklı şekillerde etkileyebilir (Yılmaz ve Gülnar, 2010).

Sonuç olarak, ergenlik dönemi benlik saygısının gelişimi için kritik bir dönemdir ve bu sürecin yönetilmesi, bireyin psikolojik sağlığı ve toplumla olan etkileşimi açısından büyük önem taşır. Gerek aile gerekse toplum olarak ergenlere sağlıklı bir benlik saygısı geliştirmeleri için gerekli desteği ve ortamı sağlamak hem bireyin hem de toplumun sağlıklı gelişimi açısından vazgeçilmezdir.

2.1.3. Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler

Benlik saygısı, bireyin kendi değerini ve yeteneklerini olumlu bir şekilde algılama kapasitesi olarak tanımlanır. Psikolojik literatürde, benlik saygısının etkilendiği birçok faktör belirlenmiştir ve bu faktörler genellikle bireysel, sosyal ve çevresel olmak üzere kategorize edilir. Bireyin içsel özellikleri ve psikolojik durumu, benlik saygısının gelişiminde önemli rol oynar. Özellikle, bireyin temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığı, kişilik özellikleri ve bireyin sahip olduğu bilişsel yetenekler benlik saygısını etkileyebilir (Deci ve Ryan, 2000).

Aile etkileşimleri ve ebeveyn tutumları, çocuk ve ergenlik dönemindeki bireylerin benlik saygısını önemli ölçüde şekillendirir. Ebeveynlerin çocuklarına gösterdiği sevgi, kabul ve onaylama duyguları, bireyin kendi değerini ve kabul edilebilirliğini olumlu olarak algılamasına yardımcı olabilir. Aynı zamanda, tutarlı ve adil bir disiplin anlayışına sahip ebeveynlerin çocuklarının, daha yüksek benlik saygısına sahip olduğu gösterilmiştir (Aydin ve Uysal, 2012).

Akran ilişkileri, özellikle ergenlik döneminde benlik saygısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Akran gruplarından alınan geri bildirimler, bireyin kendi yeteneklerini ve sosyal becerilerini değerlendirme şeklini etkileyebilir. Olumsuz akran ilişkileri,

düşük benlik saygısına ve sosyal kaygıya yol açabilirken; olumlu akran ilişkileri bireyin sosyal becerilerini ve benlik saygısını artırabilir (Parker vd., 2006).

Benlik saygısını etkileyen faktörlerden bir diğeri de sosyoekonomik statüdür. Ekonomik güvence, eğitim ve yaşam standartları, bireyin kendi değerini algılamasını etkileyebilir. Örneğin, düşük sosyoekonomik duruma sahip bireyler, sıklıkla daha düşük benlik saygısına sahip olabilirler çünkü toplum tarafından daha az değerli olarak algılanabilirler (Twenge ve Campbell, 2002).

Ayrıca, kültür ve toplumsal cinsiyet rolleri de benlik saygısının gelişimini etkiler. Bireyin ait olduğu toplumun değer yargıları, normları ve beklentileri, kendi yeteneklerini ve değerini nasıl algıladığı üzerinde etkili olabilir. Toplumsal cinsiyet rolleri, erkek ve kız bireylerin kendi kabiliyetlerini ve değerini algılamalarını farklı şekillerde etkileyebilir (Josephs vd., 1992).

Kişisel başarılar ve başarısızlıklar da benlik saygısını derinden etkileyen faktörlerdendir. Akademik, spor veya sanatsal alandaki başarılar bireyin kendini daha değerli hissetmesini sağlarken, başarısızlıklar benlik saygısını olumsuz etkileyebilir (Orth vd., 2012).

Bireyin fiziksel görünüşü ve beden imajı da benlik saygısını etkileyen önemli faktörler arasındadır. Toplumun güzellik ve beden normları, bireylerin kendi fiziksel görünüşlerini nasıl değerlendirdiklerini ve bu konuda nasıl hissettiklerini etkileyebilir (Tiggemann, 2005).

Ayrıca, bireyin genel sağlık durumu ve psikolojik sağlığı da benlik saygısını etkileyebilir. Özellikle, psikolojik bozukluklar ve kronik sağlık sorunları bireyin kendini algılamasını ve benlik saygısını olumsuz etkileyebilir (Sowislo ve Orth, 2013).

Bireyin yaşadığı travmalar ve stres faktörleri de benlik saygısını etkiler. Yaşanan olumsuz olaylar ve stres, bireyin kendini değersiz hissetmesine ve benlik saygısının düşmesine neden olabilir (Turner vd., 2017).

Son olarak, toplumsal ve medyatik etkiler, bireyin benlik saygısını ve kendine dair algısını önemli ölçüde etkileyebilir. Medyanın sunduğu idealler ve toplumsal beklentiler, bireyin kendi değerini ve yeteneklerini nasıl algıladığı üzerinde etkili olabilir (Grabe vd., 2008).

2.1.4. Benlik Saygısı ve Ruh Sağlığı

Benlik saygısı ve ruh sağlığı arasındaki ilişki, psikolojik literatürde geniş bir şekilde incelenmiştir ve bu iki konsept arasındaki bağlantıyı araştıran birçok çalışma bulunmaktadır. Genel olarak, yüksek benlik saygısının, bireyin ruh sağlığını olumlu

yönde etkilediği ve daha düşük seviyelerde psikolojik stres ve anksiyete ile ilişkilendirildiği gösterilmiştir (Orth ve Robins, 2013). Bu, bireyin kendi değerini ve yeteneklerini olumlu bir şekilde görmesi ve bu olumlu algının, olumsuz duygu durumları ve stresle daha etkili başa çıkma yetenekleri üzerinde koruyucu bir etkiye sahip olması şeklinde açıklanmıştır.

Bireyin benlik saygısının, depresyon ve anksiyete gibi spesifik ruh sağlığı sorunları ile bağlantısı üzerine yapılan araştırmalar, genel olarak benlik saygısı düşüklüğünün, bu tür psikolojik sorunlara daha yatkın olduğunu göstermiştir (Sowislo ve Orth, 2013). Düşük benlik saygısı, bireyin kendini sürekli olarak eleştirmesi, değersiz hissetmesi ve olumsuz olayları kişiselleştirmesi gibi faktörlerle bağlantılıdır. Bu da bireyin genel ruh hali üzerinde olumsuz bir etki yapar ve depresif belirtilerin ortaya çıkmasına neden olabilir.

Öte yandan, benlik saygısının ruh sağlığı üzerindeki bu olumlu etkisinin karşılıklı olduğu da belirtilmiştir. Yani, ruh sağlığı sorunları da benlik saygısını olumsuz yönde etkileyebilir (Orth vd., 2018). Özellikle, depresyon ve anksiyete, bireyin kendine olan inancını ve değerini düşürme potansiyeline sahiptir, bu da düşük benlik saygısını hem bir sonuç hem de bu tür ruh sağlığı sorunlarının bir nedeni olarak görme olasılığını artırır.

Ergenlik döneminde benlik saygısı ve ruh sağlığı arasındaki ilişki, özellikle önemlidir. Ergenler, kimlik arayışı sürecindedir ve bu dönemde yaşanan ruh sağlığı sorunları, benlik saygısını ve bireyin kendini nasıl gördüğünü etkileyebilir (Steiger vd., 2017). Aynı şekilde, ergenlik dönemindeki benlik saygısı, yetişkinlik dönemindeki ruh sağlığı üzerinde de etkili olabilir. Böylece, bu dönemde benlik saygısını destekleyen müdahalelerin, uzun vadeli ruh sağlığı üzerinde olumlu etkileri olabilir.

Yetişkinlik döneminde benlik saygısı ve ruh sağlığı arasındaki ilişki de önemlidir ve bu iki faktör arasındaki dinamik, bireyin yaşamının farklı aşamalarında değişiklik gösterebilir. Örneğin, yaşlılık döneminde yüksek benlik saygısı, bireyin karşılaşabileceği sağlık sorunlarına ve yaşam değişikliklerine karşı bir tampon görevi görebilir ve genel yaşam kalitesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir (Orth vd., 2018).

Çeşitli terapötik yaklaşımlar, bireyin benlik saygısını ve dolayısıyla ruh sağlığını geliştirmeye odaklanmaktadır. Örneğin, bilişsel davranışçı terapi (CBT) ve olumlayıcı terapi, bireyin kendi değerini ve yeteneklerini daha olumlu bir şekilde görmesine yardımcı olarak, benlik saygısını artırabilir ve genel ruh sağlığını iyileştirebilir (Beck

ve Dozois, 2011).

Benlik saygısı üzerine yapılan bir başka önemli çalışma, bireyin toplulukla olan ilişkisinin ve sosyal destek sistemlerinin, benlik saygısını ve dolayısıyla ruh sağlığını nasıl etkilediğine odaklanmıştır. İyi kurulmuş sosyal ağlar ve sağlam ilişkiler, bireyin benlik saygısını olumlu yönde etkileyebilir ve bu da genel ruh sağlığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir (Leary vd., 1995).

Benlik saygısının ruh sağlığı üzerindeki etkisinin, kültürel, sosyoekonomik ve demografik faktörlere göre değişiklik gösterebileceği de belirtilmiştir (Twenge ve Crocker, 2002). Farklı kültürlerdeki bireylerin benlik saygısını ve bu saygının bireyin ruh sağlığı üzerindeki etkisini nasıl algıladığı, geniş kapsamlı bir şekilde araştırılmıştır.

Sonuç olarak, benlik saygısının ruh sağlığı üzerindeki etkisi, oldukça kapsamlıdır ve bu konuda daha fazla araştırma yapılması, konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Benlik saygısını ve ruh sağlığını olumlu yönde etkileyebilecek çeşitli faktörler ve stratejiler, bireylerin daha sağlıklı ve doyumlu bir yaşam sürmelerine yardımcı olabilir.

2.1.5. Benlik Saygısı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Benlik saygısı ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar, bireylerin psikolojik ve sosyal uyumları, başarıları ve genel yaşam doyumlarına ilişkin bir dizi önemli bulgu ortaya koymuştur. Örneğin, Rosenberg ve diğerleri tarafından gerçekleştirilen kapsamlı bir çalışma, bireylerin benlik saygısının, yaşam doyumu, başarı ve sosyal ilişkiler gibi bir dizi faktörle ilişkili olduğunu bulmuştur (Rosenberg, 1965). Benlik saygısını artıran faktörlerle ilgili bu ve benzeri birçok çalışma, bireylerin yaşam kalitelerini ve genel sağlık durumlarını iyileştirmelerine yardımcı olan stratejilerin ve yaklaşımların geliştirilmesine katkı sağlamıştır.

Benlik saygısının oluşumu ve gelişimi konusundaki çalışmalara göz attığımızda, Branden'in çalışmaları önemli bir yere sahiptir. Branden (1994), benlik saygısını, bireyin kendi değerini ve yeteneklerini olumlu bir şekilde görmesi olarak tanımlamış ve benlik saygısını artırmanın yolları üzerine bir dizi strateji ve teknik önermiştir. Bireyin içsel değerini keşfetmesi ve bu değeri olumlu bir şekilde ifade etmesi, benlik saygısını olumlu yönde etkileyen kritik faktörlerden biri olarak belirlenmiştir.

Ayrıca, bağlanma stilleri ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Mikulincer ve Shaver'in (2007) çalışmaları, güvenli bağlanma stiline, bireylerin benlik saygısını olumlu yönde etkileyebileceğini

ve bu bireylerin, diğerlerine karşı daha olumlu tutumlar sergileyebileceğini ortaya koymuştur. Bu da bireyin sosyal ilişkilerinin ve genel yaşam doyumunun, benlik saygısını ve psikolojik iyiliğini nasıl etkileyebileceğine dair önemli bilgiler sunar.

Eğitim bağlamında benlik saygısı üzerine yapılan çalışmalar da dikkate değerdir. Örneğin, Marsh ve O'Mara (2008), benlik saygısının akademik başarıyla nasıl ilişkilendirildiğini ve bu iki faktör arasındaki dinamiklerin, eğitim ve öğrenme stratejilerinin geliştirilmesine nasıl yardımcı olabileceğini inceler. Akademik alandaki benlik saygısını artırmak, öğrencilerin okulda daha olumlu deneyimler yaşamalarını ve akademik başarılarını artırmalarını sağlayabilir.

Ayrıca, Crocker ve Wolfe'nin (2001) çalışmaları, benlik saygısının kaynaklarını ve bireyin benlik saygısını nasıl algıladığını derinlemesine inceler. Bireylerin benlik saygısını, diğerlerinin onayı, başarılar ve olumlu sonuçlar gibi faktörlere dayandırmalarının, onların psikolojik sağlığı ve genel yaşam doyumları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu detaylı bir şekilde incelemiştir.

Benlik saygısı ve toplumsal cinsiyet üzerine yapılan araştırmalar da oldukça kapsamlıdır. Özellikle, Kling vd. (1999) tarafından yapılan bir çalışma, erkekler ve kadınlar arasında benlik saygısı seviyeleri ve bu seviyelerin sosyal ve kültürel faktörler tarafından nasıl etkilendiği konusunda kritik bilgiler sunar. Bu, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentileri ile benlik saygısı arasındaki dinamikleri daha iyi anlamaya yardımcı olabilir.

Kültürel faktörlerin benlik saygısı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar da önemlidir. Örneğin, Heine vd. (1999), farklı kültürler arasında benlik saygısı seviyelerinin nasıl varyans gösterdiğini ve bu varyansların altında yatan faktörleri incelemişlerdir. Farklı kültürel değerler ve normlar, bireylerin benlik saygısını ve kendilerini nasıl gördüklerini etkileyebilir.

Benlik saygısı üzerine bir diğer önemli çalışma alanı da benlik saygısının genetik ve çevresel faktörler tarafından nasıl şekillendirildiğidir. Eley vd. (1999), genetik faktörlerin benlik saygısını nasıl etkileyebileceği ve çevresel faktörlerle etkileşime girebileceği konusunda kritik bilgiler sağlar. Bu, bireyin benlik saygısının, doğuştan gelen faktörlerle ve yaşam deneyimleri ile nasıl etkilenebileceğine dair önemli içgörüler sunar.

Ayrıca, benlik saygısının psikolojik bozukluklar, özellikle depresyon ve anksiyete ile nasıl ilişkilendirildiği üzerine yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Sowislo ve Orth (2013) benlik saygısının, depresyon ve anksiyete gibi ruhsal

bozukluklarla ilişkisi üzerine kapsamlı bir meta-analiz yapmışlardır. Düşük benlik saygısının, bu tür bozuklukların hem bir nedeni hem de bir sonucu olabileceği belirtilmiştir.

Benlik saygısı ile ilgili yapılan bu geniş yelpazedeki çalışmalar, konu hakkındaki bilgimizi artırmaktadır ve bu alanda gelecekte yapılabilecek araştırmalar için bir temel oluşturmaktadır. Benlik saygısı üzerine daha fazla bilgi ve araştırma, bu konudaki politika ve uygulamaları, bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarına daha uygun hale getirecek ve benlik saygısını artırmanın yollarını daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

2.2. Beden İmajına İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

2.2.1. Beden imajı nedir?

Beden imajı, bireylerin kendi fiziksel görünümlerine ilişkin düşünce, his ve algılamalarını ifade eder ve bu kavram, hem bireyin kendi vücuduna yönelik değerlendirmelerini hem de bedeni hakkında sahip olduğu duygusal deneyimleri içerir. Cash ve Pruzinsky (2002) beden imajını, bireyin kendi bedeni ile ilgili düşünce, duygu ve algılamalarını, bedeni ile ne kadar uyum içinde olduğunu ve bedeni ile ilgili kendi değerlendirmesini kapsayan bir kavram olarak tanımlamışlardır. Bu bakımdan, beden imajı, bireyin kendi vücut algısını, vücudu ile ilgili memnuniyetini ve vücudu ile ilgili endişelerini içerir.

Beden imajı, bireylerin fiziksel benliklerini nasıl algıladıkları ve hissettikleri ile ilgili genel bir kavramdır ve bu durum, çeşitli faktörlerden etkilenir, bunlar arasında medyanın güzellik standartlarına dair yarattığı algılar ve bireyler arası ilişkiler yer alır (Tiggemann ve Lynch, 2001). Dolayısıyla, beden imajı sadece bireyin kendi algıları ile sınırlı olmayıp, aynı zamanda sosyal ve kültürel etmenler tarafından da şekillendirilen çok boyutlu bir kavramdır.

Bireyin beden imajı ile ilgili olumsuz inanç ve algılamalarının psikolojik sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Stice ve Shaw (2002), beden imajı ile ilgili olumsuz inançların ve beden imajı bozukluklarının, bireylerin özsaygı, depresyon ve anksiyete düzeylerini olumsuz yönde etkileyebileceğini belirtmiştir.

Ayrıca, beden imajı algısının yeme bozuklukları ile ilişkisi üzerine çok sayıda araştırma mevcuttur. Çalışmalar, beden memnuniyetsizliği ve bozulmuş beden imajının, anoreksiya ve bulimia nervosa gibi yeme bozukluklarının gelişiminde önemli faktörler olduğunu göstermektedir (Fairburn vd., 2003). Beden imajı ile yeme

bozuklukları arasındaki bu ilişki, bireylerin vücut algıları ile ilişkili psikolojik stresin, yeme davranışlarını nasıl etkileyebileceğine dair kritik bilgiler sunmaktadır.

Beden imajının cinsiyetle olan ilişkisi de araştırma literatüründe sıkça incelenen bir konudur. Erkekler ve kadınlar arasında beden imajı algıları ve beden imajı ile ilgili yaşanan sorunlar açısından belirgin farklar bulunmaktadır. Örneğin, Frederick vd. (2007) tarafından yapılan bir çalışma, erkeklerin ve kadınların ideal vücut tipine dair farklı algılara sahip olduğunu ve bu farkların, beden imajı tatminsizliğine nasıl yol açabildiğini ortaya koymaktadır.

Beden imajını etkileyen bir diğer faktör de sosyal medya ve diğer medya platformlarındaki güzellik idealleridir. Perloff (2014), sosyal medyanın bireylerin beden imajı algıları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olabileceğini ve özellikle gençler arasında beden imajı memnuniyetsizliği ile ilgili olumsuz etkilere yol açabileceğini inceler.

Ayrıca, toplumumuzun beden algısı ve beden imajı üzerine etkisi de diğer bir önemli alandır. Bireylerin, sosyal grupları ve toplumlarının güzellik ve vücut ile ilgili standartlarını içselleştirmeleri, onların beden imajı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir (Dittmar vd., 2006). Sosyal ve kültürel faktörler, bireyin beden imajını ve vücut algısını derinden etkileyebilir, bu nedenle toplumların bu algıları nasıl etkilediğini anlamak kritik öneme sahiptir.

Spor ve beden imajı üzerine yapılan çalışmalar da beden algısının gelişimine dair içgörüler sunmaktadır. Spor yapan bireylerin beden imajı, spor yapmayanlara göre farklılık gösterebilir (Haase, 2009). Spor, bireylerin bedenlerini daha olumlu bir şekilde algılamalarına yardımcı olabilirken, aynı zamanda performans baskısı ve belirli bir beden tipine uyma baskısı yaratarak beden imajı üzerinde olumsuz bir etkiye de sahip olabilir.

Öğrenme teorileri de beden imajı üzerindeki algıların anlaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Albert Bandura'nın Sosyal Öğrenme Teorisi, bireylerin sosyal çevrelerinden, özellikle de medyadan beden imajı ile ilgili sinyaller ve mesajlar aldığını belirtmektedir (Bandura, 2001). Bu mesajlar, bireylerin kendi beden imajları ve beden algıları hakkında oluşturdukları inanç ve düşünceleri etkileyebilir.

Sonuç olarak, beden imajı, çok sayıda faktör tarafından etkilenen, psikolojik sağlık ve genel yaşam kalitesi üzerinde önemli bir etkisi olan kritik bir konsepttir. Hem teorik çerçeveler hem de beden imajı ile ilgili yapılan araştırmalar, bireylerin beden algılarını nasıl geliştirdiklerini, bu algıların nasıl değiştirilebileceğini ve beden

imajının genel sağlık ve iyi oluş üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamamıza yardımcı olur.

2.2.2. Beden imajı ve ergenlik

Ergenlik dönemi, bireyin fiziksel, duygusal ve sosyal açıdan hızlı bir değişim ve gelişim sürecinden geçtiği, bu nedenle beden imajının özellikle önem kazandığı bir zaman dilimidir (Smolak, 2004). Ergenler, bu dönemde bedenlerindeki değişiklikleri fark etmeye, bu değişiklikleri değerlendirmeye ve bu değişikliklerle ilgili duygu ve düşünceler geliştirmeye başlarlar. Buna paralel olarak, ergenlik dönemi beden imajının şekillendiği ve bedenle ilgili memnuniyet veya memnuniyetsizliğin artabileceği bir dönem olarak kabul edilmektedir (Rosenblum ve Lewis, 1999).

Beden imajı üzerindeki ergenlik dönemi değişikliklerinin çeşitli nedenleri vardır ve bunlardan biri, ergenlik döneminde yaşanan cinsel olgunlaşma ve buna bağlı olarak bedensel değişimlerdir. Vücut boyutu ve şeklindeki bu değişiklikler, ergenler arasında beden imajı sorunlarına yol açabilir çünkü bu değişiklikler, bireyin kendi bedeni ve diğerlerinin bedenleri hakkındaki düşüncelerini ve inançlarını etkiler (Markey, 2010).

Beden imajının ergenlik dönemiyle ilişkili olarak incelediği bir diğer önemli alan ise, medyanın etkisidir. Ergenler, medyanın sürekli sunduğu ideal vücut imajı ile karşı karşıya kalırlar ve bu da onların kendi bedenleri hakkındaki algılarını olumsuz yönde etkileyebilir (Levine ve Piran, 2019). Medya, gençlerin kendi beden algıları üzerinde baskı oluşturarak, idealize edilmiş ve gerçekçi olmayan vücut standartlarını benimsemelerine yol açar.

Ayrıca, akran baskısı ve akran ilişkileri de ergenlerin beden imajı üzerinde önemli bir rol oynar. Ergenler, akran gruplarını değerlendirirken ve kendi bedenlerini bu gruplarla karşılaştırırken, olumsuz beden imajı ve beden memnuniyetsizliği olasılığı artabilir (Jones, 2001). Özellikle kız ergenler, akranları tarafından nasıl algılandıklarına dair daha fazla endişe duyabilir ve bu da beden memnuniyetsizliği ile sonuçlanabilir.

Beden imajı ile ergenlik döneminde ortaya çıkan yeme bozuklukları arasında da belirgin bir bağlantı vardır. Özellikle kız ergenlerde olumsuz beden imajı, yeme bozukluklarının ortaya çıkışıyla yakından ilişkilidir ve bu, anoreksiya ve bulimia nervoza gibi ciddi sağlık sorunlarına yol açabilir (Stice, 2002). Beden imajı kaygıları ve yeme bozuklukları arasındaki bu bağlantı, ergenlerin psikolojik sağlığı üzerinde ciddi sonuçlara yol açabilir.

Cinsiyet de ergenlik döneminde beden imajını etkileyen önemli bir faktördür.

Kızlar genellikle erkeklerden daha fazla beden imajı sorunları yaşarlar, çünkü toplum ve medya, kızlara fiziksel görünüşlerinin önemli olduğu mesajını daha fazla verir (Dohnt ve Tiggemann, 2006). Bu cinsiyet temelli farklılıklar, kızların ve erkeklerin ergenlik dönemlerinde yaşadıkları beden imajı sorunlarını ve bu sorunlarla nasıl başa çıktıklarını anlamamıza yardımcı olabilir.

Bununla birlikte, ergenlik döneminde yaşanan psikososyal gelişmeler ve kimlik arayışı da bireyin beden imajını oluşturma ve algılama biçimini etkiler (Harper ve Tiggemann, 2008). Ergen, kimliğini bulmaya ve oluşturmaya çalışırken, beden imajı bu süreçte önemli bir role sahiptir, çünkü birey, sosyal kabul ve aidiyet hissi için fiziksel görünüşüne önem verebilir.

Ergenlerin aile ilişkileri ve aile içindeki iletişim biçimleri de beden imajı üzerinde etkili olabilir. Örneğin, aile bireylerinin birbirlerinin fiziksel görünüşleri hakkında yaptıkları yorumlar ve sergiledikleri tutumlar, ergenin kendi beden imajını ve bedenle ilgili düşüncelerini etkileyebilir (Keery vd., 2004). Aile içi dinamikler ve ebeveynlerin tutumları, ergenlerin beden algısını ve beden imajını şekillendirebilir.

Kültürel faktörlerin ergenlikteki beden imajı üzerindeki rolü de göz ardı edilemez. Kültürel normlar ve değerler, ergenlerin ideal vücut tipi hakkındaki inançlarını ve bu konuda nasıl hissettiklerini etkileyebilir (Tiggemann ve Lynch, 2001). Farklı kültürler, farklı vücut tiplerini ve güzellik standartlarını benimseyebilir, bu da ergenlerin bu standartlara ulaşma çabalarını ve beden imajı algılarını etkileyebilir.

Sonuç olarak, ergenlikte beden imajı, geniş bir etken yelpazesi tarafından şekillendirilir ve bu dönem, bireyin kendi bedeni hakkındaki düşünce ve inançlarının gelişiminde kritik bir aşama oluşturur. Bu dönemde yaşanan beden imajı sorunları, ergenin genel psikolojik sağlığı, özsaygısı ve sosyal ilişkileri üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir, bu nedenle bu konuda yapılan araştırmalar, ergenlerin sağlıklı bir şekilde gelişimlerini sürdürebilmeleri için önemlidir.

2.2.3. Beden imajını etkileyen faktörler

Beden imajını etkileyen faktörlerin çok yönlü olduğu ve bu faktörlerin bireyler arasında değişebileceği gözlemlenmiştir (Cash ve Pruzinsky, 2002). Toplumun geneli ve bireyin içinde bulunduğu çevre, beden imajının oluşumunda ve değişiminde temel bir rol oynar. Toplumsal cinsiyet normları, ideal vücut tipi ve estetik anlayışı ile ilgili olarak toplum tarafından oluşturulan normlar, bireyin kendi bedeni ile ilgili algıları üzerinde belirleyici olabilir.

Medyanın, beden imajı üzerindeki etkisi, bilim insanları ve psikologlar tarafından geniş çaplı olarak incelenmiş ve medyanın, bireyler üzerindeki vücut algısı ve beden imajı üzerinde olumsuz etkileri olduğu konusunda kuvvetli bir kanıt bulunmuştur (Groesz vd., 2002). Reklamlar, dergiler, televizyon programları ve sosyal medya platformları üzerinden sürekli olarak yansıtılan idealize edilmiş vücut tipleri, bireylerin kendi bedenlerine dair algılarını ve beklentilerini şekillendirir.

Bireyin aile çevresi ve aile üyelerinin beden algısı, beden imajının oluşumunda kritik bir öneme sahiptir (Smolak, 1996). Aile üyelerinin birbirlerinin ve kendi bedenlerinin fiziksel özellikleri hakkında yaptıkları yorumlar, oluşturdukları beklentiler ve sergiledikleri tutumlar, çocuklarının ve gençlerinin beden imajını şekillendirebilir. Ayrıca, ebeveynlerin kendi beden imajı ile ilgili tutum ve davranışları, çocuklarına model olabilir.

Bireyin psikolojik yapısı ve kişilik özellikleri de beden imajını etkileyen önemli faktörlerdendir (Rosen, 1990). Özsaygı, kaygı düzeyi ve genel yaşam memnuniyeti gibi psikolojik özellikler, beden imajı ile yakından ilişkilidir. Düşük özsaygı ve yüksek kaygı düzeyi olan bireylerin, beden imajı ile ilgili daha fazla sorun yaşadıkları gözlemlenmiştir.

Ergenlik dönemi, bireyin beden imajı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir çünkü bu dönem, fiziksel değişimlerin hızlandığı ve bireyin kendi bedenine dair farkındalığının arttığı bir zaman dilimidir (Tiggemann, 2004). Bu dönemde beden imajı ile ilgili sorunlar daha belirgin hale gelebilir ve bu durum, bireyin sosyal ve psikolojik uyumunu olumsuz etkileyebilir.

Eğitim ve bilgilendirme, beden imajını olumlu yönde etkileyebilecek faktörlerdendir. Özellikle genç bireylerin, medyanın sunduğu vücut idealleri ve gerçek vücut çeşitliliği hakkında bilgilendirilmesi, olumlu bir beden imajının oluşumuna katkı sağlayabilir (Wilksch ve Wade, 2009). Eğitimin, bireyin kendi bedeni hakkındaki olumlu düşüncelerini güçlendirebileceği ve beden olumlu yaklaşımı teşvik edebileceği gösterilmiştir.

Sosyal destek ve olumlu sosyal ilişkiler de beden imajının olumlu yönde gelişimine katkı sağlayabilir (Stice ve Shaw, 2002). Bireyin, bedenine dair olumsuz düşünceleri ve kaygıları ile başa çıkmasında, olumlu ve destekleyici sosyal ilişkiler önemli bir rol oynar. Aynı zamanda, sağlıklı ve olumlu sosyal çevreler, bireyin kendi bedenine olan kabulünü artırabilir ve olumsuz beden imajının azalmasına yardımcı olabilir.

Kültürel faktörler de beden imajını etkileyen önemli bir faktördür (Perloff, 2014). Farklı kültürlerde farklı güzellik standartları ve ideal vücut tipleri benimsenir. Bu nedenle, bir bireyin kendi bedenini değerlendirmesi ve beden imajını oluşturmaları, kültürel değerler ve normlar tarafından şekillendirilebilir. Ayrıca, kültürel olarak benimsenen davranışlar ve ritüeller, beden algısını etkileyebilir.

Bireyin yaşam deneyimleri ve travmatik olaylar da beden imajını etkileyebilir. Özellikle cinsel saldırı, zorbalık veya istismar gibi travmatik deneyimler, bireyin kendi bedenine olan güvenini ve beden imajını olumsuz etkileyebilir (Farrow vd., 2015). Bu tür deneyimler, bireyin kendine yönelik olumsuz düşünceler geliştirmesine neden olabilir.

Sonuç olarak, beden imajını etkileyen faktörler oldukça karmaşıktır ve bireyden bireye farklılık gösterebilir. Toplumun geneli, medya, aile, psikolojik yapı, eğitim, sosyal destek, kültürel faktörler ve yaşam deneyimleri gibi birçok faktör, bireyin beden imajını şekillendirir ve değiştirir. Bu faktörlerin bir araya gelmesi, bireyin kendi bedeni ile olan ilişkisini karmaşık bir şekilde etkiler ve olumlu veya olumsuz sonuçlara yol açabilir.

2.2.4. Beden imajı ve ruh sağlığı

Beden imajı, bireyin kendi fiziksel görünüşüne dair zihinsel temsili ve bu görünüşle ilgili duygusal deneyimleri kapsar. Pozitif bir beden imajı, kişinin kendi vücuduyla barışık olmasını, negatif bir beden imajı ise vücut memnuniyetsizliğini ifade eder (Cash ve Pruzinsky, 2002). Ruh sağlığı ile beden imajı arasındaki ilişki, son yıllarda psikoloji ve psikiyatri alanlarında giderek daha fazla ilgi görmektedir.

Araştırmalar, beden imajı bozukluklarının depresyon, anksiyete ve düşük benlik saygısı gibi çeşitli ruh sağlığı sorunları ile yakından ilişkili olduğunu göstermiştir (Grabe vd., 2008). Özellikle ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerinde, beden imajı kaygılarının ruh sağlığını olumsuz etkileyebileceği belirtilmektedir (Tiggemann, 2011).

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, özellikle genç bireyler idealize edilmiş beden imajlarına maruz kalmaktadır. Bu durum, gerçekçi olmayan beden standartlarına ulaşma çabası içinde olan gençlerde ruh sağlığı sorunlarının artmasına yol açabilir (Perloff, 2014). Özellikle kız ergenlerde, sosyal medya üzerinden maruz kalınan idealize edilmiş beden imajlarına ulaşma arzusu yüksek düzeyde beden memnuniyetsizliği ve buna bağlı ruh sağlığı sorunlarına neden olabilmektedir (Fardouly vd., 2015).

Eğitim kurumlarında yapılan çalışmalar, öğrenciler arasında beden imajı memnuniyetsizliğinin yaygın olduğunu ve bu durumun akademik başarı, sosyal ilişkiler ve genel yaşam kalitesi üzerinde olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir (Clay vd., 2005). Beden memnuniyetsizliği yaşayan bireylerde sosyal çekilme, yalnızlık ve akran zorbalığına maruz kalma riski artmaktadır (Stice ve Whitenton, 2002).

Beden imajı bozuklukları, aşırı kilo alma veya verme, yeme bozuklukları gibi sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. Bu durumlar, bireyin fiziksel sağlığını doğrudan etkileyebilir ve dolaylı olarak ruh sağlığını da olumsuz yönde etkileyebilir (Smolak ve Levine, 2011). Yeme bozuklukları ve beden imajı sorunları arasında güçlü bir ilişki bulunmakta, bu durumların her ikisi de bireyin ruh sağlığı üzerinde derin etkilere sahip olabilmektedir (Fairburn ve Harrison, 2003).

Kültürel faktörler, beden imajı ve ruh sağlığı üzerinde etkili olabilmektedir. Özellikle batı toplumlarında idealize edilen zayıf beden imajının, beden memnuniyetsizliği ve bunun sonucu olarak ruh sağlığı sorunlarının ortaya çıkmasında etkili olduğu gözlemlenmiştir (Dittmar, 2009). Türkiye'de yapılan çalışmalar da kültürel idealize edilen beden imajı ile gençler arasında artan beden memnuniyetsizliği ve bu durumun ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya koymaktadır (Altıparmak, 2012).

Toplumsal cinsiyet rolleri de beden imajı ve ruh sağlığı arasındaki ilişkide önemli bir faktördür. Kadınlar ve erkekler, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentileri nedeniyle farklı beden imajı baskılarına maruz kalmaktadır. Kadınlar genellikle zayıflık ve estetik görünüm, erkekler ise kaslı ve atletik bir vücut görünümüne sahip olma baskısı altında olabilirler (Grogan, 2008).

Sonuç olarak, beden imajı ve ruh sağlığı arasındaki ilişki, bireylerin sosyal, kültürel ve psikolojik faktörlerin bir araya gelmesiyle şekillenen karmaşık bir yapıdır. Bu ilişkinin daha iyi anlaşılması, ruh sağlığı alanında müdahale ve önleme çalışmalarının geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

2.2.5. Beden imajı ile ilgili yapılan çalışmalar

Beden imajı üzerine yapılan bilimsel çalışmalar, bu alanın çok boyutlu ve disiplinlerarası bir karaktere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışmalar, psikoloji, sosyoloji, sağlık bilimleri ve medya etkileşimleri gibi çeşitli alanlarda gerçekleştirilmiş ve beden imajının bireylerin ruh sağlığı, sosyal ilişkiler ve öz algıları

üzerindeki etkilerini incelemiştir.

Psikolojik perspektiften bakıldığında, beden imajı ile ilgili araştırmalar, özellikle yeme bozuklukları ve benlik saygısı sorunlarına odaklanmıştır. Örneğin, Stice ve Shaw (2002) tarafından yapılan bir çalışma, beden memnuniyetsizliğinin yeme bozukluklarına yol açabileceğini ve bu durumun özellikle ergen kızlar arasında yaygın olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyanın yaygınlaşması ile beden imajı üzerine yapılan çalışmaların bir kısmı, sosyal medya ve idealize edilmiş beden imajları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Fardouly vd. (2015) yaptığı çalışma, sosyal medya kullanımının genç kadınların beden imajı memnuniyetsizliği üzerindeki etkilerini ele almış ve bu platformların idealize beden standartlarına maruz kalma sıklığı ile beden memnuniyetsizliği arasında bir bağlantı olduğunu ortaya koymuştur.

Medya ve kültürel etkiler, beden imajı araştırmalarında önemli bir yere sahiptir. Dittmar (2009), medyanın beden imajı üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında, medyanın idealize edilmiş beden imajlarını yayarak, özellikle gençlerde beden memnuniyetsizliğine ve takıntılı beden algısına yol açtığını belirtmiştir.

Beden imajı üzerine yapılan çalışmaların bir kısmı da cinsiyet farklılıklarını ele almıştır. Örneğin, Grogan (2008) cinsiyetler arasındaki beden imajı farklılıklarını incelemiş ve kadınlar ile erkeklerin bedenlerine yönelik algıları ve memnuniyet düzeylerindeki farklılıkları gözler önüne sermiştir.

Türkiye'de yapılan araştırmalar da beden imajı konusuna eğilmiştir. Öztürk ve Bahadır (2019), Türk toplumunda gençlerin beden imajı algılarını ve bu algıların ruh sağlığı üzerindeki etkilerini inceleyen bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma, kültürel etmenlerin beden imajı algıları üzerinde önemli bir rol oynadığını ve bu algıların gençlerin ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermiştir.

Beden imajı ve yeme bozuklukları arasındaki ilişki, birçok araştırmada ele alınmıştır. Fairburn ve Harrison (2003), yeme bozukluklarının beden imajı bozuklukları ile yakından ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar, beden memnuniyetsizliğinin yeme bozukluklarının gelişiminde önemli bir etken olduğunu ortaya koymuştur.

Beden imajı çalışmaları ayrıca fiziksel aktivite ve sporla ilgili konulara da değinmiştir. Tiggemann vd. (2011) yaptığı araştırmada, düzenli fiziksel aktivitenin genç kadınların beden imajı üzerinde olumlu etkiler yaratabileceği belirtilmiştir.

Beden imajı araştırmalarının bir diğer önemli yönü, beden memnuniyetsizliğinin

sosyal ilişkilere ve akademik başarıya etkisidir. Clay vd. (2005) tarafından yapılan çalışma, beden memnuniyetsizliğinin gençlerin sosyal ilişkileri ve akademik performansı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini göstermiştir.

Sonuç olarak, beden imajı ile ilgili yapılan çalışmalar, bu konunun geniş bir yelpazede incelenmesi gereken karmaşık bir konu olduğunu göstermektedir. Bu çalışmalar, beden imajının bireylerin ruh sağlığı, sosyal ilişkiler, kültürel etkileşimler ve medya algıları üzerinde önemli etkileri olduğunu ortaya koymaktadır.

2.3. Sosyal Medyaya İlişkin Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

2.3.1. Sosyal medya tarihçesi

Sosyal medyanın kökenleri, internetin ilk günlerine, özellikle de 1970'lerin sonlarına ve 1980'lerin başlarına kadar uzanmaktadır. Bu dönemde, internet kullanıcıları çoğunlukla bilim insanları ve akademisyenlerden oluşuyordu ve internet, ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) adıyla bilinen bir proje olarak hayat bulmuştu (Leiner vd., 1997). Bu dönemin internet kullanımı, bugünkü sosyal medyanın çok temel bir versiyonu sayılabilir.

1990'larla birlikte internetin daha geniş kitlelere ulaşması ve World Wide Web'in ortaya çıkışı, sosyal medyanın temellerinin atılmasına zemin hazırladı. İlk sosyal ağ siteleri 1990'ların sonlarında ortaya çıkmaya başladı. SixDegrees.com, 1997 yılında kurulan ve kullanıcıların profil oluşturup birbirleriyle bağlantı kurabildikleri ilk sosyal ağ sitesi olarak kabul edilir (Boyd ve Ellison, 2007).

2000'lerin başında, Friendster, MySpace ve LinkedIn gibi platformlar ortaya çıktı. Bu siteler, kullanıcılara kendilerini ifade etme ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçme fırsatları sundu. Özellikle MySpace, gençler arasında popüler bir platform haline geldi ve sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisinin ilk sinyallerini verdi (Lenhart ve Madden, 2007).

2004 yılında Facebook'un kurulması, sosyal medya tarihinde bir dönüm noktası oldu. Facebook, kullanıcılara arkadaşlarıyla bağlantıda kalmalarını, fotoğraf ve durum güncellemeleri paylaşmalarını sağladı ve kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaştı (Kaplan ve Haenlein, 2010). Facebook, sosyal medyanın popülerliğini ve etkisini küresel ölçekte artırdı.

2006 yılında Twitter'ın piyasaya sürülmesiyle, sosyal medyanın yönü daha da değişti. Twitter, kullanıcılara 140 karakterle sınırlı gönderiler yapma imkânı sunarak, hızlı ve öz bilgi paylaşımını teşvik etti. Bu özellik, özellikle haberlerin ve güncel olayların hızla yayılmasını sağladı (Kwak vd., 2010).

Instagram ve Pinterest gibi görsel ağırlıklı sosyal medya platformlarının ortaya çıkışıyla, kullanıcıların ilgisini çeken içeriklerin türü ve paylaşım şekli de değişmeye başladı. Özellikle Instagram, kullanıcıların günlük yaşamlarını ve deneyimlerini görsel olarak paylaşımlarını sağlayarak popüler bir platform haline geldi (Hu vd., 2014).

Son yıllarda, Snapchat, TikTok gibi yeni nesil sosyal medya uygulamaları, özellikle genç kullanıcılar arasında popülerlik kazanmıştır. Bu platformlar, hızlı ve etkileşimli içerik paylaşımı, kısa video formatları ve artırılmış gerçeklik özellikleri sunarak, sosyal medyanın evrimini sürdürmektedir (Piwek ve Joinson, 2016).

Türkiye'de sosyal medya kullanımı, 2000'lerin ortalarından itibaren hızla artmıştır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlar, Türk kullanıcılar arasında oldukça popüler hale gelmiştir. Bu popülerlik, Türkiye'deki gençlerin sosyal medya alışkanlıklarını ve bu platformların kültürel ve sosyal etkilerini araştıran birçok çalışmanın yapılmasına sebep olmuştur (Aydın, 2015).

Sosyal medyanın tarihçesi, aynı zamanda teknoloji, iletişim ve kültürel değişimlerin bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. Bu platformlar, toplumsal ve bireysel düzeyde etkileşim biçimlerini dönüştürmüş ve yeni bir iletişim ve ifade kültürünün ortaya çıkmasına öncülük etmiştir (Van Dijck, 2013).

2.3.2. Sosyal medya nedir?

Sosyal medya, internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla kullanıcıların içerik oluşturmalarını, paylaşmasını ve bu içerik üzerine etkileşime girmesini sağlayan dijital platformlar bütünüdür. Boyd ve Ellison (2007) sosyal medya platformlarını, kullanıcıların profil oluşturabildiği, diğer kullanıcılarla ağ kurabildiği ve birbirlerinin içeriklerini görebildiği çevrimiçi mekânlar olarak tanımlar. Sosyal medya hem bireysel hem de toplumsal düzeyde iletişim ve etkileşim şekillerini kökten değiştirmiştir.

Sosyal medyanın temel özellikleri arasında kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmaları (user-generated content), bu içeriklerin paylaşılması ve sosyal ağlar üzerinden yayılması yer alır. Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyanın esnek yapısının, kullanıcıların kendi içeriklerini kolayca oluşturup paylaşımlarına olanak tanıdığını belirtir. Bu durum, geleneksel medya ile sosyal medya arasında belirgin bir fark yaratır; zira sosyal medya, kullanıcıların aktif katılımcılar haline gelmesini sağlar.

Sosyal medyanın en belirgin özelliklerinden biri de etkileşim ve topluluk oluşturma kabiliyetidir. Ellison vd. (2007) sosyal sermaye kavramını sosyal medya bağlamında ele alarak, bu platformların kullanıcılar arasında güçlü sosyal bağlar ve

topluluk hissi oluşturabileceğini vurgular. Sosyal medya, kullanıcıların benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle bağlantı kurmalarını ve sosyal destek ağları oluşturmasını kolaylaştırır.

Sosyal medya, aynı zamanda bilgi paylaşımı ve erişim açısından önemli bir rol oynar. Kwak vd. (2010), Twitter'ın haber yayılımında önemli bir araç haline geldiğini, sosyal medya platformlarının geleneksel haber kaynaklarına alternatif bir bilgi akışı sağladığını belirtir. Bu platformlar, kullanıcıların güncel olaylar hakkında bilgi almasını, bu olaylar hakkında görüşlerini ifade etmesini ve geniş kitlelerle etkileşime girmesini sağlar.

Sosyal medyanın bir diğer önemli yönü, kişisel markalaşma ve kendini ifade etme imkanıdır. Manovich (2013) sosyal medyanın, bireylerin kendilerini dijital dünyada ifade etme ve kişisel markalarını oluşturma fırsatı sunduğunu belirtir. Kullanıcılar, sosyal medya profilleri aracılığıyla kendilerini, ilgi alanlarını ve yeteneklerini sergileyebilir.

Sosyal medya, aynı zamanda pazarlama ve reklamcılık açısından da büyük bir öneme sahiptir. Tuten ve Solomon (2017) sosyal medyanın, işletmelerin hedef kitlelerine ulaşmasını, marka bilinirliğini artırmasını ve müşterilerle doğrudan etkileşime geçmesini sağlayan güçlü bir araç olduğunu vurgular. İşletmeler, sosyal medya aracılığıyla ürün ve hizmetlerini tanıtabilir, müşteri geri bildirimlerini alabilir ve pazar araştırması yapabilir.

Sosyal medya aynı zamanda eğitim alanında da etkili olmuştur. Greenhow ve Askari (2017), sosyal medyanın eğitimde kullanımının, öğrenme süreçlerini zenginleştirdiğini ve öğrencilerin bilgiye erişimini kolaylaştırdığını belirtir. Öğrenciler ve öğretmenler, sosyal medya aracılığıyla kaynak paylaşabilir, tartışma grupları oluşturabilir ve öğrenme deneyimlerini genişletebilir.

Sosyal medyanın psikolojik ve sosyal etkileri de önemli bir araştırma alanıdır. Kross vd. (2013) Facebook kullanımının kullanıcıların ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini gösteren çalışmalar yapmıştır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı, yalnızlık, depresyon ve anksiyete gibi ruh sağlığı sorunlarıyla ilişkilendirilmiştir.

Sonuç olarak, sosyal medya, modern toplumların iletişim, etkileşim ve bilgi paylaşımı açısından vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu platformlar, kullanıcıların yaşam tarzlarını, sosyal ilişkilerini ve bilgiye erişim biçimlerini değiştirmiştir. Sosyal medyanın etkilerini anlamak, bireylerin ve toplumların bu

platformları nasıl kullanacağını ve bu kullanımın olası sonuçlarını daha iyi kavramalarını sağlar.

2.3.3. Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki fark

Sosyal medya ve geleneksel medya, modern toplumların iletişim biçimleri üzerinde derin etkiler yaratmıştır, ancak her ikisinin işleyişi, etkileşim biçimi ve içerik üretim süreçleri açısından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkları anlamak, medyanın toplum üzerindeki etkilerini daha iyi kavramamıza yardımcı olur.

Geleneksel medya, gazete, televizyon ve radyo gibi medya türlerini içerir ve içerik üretimi genellikle profesyonel gazeteciler, yazarlar ve editörler tarafından gerçekleştirilir (McQuail, 2010). Bu medya biçimleri, yüzyıllar boyunca toplumların ana haber ve bilgi kaynakları olmuştur ve genellikle tek yönlü bir iletişim akışına sahiptir, yani içerik tüketicileri genellikle içeriğin üretim sürecine katılamazlar.

Sosyal medya ise internet tabanlı platformlar olup, kullanıcıların içerik üretimine ve paylaşımına olanak tanır. Boyd ve Ellison (2007) sosyal medyanın, kullanıcıların kendi oluşturdukları içerikleri arkadaşlarıyla veya geniş kitlelerle paylaşabildikleri çevrimiçi ağlar olduğunu belirtir. Bu açıdan sosyal medya, içerik üretimi ve paylaşımı konusunda demokratik bir yapı sunar.

Geleneksel medyada içerik, genellikle belirli kurallar ve standartlar çerçevesinde üretilir ve yayınlanır. Bu süreç, içeriğin doğruluğunu ve kalitesini kontrol etmek için önemlidir, ancak aynı zamanda içerik üretimini ve yayılımını sınırlar (Curran ve Seaton, 2018). Sosyal medyada ise içerik üretimi daha serbest ve hızlıdır, ancak bu durum içeriğin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda sorunlar yaratabilir.

Sosyal medya, etkileşim ve geri bildirim açısından geleneksel medyadan oldukça farklıdır. Sosyal medya kullanıcıları, beğeni, yorum ve paylaşım yoluyla içeriklere hızlı bir şekilde tepki verebilir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bu, sosyal medyanın dinamik ve etkileşimli bir iletişim ortamı olduğunu gösterir. Geleneksel medya ise genellikle bu tür anlık etkileşimlere izin vermez.

Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte, bireyler artık kendi izleyici kitlelerini oluşturabilir ve kişisel markalarını yaratabilirler. Manovich (2013) sosyal medyanın, bireylerin kendilerini ifade etme ve toplumda görünür olma biçimlerini değiştirdiğini belirtir. Geleneksel medyada ise bu tür fırsatlar genellikle sınırlıdır.

Geleneksel medyanın finansmanı ve mülkiyet yapısı, genellikle reklam gelirleri ve abonelik ücretleri gibi geleneksel yöntemlere dayanır (Picard, 2004). Sosyal medya platformları ise, genellikle reklam gelirlerine ve kullanıcı verilerinin analizine dayalı

bir iş modeli izler. Bu, sosyal medya şirketlerinin gelir elde etme ve işletme stratejilerinde önemli farklılıklar yaratır.

Sosyal medya, kullanıcılarının günlük yaşamlarının bir parçası haline gelmiş ve zaman içinde geleneksel medyanın yerini almaya başlamıştır. Newman vd. (2019) tarafından yapılan bir araştırma, özellikle genç nesillerin haberleri sosyal medya üzerinden takip etme eğiliminde olduğunu gösterir. Bu durum, medya tüketim alışkanlıklarındaki değişimi yansıtır.

Sosyal medya, kullanıcıların kendilerini ifade etme, bilgi paylaşma ve topluluk oluşturma biçimlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu platformlar, bireylerin ve grupların seslerini daha geniş kitlelere duyurmasını sağlar. Geleneksel medyanın aksine, sosyal medya kullanıcıları, içerikleriyle doğrudan etkileşime geçebilir ve toplumsal konular üzerinde tartışabilirler (Papacharissi, 2015).

Geleneksel medya ve sosyal medya arasındaki bu farklılıklar, modern toplumların iletişim biçimlerinin anlaşılması açısından önemlidir. Her iki medya biçiminin avantajları ve dezavantajları, toplumların bilgiye erişim, haber tüketimi ve iletişim pratikleri üzerinde önemli etkiler yaratır.

2.3.4. Sosyal medyanın özellikleri

Sosyal medya, modern iletişim ve etkileşimin temel taşlarından biri haline gelmiştir. Bu platformların benzersiz özellikleri, onları geleneksel medya biçimlerinden ayıran ve bireysel kullanıcılar için çekici kılan unsurları içerir. Bu özelliklerin her biri, sosyal medyanın toplum üzerindeki etkisini ve kullanım biçimlerini anlamak için önemlidir.

İçerik Oluşturma ve Paylaşımı: Sosyal medyanın belki de en belirgin özelliği, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturabilmesi ve bu içerikleri geniş bir kitleyle paylaşabilmesidir. Kaplan ve Haenlein (2010), sosyal medyanın kullanıcılarına esnek bir içerik oluşturma ve paylaşma ortamı sunduğunu belirtir. Bu özellik, kullanıcılara kendilerini ifade etme ve bilgiyi yayma konusunda önemli bir güç verir.

Etkileşimlilik: Sosyal medya, kullanıcılar arasında iki yönlü veya çok yönlü etkileşimleri destekler. Ellison vd. (2007), sosyal medyanın bireylerin birbirleriyle iletişim kurmasını ve etkileşime girmesini kolaylaştırdığını belirtir. Bu etkileşimler, yorumlar, beğeniler ve paylaşımlar yoluyla gerçekleşir.

Gerçek Zamanlılık: Sosyal medya platformları, içeriklerin ve bilgilerin gerçek zamanlı olarak paylaşılmasını ve tüketilmesini sağlar. Kwak vd. (2010), Twitter'ın haberleri yayma ve olaylara anında tepki verme kapasitesine dikkat çeker. Bu özellik,

sosyal medyanın dinamik ve anlık bir iletişim aracı olmasını sağlar.

Kişiselleştirme: Sosyal medya kullanıcıları, ilgi alanlarına ve tercihlerine göre içerikleri kişiselleştirebilir. Manovich (2013), sosyal medyanın kullanıcıların kendi ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş deneyimler oluşturmaya olanak tanıdığını belirtir. Bu, kullanıcıların alakalı ve ilgi çekici içeriklere erişimini kolaylaştırır.

Kullanıcı Katılımı: Sosyal medya, kullanıcıların içerik oluşturma sürecine aktif olarak katılımını teşvik eder. Tuten ve Solomon (2017) sosyal medyanın kullanıcı katılımını ve etkileşimini artırdığını, böylece daha etkili ve dinamik bir iletişim ortamı oluşturduğunu ifade eder.

Ağ Oluşturma: Sosyal medya, bireylerin sosyal ağlar oluşturmalarını ve bu ağlar üzerinden ilişkiler kurmasını sağlar. Boyd ve Ellison (2007) sosyal ağ sitelerinin, kullanıcıların mevcut sosyal ilişkilerini güçlendirmesine ve yeni ilişkiler kurmasına yardımcı olduğunu vurgular.

Erişilebilirlik: Sosyal medya platformları, geniş bir kitleye kolay erişim sağlar. İnternet bağlantısı olan herkes sosyal medya platformlarını kullanabilir ve içeriklerini paylaşabilir. Bu, sosyal medyanın toplumsal ve kültürel sınırları aşan bir iletişim aracı olmasını sağlar.

Çoklu Medya Formatları: Sosyal medya, metin, görsel, video ve ses gibi çeşitli medya formatlarını destekler. Bu çeşitlilik, kullanıcıların çeşitli biçimlerde içerik üretmesine ve tüketmesine olanak tanır (Greenhow ve Askari, 2017).

Mobil Uyumluluk: Sosyal medya platformlarının çoğu, mobil cihazlarla uyumlu olarak tasarlanmıştır. Bu durum, kullanıcıların hareket halindeyken bile sosyal medyayı kullanmalarını sağlar (Aydın, 2015).

Demokratikleşme: Sosyal medya, bilgiye erişimi demokratikleştirir ve kullanıcıların seslerini daha geniş kitlelere duyurmasını sağlar. Papacharissi (2015), sosyal medyanın toplumsal ve siyasal katılım için yeni fırsatlar sunduğunu belirtir. Bu özellik, sosyal medyanın toplumsal değişim ve etkileşimde önemli bir rol oynadığını gösterir.

Sosyal medyanın bu özellikleri, bireylerin ve toplumların bilgiye erişim, iletişim ve etkileşim biçimlerini dönüştürmektedir. Bu platformların sunduğu imkanlar ve meydan okumalar, modern iletişim pratiklerinin anlaşılmasında kritik öneme sahiptir.

2.3.5. Sosyal medya araçları

2.3.5.1. Sosyal ağ siteleri

Sosyal ağ siteleri, sosyal medyanın en popüler ve etkili araçlarından biridir. Bu platformlar, bireylerin kendilerini ifade etmeleri, iletişim kurmaları ve bilgi paylaşımları için geniş olanaklar sunar. Sosyal ağ sitelerinin ortaya çıkışı ve gelişimi, modern iletişim ve sosyal etkileşim biçimlerinde devrim yaratmıştır.

Sosyal ağ sitelerinin temel özelliği, kullanıcıların profil oluşturmaları ve diğer kullanıcılarla bağlantı kurmasıdır. Boyd ve Ellison (2007) sosyal ağ sitelerini, kullanıcıların profiller oluşturabildiği, birbirlerini arkadaş veya takipçi olarak ekleyebildiği ve birbirlerinin paylaşımlarını görebildiği online platformlar olarak tanımlar. Bu özellik, kullanıcılara geniş bir sosyal ağ oluşturma ve bu ağ üzerinden etkileşim kurma imkânı sunar.

Sosyal ağ sitelerinin ilk örneklerinden biri 1997 yılında kurulan SixDegrees.com'dur. Bu site, kullanıcıların profiller oluşturmalarına ve arkadaş listeleri yapmasına olanak tanıyarak sosyal ağ kurma konseptini hayata geçirmiştir (Boyd ve Ellison, 2007). SixDegrees.com, sosyal ağ sitelerinin ilk adımlarını atmasında önemli bir rol oynamıştır.

2000'lerin başında, Friendster ve MySpace gibi platformlar popülerlik kazandı. Bu siteler, kullanıcılara kendilerini ifade etme ve sosyal çevreleriyle etkileşimde bulunma konusunda daha fazla özgürlük ve seçenek sundu (Lenhart ve Madden, 2007). Özellikle MySpace, gençler arasında popüler bir sosyal ağ sitesi olarak ön plana çıktı.

Facebook'un 2004 yılında kurulmasıyla, sosyal ağ siteleri yeni bir döneme girdi. Facebook, kullanıcıların arkadaşlarını eklemeleri, durum güncellemeleri yapmaları, fotoğraf ve video paylaşımları gibi özellikler sunarak, sosyal ağ oluşturma ve bilgi paylaşımı konusunda yeni standartlar belirledi (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bugün Facebook, dünya çapında milyarlarca kullanıcıya sahip en büyük sosyal ağ platformlarından biridir.

LinkedIn, profesyonel ağ oluşturma ve iş dünyasında bağlantılar kurma konusunda odaklanmış bir sosyal ağ sitesidir. Bu platform, iş arayanlar ve işverenler için önemli bir kaynak haline gelmiş, profesyonel ilişkilerin kurulması ve iş fırsatlarının paylaşılması konusunda etkili bir araç olmuştur (Nair ve Bhaskaran, 2011).

Twitter, kısa mesaj formatıyla (tweet) bilgi paylaşımını ve hızlı iletişim kurmayı

mümkün kılar. Twitter, kullanıcıların düşüncelerini, haberleri ve güncel olayları kısa ve öz biçimde paylaşımlarına olanak tanır (Kwak vd., 2010). Twitter, aynı zamanda önemli siyasi ve sosyal olaylarda kamuoyu oluşturmada ve bilgi yayılımında etkili bir rol oynamaktadır.

Instagram, görsel içerik paylaşımına odaklanan bir sosyal ağ sitesidir. Bu platform, kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımlarını sağlayarak, görsel ifade ve yaratıcılığın önemli bir merkezi haline gelmiştir (Hu vd., 2014). Instagram, özellikle genç kullanıcılar arasında popülerdir ve markalar için önemli bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır.

Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kişisel bilgilerini, ilgi alanlarını ve aktivitelerini paylaşımlarına olanak tanırken, gizlilik ve veri güvenliği konularında da bazı endişeleri beraberinde getirmiştir. Bu sitelerin kullanıcı verilerini nasıl işlediği ve koruduğu, toplumsal ve yasal tartışmaların önemli bir konusudur (Fuchs, 2017).

Sonuç olarak, sosyal ağ siteleri, modern iletişim ve etkileşimin temel taşlarından biri olup, insanların birbirleriyle nasıl bağlantı kurduğunu ve bilgi paylaştığını kökten değiştirmiştir. Bu platformlar, kullanıcılara geniş bir sosyal ağ oluşturma, kendilerini ifade etme ve bilgi paylaşma imkanları sunarak, sosyal medyanın temel unsurları haline gelmiştir.

2.3.5.2. Fotoğraf ve video paylaşım siteleri

Fotoğraf ve video paylaşım siteleri, sosyal medyanın en etkileyici ve popüler unsurlarından biridir. Bu platformlar, kullanıcıların görsel içerikleri yaratmasını, düzenlemesini ve geniş bir kitleyle paylaşmasını sağlayarak, dijital iletişimin ve ifadenin önemli yollarından biri haline gelmiştir.

İlk olarak, fotoğraf paylaşım sitelerinin popülerliği ve etkisinin artışı, dijital teknolojinin gelişimiyle yakından ilişkilidir. Dijital kameraların ve akıllı telefonların yaygınlaşması, kullanıcıların kolayca fotoğraf çekmelerini ve bunları çevrimiçi platformlarda paylaşımlarını mümkün kılmıştır (Van Dijck, 2013). Bu gelişmeler, görsel iletişimin ve görsel kültürün sosyal medyada daha önemli bir rol oynamasına yol açmıştır.

Instagram, fotoğraf ve video paylaşım siteleri arasında öne çıkan bir örnektir. 2010 yılında kurulan Instagram, kullanıcıların fotoğraflarını paylaşımlarını, bu fotoğrafları filtreler ve düzenleme araçları ile iyileştirmelerini ve diğer kullanıcılarla etkileşime girmelerini sağlar (Hu vd., 2014). Instagram, görsel içeriğin yanı sıra hikayeler, canlı yayınlar ve IGTV gibi özellikleri ile de kullanıcı deneyimini

genişletmiştir.

YouTube, video paylaşımı konusunda lider bir platformdur ve kullanıcılara video yüklemelerini, paylaşmalarını ve yorum yapmalarını sağlar. Kurulduğu 2005 yılından bu yana YouTube hem bireysel kullanıcılar hem de profesyonel içerik üreticileri için önemli bir mecra haline gelmiştir (Burgess ve Green, 2018). YouTube ayrıca, eğitim, eğlence ve bilgi edinme gibi çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır.

Flickr ve Picasa gibi siteler, kullanıcıların fotoğraflarını yükleyebilecekleri ve bu fotoğrafları albümler halinde düzenleyebilecekleri platformlar sunar. Bu siteler, fotoğraf meraklıları ve profesyonel fotoğrafçılar için popüler tercihler arasındadır ve kullanıcıların çalışmalarını sergilemelerine olanak tanır (Highfield ve Leaver, 2016).

Vimeo, yüksek kaliteli video içeriği paylaşımına odaklanan bir başka popüler platformdur. Vimeo, özellikle film yapımcıları ve yaratıcı profesyoneller tarafından tercih edilmekte ve kullanıcılara reklamsız bir deneyim sunmaktadır (Burgess ve Green, 2018). Vimeo'nun bu özelliği, platformu içerik üreticileri için cazip kılmaktadır.

Snapchat, özellikle genç kullanıcılar arasında popüler olan bir fotoğraf ve video paylaşım uygulamasıdır. Snapchat'in en belirgin özelliği, gönderilen içeriklerin sadece kısa bir süre görüntülenebilir olması ve sonra otomatik olarak silinmesidir (Piwek ve Joinson, 2016). Bu zellik, kullanıcıların anlık ve geçici içerikler yaratmasını teşvik eder.

TikTok, kısa video içeriklerinin paylaşıldığı ve hızla popülerlik kazanan bir sosyal medya platformudur. TikTok, kullanıcıların müzik eşliğinde kısa videolar çekmesini ve bu videoları platformda paylaşmasını sağlar. Ayrıca, çeşitli filtreler ve efektler kullanarak yaratıcılığı teşvik eder (Montag vd., 2020).

Pinterest, görsel bir keşif ve paylaşım platformudur. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre görselleri "pin"leyebilir ve tematik "panolar" oluşturabilir. Pinterest, özellikle moda, dekorasyon, yiyecek ve zanaat gibi alanlarda ilham arayan kullanıcılar için popülerdir (Ottoni vd., 2013).

500px ve Behance gibi platformlar, profesyonel fotoğrafçılar ve tasarımcılar için özel olarak tasarlanmıştır. Bu siteler, kullanıcıların portföylerini sergilemelerini ve sanat eserlerini paylaşmalarını sağlar. Ayrıca, sanat ve tasarım topluluğu içinde ağ oluşturmayı ve iş birliklerini teşvik eder (Highfield ve Leaver, 2016).

Sonuç olarak, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, sosyal medyanın görsel boyutunu temsil eder ve kullanıcıların yaratıcılıklarını ifade etmelerine, iletişim

kurmalarına ve topluluklar oluşturmalarına geniş olanaklar sunar. Bu platformlar, modern dijital kültürde önemli bir yer tutar ve görsel içeriğin paylaşımı ve tüketimi üzerinde büyük bir etkiye sahiptir.

2.3.5.3. Bloglar

Bloglar, dijital çağın ilk yıllarından itibaren internetin önemli bir parçası olarak ortaya çıkmış ve zamanla kullanıcıların düşüncelerini, deneyimlerini ve bilgilerini paylaşmaları için bir mecra haline gelmiştir. Blog terimi, "web log" kelimelerinin kısaltılmasıyla oluşturulmuş ve internet kullanıcılarının çevrimiçi günlükler tutmalarını ifade eder.

İlk bloglar, 1990'ların sonlarında ortaya çıkmış ve kişisel günlükler olarak kullanılmıştır. Blood (2002) blogların, internetin demokratikleşmesinde ve kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmada önemli bir rol oynadığını belirtir. Bu erken dönem bloglar, çoğunlukla metin tabanlıydı ve sıklıkla güncellenirdi.

Bloglar zamanla evrildi ve çeşitlendi. Kişisel blogların yanı sıra, konu odaklı bloglar da popülerlik kazandı. Bu bloglar, spesifik alanlarda uzmanlaşmış ve belirli konularda derinlemesine bilgi sunmaya başladı. Örneğin, teknoloji, moda, seyahat, yemek ve sağlık gibi çeşitli alanlarda uzmanlaşmış bloglar bulunmaktadır (Nardi vd., 2004).

Blogların popülerleşmesi, içerik üretiminin ve yayılmasının demokratikleşmesini sağladı. Herkesin bir blog başlatması ve kendi fikirlerini, görüşlerini veya bilgilerini geniş bir kitleyle paylaşması mümkün hale geldi (Miller ve Shepherd, 2004). Bu durum, geleneksel medya ile karşılaştırıldığında, daha eşitlikçi ve erişilebilir bir bilgi paylaşımı ortamı oluşturdu.

Bloglar, interaktivite açısından da zengin bir platform sunar. Okuyucular, blog yazılarına yorum yapabilir, görüşlerini ifade edebilir ve yazarlarla doğrudan etkileşime girebilir. Halavais (2004) bu interaktivitenin, blogların topluluk oluşturma ve diyalog yürütme açısından önemli bir işlev gördüğünü belirtir.

Blogların yükselişi, aynı zamanda arama motorları ve sosyal medya platformlarıyla etkileşimi içerir. Blog içerikleri genellikle SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) teknikleri kullanılarak optimize edilir ve sosyal medya üzerinden yayılır. Bu durum, blogların daha geniş kitlelere ulaşmasını ve etkisini artırmasını sağlar (Kumar vd., 2006).

Profesyonel blog yazarlığı, zamanla önemli bir kariyer seçeneği haline gelmiştir. Bazı blog yazarları, reklam gelirleri, sponsorluklar ve ortaklık pazarlaması yoluyla

gelir elde etmektedir. Bu durum, blog yazarlığını sadece bir hobi olmaktan çıkarıp, profesyonel bir iş alanına dönüştürmüştür (Marlow, 2004).

Bloglar ayrıca, eğitim ve öğrenme alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Öğretmenler ve eğitimciler, öğrencilere bilgi sunmak, tartışmalar yürütmek ve ödevler için bir platform olarak blogları kullanmaktadır. Bu kullanım, öğrencilerin yazılı ifade becerilerini geliştirmelerine ve bilgiyi interaktif bir şekilde işlemelerine olanak tanır (Williams ve Jacobs, 2004).

Bazı bloglar, özellikle siyasi ve toplumsal konularda önemli bir etkiye sahip olmuştur. Siyasi bloglar, kamuoyu oluşturma, politik tartışmalar yürütme ve toplumsal hareketleri destekleme konusunda etkili olmuştur. Bu bloglar, geleneksel medyanın dışında alternatif bir haber ve bilgi kaynağı olarak işlev görür (Kerbel ve Bloom, 2005).

Sonuç olarak, bloglar, internetin ve sosyal medyanın önemli bir parçasıdır ve çeşitli alanlarda bilgi paylaşımı, ifade özgürlüğü ve topluluk oluşturma konusunda etkili bir araçtır. Bloglar, kullanıcıların kendi seslerini duyurabildikleri, etkileşime girebildikleri ve bilgi alışverişinde bulunabildikleri dinamik bir platform sunmaktadır.

2.3.5.4. Mikrobloglar

Mikrobloglar, dijital iletişimin en etkili ve dinamik biçimlerinden biridir. Bu platformlar, kullanıcılara kısa ve öz içerikler oluşturma ve paylaşma imkânı sunarak, hızlı bilgi akışı ve anlık etkileşim sağlar. Mikroblogların özelliği, sınırlı karakter sayısı ile mesajları ifade etme zorunluluğudur, bu da kullanıcıların içeriklerini daha etkili bir şekilde düzenlemelerini gerektirir.

Twitter, mikrobloglama alanında öncü bir platformdur ve 2006 yılında kurulmuştur. Twitter, kullanıcıların 140 (daha sonra 280'e çıkarılmıştır) karakterle sınırlı mesajlar ("tweetler") paylaşmalarını sağlar. Bu kısa mesaj formatı, kullanıcıların hızlı ve özgün bir şekilde düşüncelerini, haberleri ve bilgileri paylaşmalarına olanak tanır (Kwak vd., 2010).

Mikrobloglar, geleneksel bloglara göre daha hızlı ve etkileşimli bir deneyim sunar. Bu platformlar, kullanıcıların günlük yaşamdan kesitler, güncel olaylar, düşünceler ve fikirler paylaşmalarına imkân tanır. Ayrıca, kullanıcılar arasında diyalog ve tartışma yürütmeye olanağı sağlar (Java vd., 2007).

Twitter'ın popülerliği, politikacılar, ünlüler ve iş dünyası liderleri gibi geniş bir kullanıcı kitlesini çekmiştir. Bu platform, kamuoyu oluşturma, marka bilinirliği artırma ve sosyal etkileşimde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Örneğin,

politikacılar ve kamu görevlileri, politik mesajlarını ve politikalarını duyurmak için Twitter'ı aktif olarak kullanmaktadır (Conway vd., 2015).

Mikrobloglar, aynı zamanda haber yayılımı ve acil durum bilgilendirmesi için de önemli bir kaynak haline gelmiştir. Doğal afetler, siyasi olaylar ve acil durumlar sırasında, kullanıcılar Twitter gibi platformları güncel bilgileri paylaşmak ve almak için kullanır (Vieweg vd., 2010).

Mikrobloglar, bireysel ifade özgürlüğü ve toplumsal katılım için önemli bir platform sağlar. Kullanıcılar, sosyal ve kültürel konularda düşüncelerini ifade edebilir, toplumsal olaylara katılım gösterebilir ve kamusal tartışmalara katkıda bulunabilir (Papacharissi, 2012).

Mikrobloglama, aynı zamanda ticari markalar ve işletmeler için etkili bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Şirketler, ürün ve hizmetlerini tanıtmak, müşteri geri bildirimleri almak ve tüketiciyle doğrudan etkileşime geçmek için mikroblogları kullanır (Jansen vd., 2009).

Mikrobloglar, ayrıca eğitim alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Öğretmenler, öğrencilerle iletişim kurmak, ders materyallerini paylaşmak ve eğitimle ilgili tartışmalar yürütmek için bu platformları kullanır. Öğrenciler, bu platformlarda öğrenme deneyimlerini paylaşabilir ve akademik ağlarını genişletebilir (Gao vd., 2012).

Mikroblogların kullanımı, bazı eleştirilere ve endişelere de yol açmıştır. Özellikle, yanlış bilgi yayılımı, nefret söylemi ve gizlilik ihlalleri gibi konular, mikroblogların toplumsal etkileri açısından tartışılmaktadır (Kumar vd., 2006).

Sonuç olarak, mikrobloglar, dijital iletişim ve sosyal medyanın önemli bir yönünü oluşturur. Bu platformlar, hızlı bilgi akışı, etkileşim, toplumsal katılım ve ifade özgürlüğü açısından büyük öneme sahiptir. Mikrobloglar, modern toplumların bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim biçimlerini dönüştürmekte ve şekillendirmektedir.

2.3.5.5. Wikiiler

Wiki'ler, kullanıcıların içerik oluşturmalarını, düzenlemesini ve paylaşmasını sağlayan işbirlikçi web siteleridir. Bu platformlar, topluluk tarafından yönetilen bilgi kaynakları olarak işlev görür ve kullanıcıların bilgiyi kolayca katkıda bulunarak, güncelleyerek ve paylaşarak genişletmesine olanak tanır. Wiki kavramı, "hızlı" anlamına gelen Hawai dilindeki "wiki wiki" ifadesinden türetilmiştir ve internet üzerinde hızlı içerik oluşturmaya ve düzenlemeyi ifade eder.

En bilinen wiki örneği Wikipedia'dır. 2001 yılında kurulan Wikipedia,

kullanıcıların katkıda bulunduğu, düzenlediği ve güncellediği bir çevrimiçi ansiklopedidir. Wikipedia, herhangi bir konuda kapsamlı ve güncel bilgi sağlamak amacıyla oluşturulmuş ve dünyanın en büyük ve en popüler bilgi kaynaklarından biri haline gelmiştir (Leitch ve Warren, 2010).

Wiki'ler, açık kaynak ve işbirlikçi bir yaklaşıma dayanır. Kullanıcılar, bir wiki sayfasında bilgiyi serbestçe ekleyebilir, değiştirebilir ve silme yetkisine sahiptir. Bu işbirlikçi yapısı, bilgiyi demokratikleştirir ve çeşitli perspektifleri ve bilgi kaynaklarını bir araya getirir.

Wiki platformları, çeşitlilik ve kapsam açısından zengindir. Eğitim, sağlık, bilim, tarih, sanat ve daha birçok konuda wiki'ler bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, wiki'lerin geniş bir kullanıcı kitlesine hitap etmesini sağlar ve farklı ilgi alanlarındaki insanların bilgiye katkıda bulunmasını teşvik eder (Bryant vd., 2005).

Wiki'lerin başarısı, topluluk tarafından yönetilen içerik oluşturma modeline dayanır. Kullanıcılar, içerik oluşturma ve düzenleme sürecinde aktif roller alır ve topluluğun bilgi kalitesini ve güvenilirliğini korumak için iş birliği yapar (Benkler, 2006). Bu işbirlikçi yaklaşım, bilgi oluşturma ve paylaşmanın demokratik bir modelini temsil eder.

Wiki'ler, eğitim alanında da yaygın olarak kullanılmaktadır. Öğretmenler ve akademisyenler, ders materyallerini, araştırma projelerini ve öğrenci iş birliklerini desteklemek için wiki platformlarını kullanır. Öğrenciler, bu platformlarda bilgiyi aktif olarak oluşturarak ve düzenleyerek öğrenme sürecine katılır (Augar vd., 2004).

Wiki'ler, bilgiye erişimde eşitlik sağlama potansiyeline sahiptir. İnternet erişimi olan herkes, wiki'lerdeki bilgiye ulaşabilir ve bu bilgiye katkıda bulunabilir. Bu açık erişim, bilgiye erişimin demokratikleştirilmesi açısından önemlidir (Lih, 2009).

Wiki platformları, bilgi yönetimi ve kurumsal iş birliği için de kullanılmaktadır. Şirketler ve kurumlar, proje yönetimi, dokümantasyon ve çalışan iş birliğini desteklemek için kendi iç wiki'lerini oluşturabilir. Bu iç wiki'ler, kurumsal bilgiyi organize etmek ve çalışanların bilgiye kolay erişimini sağlamak için etkili araçlardır (Tapscott ve Williams, 2006).

Wiki'lerin açık yapısı, bilgi güvenilirliği ve doğruluk konularında bazı zorlukları da beraberinde getirir. Yanlış bilgi, önyargılı yazılar ve düşük kaliteli içerikler, wiki platformlarında karşılaşılan sorunlardan bazılarıdır. Bu sorunlarla mücadele etmek için, çoğu wiki platformu, topluluk üyelerinin katkıları düzenlemesi ve denetlemesi sürecine sahiptir (Stvilia vd., 2008).

Sonuç olarak, wiki'ler, bilgi paylaşımı ve iş birliğinin önemli bir biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Bu platformlar, kullanıcıların bilgiye katkıda bulunmasını, bilgiyi düzenlemesini ve paylaşmasını sağlayarak, bilgiye erişimin demokratikleştirilmesine ve bilgi yönetiminin geliştirilmesine katkıda bulunur.

2.3.5.6. Sanal oyun simülasyonları

Sanal oyun simülasyonları, dijital teknolojinin gelişimiyle birlikte popülerlik kazanan interaktif ve çok katmanlı bir sosyal medya biçimidir. Bu simülasyonlar, gerçekçi veya kurgusal ortamlar içinde kullanıcılara etkileşimli deneyimler sunar. Oyuncular, bu sanal dünyalarda farklı roller üstlenir, görevler yerine getirir ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunur.

MMORPG'ler (Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları), sanal oyun simülasyonlarının en bilinen türlerinden biridir. Bu oyunlar, binlerce oyuncunun aynı anda çevrimiçi olarak etkileşimde bulunduğu geniş sanal dünyalar sunar. World of Warcraft ve Guild Wars gibi oyunlar, bu kategorinin popüler örneklerindendir (Yee, 2006).

Sanal oyun simülasyonları, sosyal etkileşim ve topluluk oluşturma konusunda benzersiz fırsatlar sunar. Oyuncular, oyun içinde sosyal gruplar ve topluluklar oluşturabilir, takım çalışması yapabilir ve sosyal etkinliklere katılabilir. Bu sosyal dinamikler, oyuncuların sosyal becerilerini ve iş birliği yeteneklerini geliştirebilir (Steinkuehler ve Williams, 2006).

Eğitim alanında, sanal oyun simülasyonları öğrenme ve öğretim araçları olarak kullanılmaktadır. Öğrenciler, bu simülasyonlar aracılığıyla karmaşık konseptleri deneyimleyebilir, problem çözme becerilerini geliştirebilir ve teorik bilgileri pratik uygulamalarla pekiştirebilir (Squire, 2006).

Sanal dünyalar, kullanıcılara kendilerini ifade etme ve yaratıcılıklarını gösterme imkânı sunar. Second Life gibi platformlar, kullanıcıların sanal ortamda kendi içeriklerini yaratmalarına, tasarım yapmalarına ve sanal ticaret yapmalarına olanak tanır. Bu platformlar, sanal gerçekliğin ve yaratıcılığın birleştiği bir alan sunar (Boellstorff, 2008).

Sanal oyun simülasyonları, aynı zamanda psikolojik ve sosyal etkileri bakımından da incelenmektedir. Oyun bağımlılığı, sosyal izolasyon ve sanal kimliklerin gerçek hayata etkileri gibi konular, bu alandaki araştırmaların odak noktalarındandır (Griffiths vd., 2003).

Sanal oyunlar, ticari açıdan da önemli bir endüstri haline gelmiştir. Oyun

şirketleri, abonelik ücretleri, oyun içi satın almalar ve reklamlar yoluyla önemli gelirler elde eder. Bu ticari model, oyun endüstrisinin büyümesine ve yenilikçi oyun tasarımlarının ortaya çıkmasına katkı sağlar (Kerr, 2006).

Sanal gerçeklik (VR) teknolojisinin gelişimi, oyun simülasyonlarının geleceğini şekillendirmektedir. VR başlıkları ve ekipmanları, oyunculara daha gerçekçi ve sürükleyici bir deneyim sunmakta, sanal dünyaları daha etkileyici hale getirmektedir (Castronova, 2007).

Sanal oyun simülasyonlarının sosyal etkileri, kültürel ve toplumsal normlar açısından da incelenmektedir. Bu simülasyonlar, cinsiyet rolleri, sosyal hiyerarşi ve kültürel çeşitlilik gibi konular üzerinden toplumsal değerleri ve normları yansıtabilir ve sorgulayabilir (Hjorth, 2011).

Sonuç olarak, sanal oyun simülasyonları, sosyal medyanın gelişen ve evrilen bir yönünü temsil eder. Bu platformlar, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim ve yaratıcılık için geniş olanaklar sunar. Oyun simülasyonlarının sosyal, psikolojik ve kültürel etkileri, dijital çağda insan davranışı ve toplumsal dinamikler üzerinde önemli bir rol oynar.

2.3.5.7. Sanal yaşam simülasyonları

Sanal yaşam simülasyonları, kullanıcıların kendi karakterlerini yaratıp yönetebildikleri, çeşitli etkileşimlerde bulunabildikleri ve alternatif bir gerçeklikte yaşayabildikleri interaktif platformlardır. Bu tür simülasyonlar, kullanıcılara geniş bir yaratıcılık alanı sunar ve onların sosyal, ekonomik ve kültürel etkileşimleri deneyimlemelerine olanak tanır.

Sanal yaşam simülasyonlarının en bilinen örneklerinden biri Second Life'tir. Second Life, kullanıcılara sanal bir dünyada avatarlar yaratma ve yönetme, sosyal etkileşimde bulunma, ticaret yapma ve çeşitli etkinliklere katılma imkânı sunar (Boellstorff, 2008). Kullanıcılar, kendi sanal alanlarını tasarlayabilir, sanal işletmeler kurabilir ve diğer kullanıcılarla çeşitli etkileşimlerde bulunabilirler.

Sanal yaşam simülasyonları, sosyal etkileşim ve topluluk oluşturma konusunda önemli fırsatlar sunar. Kullanıcılar, sanal dünyalarda sosyal ağlar oluşturabilir, arkadaşlık ve romantik ilişkiler geliştirebilir ve topluluk etkinliklerine katılabilir (Castronova, 2005). Bu simülasyonlar, sosyal deneyimleri genişletir ve kullanıcılara farklı sosyal senaryoları deneyimleme şansı verir.

Eğitim ve öğrenme bağlamında, sanal yaşam simülasyonları öğrencilere ve öğretmenlere yeni ve yenilikçi öğrenme ortamları sunar. Öğrenciler, bu simülasyonlarda pratik beceriler edinebilir, simüle edilmiş senaryolarda bilgilerini

uygulayabilir ve işbirlikçi öğrenme projelerine katılabilir (Dickey, 2003).

Sanal yaşam simülasyonları, kullanıcıların kimliklerini ve kendilerini ifade etme biçimlerini keşfetmelerine olanak tanır. Kullanıcılar, avatarlarını kişisel tercihlerine göre özelleştirebilir ve sanal dünyada farklı kimlikleri deneyimleyebilirler. Bu özgürlük, kullanıcılara kendilerini yeniden keşfetme ve alternatif kimlikler oluşturma fırsatı sunar (Turkle, 1995).

Ekonomik açıdan bakıldığında, sanal yaşam simülasyonları, sanal ekonomilerin ve ticaretin gelişimine zemin hazırlar. Kullanıcılar, sanal dünyalarda ürünler ve hizmetler yaratıp satabilir, sanal para birimleri ile ticaret yapabilir ve ekonomik etkileşimlerde bulunabilirler (Lehdonvirta, 2009).

Sanal yaşam simülasyonlarının psikolojik etkileri de araştırma konusudur. Bu simülasyonların kullanıcıların sosyal becerileri, özgüveni ve duygusal durumları üzerinde olumlu etkileri olabileceği gibi, bağımlılık, gerçek dünya ile kopukluk ve sosyal izolasyon gibi olumsuz etkileri de olabilir (Yee, 2006).

Sanal yaşam simülasyonları, ayrıca sanat ve yaratıcılık için de bir platform olarak işlev görür. Kullanıcılar, sanal dünyalarda kendi sanat eserlerini yaratabilir, sergileyebilir ve sanatla ilgili etkinlikler düzenleyebilir. Bu simülasyonlar, sanal sanat ve performans sanatının gelişimine katkı sağlar (Bainbridge, 2007).

Kültürel açıdan, sanal yaşam simülasyonları, farklı kültürler ve topluluklar arasında etkileşim ve anlayışın artmasına yardımcı olabilir. Kullanıcılar, farklı kültürel arka planlardan gelen diğer kullanıcılarla etkileşime girebilir ve kültürel değiş-tokuş yapabilirler (Hendaoui vd., 2008).

Sonuç olarak, sanal yaşam simülasyonları, kullanıcılara geniş bir sosyal, kültürel ve ekonomik etkileşim alanı sunar. Bu simülasyonlar, gerçek dünyanın sınırlarını aşan deneyimler ve fırsatlar sağlayarak, dijital çağın sosyal ve kültürel dinamiklerini zenginleştirir ve şekillendirir.

2.3.6. Sosyal medyanın etkileri

Sosyal medya, modern toplumların iletişim ve etkileşim biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmiş ve bu değişiklikler hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çeşitli etkiler yaratmıştır. Sosyal medya platformlarının sunduğu geniş iletişim olanakları, bilgiye erişimi kolaylaştırmış, ancak aynı zamanda yeni zorluklar ve sorunlar da ortaya çıkarmıştır.

Sosyal medya, bilgiye erişimi ve paylaşımını demokratikleştirmiştir. Kullanıcılar artık haberleri, fikirleri ve bilgileri anında paylaşabilmekte ve geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu, geleneksel medya kuruluşlarının tekeli kırılmış ve kullanıcıların seslerini daha geniş kitlelere duyurmasını sağlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal medya, kişisel ifade özgürlüğünü ve bireysel kimlik inşasını güçlendirmiştir. Kullanıcılar, sosyal medya aracılığıyla kendilerini ifade edebilir, kişisel ilgi alanları ve kimliklerini sergileyebilir. Bu durum, özellikle gençler arasında, kimlik gelişimi ve sosyal bağların güçlenmesinde önemli bir rol oynar (Boyd, 2014).

Ancak, sosyal medya, bireylerin özsaygısı ve beden imajı üzerinde de olumsuz etkiler yaratabilir. Sürekli olarak idealize edilmiş imajlarla karşılaşmak, özellikle genç kullanıcılar arasında beden imajı sorunlarına ve düşük benlik saygısına yol açabilir (Perloff, 2014).

Sosyal medyanın yaygın kullanımı, aynı zamanda insanların sosyal ilişkilerini ve iletişim biçimlerini değiştirmiştir. Yüz yüze etkileşimin azalması ve dijital iletişim yöntemlerinin artması, sosyal beceriler ve empati yeteneği üzerinde etkiler yaratmıştır (Turkle, 2011).

Sosyal medya, siyasi katılım ve kamuoyu oluşumunda da etkili bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar, sosyal medya aracılığıyla siyasi konular hakkında bilgi edinebilir, görüşlerini ifade edebilir ve toplumsal hareketlere katılabilir. Bu, demokratik katılımı ve sivil aktivizmi artırabilir (Bennett ve Segerberg, 2012).

Ekonomik açıdan bakıldığında, sosyal medya işletmeler ve markalar için önemli bir pazarlama aracı haline gelmiştir. Şirketler, sosyal medya üzerinden müşterilere ulaşabilir, ürün ve hizmetlerini tanıtabilir ve müşteri geri bildirimlerini alabilir (Kietzmann vd., 2011).

Eğitim alanında, sosyal medya öğretmenler ve öğrenciler için etkileşimli öğrenme ortamları sunar. Öğrenciler, sosyal medya aracılığıyla bilgiye erişebilir, tartışmalara katılabilir ve öğrenme deneyimlerini genişletebilir (Greenhow ve Askari, 2017).

Sosyal medyanın kullanımı, kullanıcıların zihinsel sağlığı üzerinde de etkiler yaratabilir. Aşırı kullanım, bağımlılık, yalnızlık ve depresyon gibi sorunlara yol açabilir. Bu durum, sosyal medyanın kullanımının dengelenmesi ve farkındalık yaratılması gerektiğini gösterir (Twenge ve Campbell, 2018).

Sosyal medyanın yaygınlaşması, gizlilik ve veri güvenliği konularında da

endişelere neden olmuştur. Kullanıcı verilerinin toplanması, işlenmesi ve üçüncü taraflarla paylaşılması, gizlilik ihlalleri ve kişisel verilerin korunması konusunda sorunlar yaratmıştır (Debatin vd., 2009).

Sonuç olarak, sosyal medyanın etkileri çok yönlü ve karmaşıktır. Bu platformlar, iletişim, ifade özgürlüğü, bilgi paylaşımı ve toplumsal katılım açısından önemli fırsatlar sunarken, aynı zamanda bireysel ve toplumsal düzeyde çeşitli zorlukları ve riskleri de beraberinde getirmektedir.

2.3.7. Sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar

Sosyal medya, akademik araştırmaların yoğun ilgi odağı haline gelmiştir. Bu çalışmalar, sosyal medyanın toplumsal, psikolojik, ekonomik ve kültürel etkilerini derinlemesine incelemekte ve çeşitli disiplinlerden bakış açıları sunmaktadır.

Toplumsal etkiler açısından, sosyal medyanın demokrasi ve sivil katılım üzerindeki rolü önemli bir araştırma konusudur. Bennett ve Segerberg (2012) gibi araştırmacılar, sosyal medyanın toplumsal hareketlerde ve siyasi katılımı nasıl bir dönüşüm yarattığını incelerken, sosyal medyanın siyasi kampanyalar ve kamuoyu oluşumu üzerindeki etkilerini de ele alırlar.

Psikolojik açıdan, sosyal medyanın bireylerin zihinsel sağlığı üzerindeki etkileri üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar, sosyal medyanın depresyon, anksiyete ve yalnızlık gibi psikolojik durumlarla nasıl ilişkilendirilebileceğini araştırır (Twenge ve Campbell, 2018). Ayrıca, sosyal medyanın benlik saygısı ve beden imajı üzerindeki etkileri de önemli araştırma konuları arasındadır (Perloff, 2014).

Ekonomik açıdan, sosyal medya pazarlaması ve marka yönetimi üzerine yoğun araştırmalar yapılmaktadır. Kietzmann vd. (2011) gibi araştırmacılar, sosyal medya stratejilerinin işletmeler için nasıl etkili olabileceğini ve tüketicilerle nasıl etkileşim kurulabileceğini inceler. Bu çalışmalar, sosyal medyanın pazarlama ve reklamcılık alanında nasıl bir dönüşüm yarattığını gösterir.

Kültürel açıdan, sosyal medya kullanımının farklı kültürel ve toplumsal bağlamlarda nasıl şekillendiği üzerine çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmalar, sosyal medyanın küresel kültürel akımları nasıl etkilediği ve farklı toplumların sosyal medya kullanım biçimlerini nasıl farklılaştırdığı üzerine odaklanır (Boyd, 2014).

Eğitim alanında sosyal medya kullanımı üzerine yapılan araştırmalar, bu platformların öğrenme ve öğretme süreçlerine nasıl entegre edilebileceğini inceler. Greenhow ve Askari (2017), öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla nasıl etkileşimli öğrenme deneyimleri yaşayabileceğini ve öğretmenlerin bu araçları nasıl

kullanabileceğini araştırır.

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan çalışmalar, kullanıcıların bu platformları aşırı ve kontrolsüz bir şekilde kullanımının altında yatan psikolojik ve sosyal faktörleri inceler. Bu araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının belirtileri, nedenleri ve sonuçları üzerine yoğunlaşır (Kuss ve Griffiths, 2017).

Sosyal medya ve gizlilik ile ilgili araştırmalar, kullanıcı verilerinin nasıl toplandığı, işlendiği ve kullanıldığı konularını ele alır. Debatin vd. (2009) gibi araştırmacılar, sosyal medya platformlarının gizlilik politikalarını ve kullanıcıların kişisel verilerinin korunması konusundaki endişelerini inceler.

Sosyal medya ve cinsiyet üzerine çalışmalar, bu platformların cinsiyet rolleri, cinsiyetçilik ve toplumsal cinsiyet eşitliği konularında nasıl etkiler yarattığını araştırır. Bu tür çalışmalar, sosyal medyanın cinsiyetle ilgili normları ve beklentileri nasıl etkilediğini ve bu platformların cinsiyet eşitliği mücadelesine nasıl katkıda bulunabileceğini inceler (Bailey vd., 2013).

Sonuç olarak, sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar, bu platformların modern toplum üzerindeki geniş ve çeşitli etkilerini ortaya koymaktadır. Bu araştırmalar, sosyal medyanın farklı yönlerini ve etkilerini anlamak için çok yönlü bir perspektif sunar ve bu alandaki gelecekteki eğilimleri ve gelişmeleri anlamamıza yardımcı olur.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, lise öğrencileri arasında sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkiyi incelemek için betimsel ve korelasyonel bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu çalışma, ilişkisel tarama modeli kullanılarak hazırlanmıştır ve örgün eğitim veren bir ortaöğretim kurumundaki 11. ve 12. sınıf lise öğrencilerini kapsar. Araştırma, "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği" ve "Beden Algısı Ölçeği" gibi standardize ölçeklerin uygulanmasıyla, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, benlik saygısı düzeyleri ve beden algıları arasındaki ilişkiyi çeşitli demografik değişkenler ışığında incelemeyi amaçlar (Rosenberg, 1965; Cash, 2002).

Araştırmanın örneklemini, örgün eğitim veren bir ortaöğretim kurumunda öğrenim gören 11. ve 12. sınıf lise öğrencileri arasından rastgele seçilen öğrenciler oluşturmaktadır. Veri toplama süreci, öğrencilere "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği" ve "Beden Algısı Ölçeği" gibi standartlaştırılmış ölçeklerin uygulanmasını içermektedir. Bu ölçekler, öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, benlik saygısı düzeyleri ve beden algıları hakkında kapsamlı bilgi toplamak için kullanılmıştır. Öğrencilerden ayrıca demografik bilgilerini içeren bir form doldurmaları istenmiştir, bu da araştırmanın farklı değişkenleri arasındaki ilişkileri daha iyi anlamak için kullanılacaktır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma, lise öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkiyi detaylı bir şekilde analiz etmeyi hedeflemektedir. Araştırma modelimiz, genç bireylerin sosyal medya kullanım sıklığı ve yoğunluğunun onların benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki potansiyel etkilerini hem doğrudan hem de dolaylı yollarla incelemektedir. Bu model, demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, aile yapısı, sosyoekonomik statü ve sosyal medya hesaplarının sayısı) sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkiler üzerindeki etkilerini de dikkate almaktadır. Bu tür bir analiz, sosyal medya kullanımının ergenlerin benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki psikolojik etkilerini anlamak için

kritik öneme sahiptir (Kuss ve Griffiths, 2017).

Bu araştırma, eğitimciler, politika yapımcılar ve veliler için önemli bilgiler sağlayarak, gençlerin sağlıklı sosyal medya kullanımını desteklemeye yönelik stratejilerin geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Özellikle cinsiyetin ve teknoloji kullanım sürelerinin benlik saygısı üzerindeki etkileri, gençler için tasarlanacak müdahale programlarının geliştirilmesinde belirleyici faktörler olarak görülmektedir. Bu araştırmanın sonuçları, sosyal medyanın ergenler üzerindeki etkisinin toplumsal farkındalığını artırabilir ve eğitimcilerin, danışmanların ve ailelerin, gençlerin dijital ortamda karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmalarına yardımcı olacak stratejiler geliştirmeleri için bir temel sağlayabilir.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, örgün eğitim veren bir ortaöğretim kurumunda öğrenim gören lise öğrencilerinden oluşmaktadır. Toplam 442 katılımcı arasında, cinsiyet dağılımı SPSS analiz sonuçlarına göre, 216 kadın (%48,9) ve 226 erkek (%51,1) olarak belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların sınıf dağılımı, %53,8'ini (238 kişi) 11. sınıf ve %46,2'sini (204 kişi) 12. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu demografik dağılım, araştırmanın lise öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve beden algısı üzerine odaklanırken, geniş bir temsil sağladığını göstermektedir.

Çalışma grubunun seçimi, erişilebilirlik ve uygulanabilirlik kriterlerine dayanarak yapılmıştır. Uygun örneklem yöntemi kullanılarak, araştırmaya katılım kolaylaştırılmış ve öğrencilere ulaşım hızlandırılmıştır. Lise öğrencileri, araştırmanın hedeflerine uygun bir popülasyon sunmuş ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı hakkında derinlemesine bilgi toplamayı mümkün kılmıştır.

Araştırmada yer alan 442 lise öğrencisinin katılımı, gençlerin sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı üzerine kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu katılımcı sayısı, araştırmanın bulgularının gençlerin genel nüfusu içindeki çeşitli alt gruplar arasındaki olası farklılıkları ve benzerlikleri ortaya koyması açısından önemlidir. Araştırma, gençlerin dijital çağdaki davranışlarını ve bu davranışların psikolojik etkilerini anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Bu temsiliyet, araştırmanın bulgularının gençler arasındaki sosyal medya etkilerini derinlemesine anlamada güçlü bir temel oluşturmasını sağlamaktadır.

Bu araştırmada, örneklem seçimi, örgün eğitim veren bir ortaöğretim kurumunda öğrenim gören 11. ve 12. sınıf lise öğrencileri, rastgele örnekleme yöntemiyle

belirlenen lise öğrencileri arasından yapılmıştır. Katılımcıların seçimi, araştırmanın genellenebilirliğini ve güvenilirliğini maksimize etmek amacıyla, öğrencilerin cinsiyet, yaş, sosyoekonomik statü ve eğitim düzeyi gibi demografik özelliklerini dikkate alarak gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğü, istatistiksel analizler için yeterli veri sağlama ve bulguların geçerliliğini artırma amacıyla, uygun bir katılımcı sayısını içerecek şekilde planlanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkileri derinlemesine anlamak için tasarlanmıştır. Bu araçlar, bilimsel geçerliliği ve güvenilirliği yüksek ölçekler ve anketlerden oluşmaktadır. Araştırmanın nicel doğası, bu araçların objektif ve standartlaştırılmış veriler sağlamasını gerektirmektedir.

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, Füsun Çetin Çuhadaroğlu tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve ülkemizde uygulanması için gerekli geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılmıştır (Çuhadaroğlu, 1986). Bu ölçek, toplamda 10 sorudan oluşur ve her soru, 'çok doğru', 'doğru', 'yanlış', ve 'çok yanlış' olmak üzere dört seçenekli likert tipi bir format içerir. Ölçekte, 0-1 puan aralığı yüksek benlik saygısı, 2-4 puan orta düzeyde benlik saygısı ve 5-6 puan ise düşük benlik saygısını temsil eder. Ölçeğin toplam puanı, düşük olduğunda yüksek benlik saygısına, yüksek olduğunda ise düşük benlik saygısına işaret etmektedir. Füsun Çuhadaroğlu tarafından gerçekleştirilen güvenirlik ve geçerlilik çalışmasında, 4 hafta aralıklarla yapılan test-tekrar test yöntemiyle ölçeğin güvenirlik katsayısının 0,75 olduğu tespit edilmiştir (Korkmaz, 1996; akt. Erdem, 2019).

Beden Algısı Ölçeği: Body Cathexis Scale (BCS), Secord ve Jourard tarafından 1953 yılında geliştirilmiş ve Vücut Algısı Ölçeği olarak Selim Hovardaoğlu tarafından Türkçeye uyarlanarak güvenirlik ve geçerlik çalışması yapılmıştır. Bu ölçek, beşli likert tipinde olup, toplamda 40 maddeden meydana gelmektedir. Her bir madde, 1'den 5'e kadar puanlama yapılabilen bir format içerir. Ölçekteki puanlama şu şekildedir: 'Hiç Beğenmiyorum' 1 puan, 'Pek Beğenmiyorum' 2 puan, 'Kararsızım' 3 puan, 'Oldukça Beğeniyorum' 4 puan ve 'Çok Beğeniyorum' 5 puan. Ölçekten alınan toplam puan, bireyin vücut algısının olumlu olup olmadığını belirtir, burada alınabilecek en düşük puan 40, en yüksek puan ise 200'dür. Vücut Algısı Ölçeği'nin Türkçe uyarlamasında Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı 0.91 olarak belirlenmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılığı Anketi: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, 18-65 yaş

arasındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık seviyelerini ölçmek amacıyla Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş ve bu ölçeğin güvenirlik ve geçerlik çalışmaları tamamlanmıştır. Ölçek, beşli likert tipinde olup, iki alt boyutu içerir: sanal tolerans ve sanal iletişim. Toplamda 20 maddeden oluşan bu ölçeğin, sanal toleransı değerlendiren maddeleri 1'den 11'e, sanal iletişimi değerlendiren maddeleri ise 12'den 20'ye kadar sıralanmıştır. 5. ve 11. maddelerin puanlaması ters yönde yapılmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20'dir. Alınan yüksek puanlar, bireyin sosyal medya bağımlısı olduğunu göstermektedir. Ölçeğin genel Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı 0,94, sanal tolerans alt boyutu için 0,92 ve sanal iletişim alt boyutu için 0,91 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, test-tekrar test yöntemi ile yapılan güvenirlik çalışmasında, ölçeğin genel güvenirlik katsayısı 0,93, sanal tolerans için 0,91 ve sanal iletişim için 0,90 olarak tespit edilmiştir.

Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların cinsiyet, yaş, aile yapısı, gelir düzeyi, ebeveyn eğitim düzeyi gibi demografik bilgileri toplamak için bir form kullanılmıştır. Bu bilgiler, ölçek ve anket sonuçlarının daha kapsamlı analizini sağlamak ve sosyal medya kullanımının farklı demografik gruplar üzerindeki etkilerini anlamak için önemlidir.

Araştırmada, veri toplama süreci etik kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan veri toplama öncesinde bilgilendirilmiş onay alınmış, anonimlik ve gizlilik esaslarına uyulmuştur. Verilerin toplanması, katılımcıların rahat hissedeceği bir ortamda ve zaman diliminde yapılmıştır.

Toplanan veriler, sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkileri anlamak için çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Bu analizler, örneklem büyüklüğü, veri dağılımı ve araştırma hedefleri doğrultusunda seçilmiş, böylece elde edilen bulguların güvenilirliği ve geçerliliği artırılmıştır. Bu analizler, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkilerini anlamak için değerli içgörüler sağlamıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın veri toplama süreci, önceden belirlenen ve titizlikle planlanan adımlarla yürütülmüştür. Örgün eğitim veren bir ortaöğretim kurumunda öğrenim gören lise öğrencilerin 11. ve 12. sınıflarında seçilen lise öğrencileri arasında, önceden tasarlanmış ve test edilmiş anketler ile ölçekler kullanılarak veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Bu süreç, öğrencilerin ders programları ve mevcudiyetleri dikkate alınarak uygun zamanlarda planlanmıştır.

Katılımcılar, araştırmanın amacı, kapsamı ve önemi hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgilendirilmiştir. Araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı ve tüm bilgilerin gizlilik içinde tutulacağı vurgulanmıştır. Katılımcıların herhangi bir sorusu veya endişesi olması durumunda, bu konulara açıklık getirilmiş ve onların rahat ve güven içinde hissetmeleri sağlanmıştır.

Veri toplama sürecinde, "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği", "Beden Algısı Ölçeği" ve sosyal medya bağımlılığına yönelik özgün anket formu kullanılmıştır. Bu araçlar, öğrencilere grup halinde ve sınıf ortamında uygulanmıştır. Araştırma sürecinin bu kısmı, öğrencilerin dikkatini dağıtmayacak ve onları rahatsız etmeyecek bir şekilde tasarlanmıştır.

Araştırmanın tüm aşamalarında etik kurallara titizlikle uyulmuştur. Katılımcılardan, anketleri doldurmadan önce yazılı onay alınmıştır. Araştırmada elde edilen tüm veriler, katılımcıların gizliliğini koruyacak şekilde işlenmiş ve saklanmıştır. Araştırmanın herhangi bir aşamasında katılımcılara zarar verilmesi ihtimali göz önünde bulundurularak, özenli bir yaklaşım benimsenmiştir.

Veri toplama sürecinin sonunda, toplanan verilerin eksiksiz ve doğru olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu kontrol, araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmak için önemlidir. Eksik veya anlaşılabilir yanıtların olup olmadığı incelenmiş, gerekirse ilgili katılımcılardan ek bilgi alınarak veri seti tamamlanmıştır. Bu aşama, araştırmanın sonuçlarının sağlam bir temele dayanmasını sağlamak için kritik öneme sahiptir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmanın bu aşamasında, toplanan verilerin analizi için sistematik bir yaklaşım benimsenmiştir. Öncelikle, elde edilen veri seti, eksiklikler, tutarsızlıklar ve anormallikler açısından detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu ön inceleme, verilerin analiz aşamasında doğru ve güvenilir sonuçlar elde etmek için kritik öneme sahiptir.

Araştırma, nicel bir metodoloji izlemekte olup, toplanan veriler, istatistiksel analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu analizlerde, sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için korelasyon, regresyon ve diğer uygun istatistiksel testler uygulanmıştır. Bu testler, araştırmanın hedefleri doğrultusunda seçilmiş olup, değişkenler arasındaki ilişkilerin doğasını ve yoğunluğunu anlamak için elzemdir.

Katılımcıların demografik bilgileri, analiz sürecinde de dikkate alınmıştır. Cinsiyet, yaş, aile yapısı ve sosyoekonomik statü gibi değişkenlerin, sosyal medya

bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı üzerindeki etkileri ayrıca incelenmiştir. Bu analiz, araştırmanın bulgularını daha geniş bir sosyal ve kültürel bağlamda yorumlamak için gereklidir.

Veri analizi sürecinin sonunda elde edilen bulgular, araştırmanın temel sorularına ve hipotezlerine yanıt vermek üzere değerlendirilmiştir. Bulgular, literatürde var olan çalışmalarla karşılaştırılmış ve araştırmanın katkıları, mevcut bilgi birikimine nasıl entegre edilebileceği üzerine tartışmalar yapılmıştır.

Araştırmada, veri analizi sürecinin her aşamasında etik ilkeler gözetilmiştir. Analiz sonuçlarının yanıltıcı olmaması için objektiflik ve şeffaflık prensipleri ön planda tutulmuştur. Araştırmacılar, analiz sürecinde ortaya çıkan bulguları, katılımcıların gizliliğini koruyarak ve araştırmanın bütünlüğünü gözeterek yorumlamışlardır. Bu yaklaşım, araştırmanın bilimsel topluluk ve genel toplum tarafından güvenilir ve saygın bir şekilde kabul edilmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmada, toplanan verilerin analizi için SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) yazılımı kullanılmıştır. SPSS, karmaşık istatistiksel verilerin işlenmesi ve analiz edilmesi için güçlü ve esnek bir araçtır. Araştırma verileri, SPSS'ye aktarılarak analiz için hazırlanmıştır.

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'nden elde edilen veriler, ölçeğin her bir maddesine verilen yanıtların puanlanması ve toplam puanların hesaplanması yoluyla analiz edilmiştir. Bu puanlar, katılımcıların benlik saygısı düzeylerini belirlemek için kullanılmıştır. Elde edilen puanlar, katılımcıların demografik bilgileri ile ilişkilendirilerek, değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir.

Beden Algısı Ölçeği'nden toplanan veriler, katılımcıların beden algılarına yönelik tutumlarını ve memnuniyet düzeylerini ölçmek için analiz edilmiştir. Bu ölçekte yer alan her bir maddenin puanları, katılımcıların beden algısı ile ilgili genel eğilimlerini ortaya koymak üzere toplanmış ve istatistiksel olarak değerlendirilmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılığı Anketi'nden elde edilen veriler, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu kullanımın bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri (cinsiyet, sınıf, aile yapısı, gelir düzeyi vb.) ile bu veriler korelasyon analizi aracılığıyla ilişkilendirilmiştir, böylece sosyal medya bağımlılığının demografik değişkenlerle olan ilişkisi incelenmiştir.

Veri seti üzerinde korelasyon, regresyon ve diğer uygun istatistiksel testler uygulanarak, sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki

ilişkiler değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, araştırmanın hipotezleri ve teorik çerçevesi ışığında yorumlanmıştır. Bu analiz, sosyal medya kullanımının genç bireylerin psikolojik ve sosyal refahı üzerindeki etkilerini anlamada kritik rol oynamıştır.

Bu araştırmada, cinsiyet gibi kategorik değişkenlerin etkileri ve araştırma sorularının cevapları, çeşitli istatistiksel testler kullanılarak değerlendirilmiştir. Özellikle, cinsiyet ve diğer kategorik değişkenlerin etkilerini incelemek için T-Testi ve ANOVA analizleri uygulanmıştır. Daha spesifik grup karşılaştırmaları için ise Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H testleri kullanılmıştır. Bu testler, farklı gruplar arasındaki istatistiksel farklılıkları belirlemek için önemli araçlar olarak hizmet etmiştir.

Araştırmanın bir diğer önemli boyutu, benlik saygısı, beden algısı ve sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Bu bağlantıları anlamak için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi, bu değişkenlerin birbiriyle olan ilişkilerini ve sosyal medya bağımlılığı üzerindeki potansiyel yordayıcı etkilerini ortaya koymak için kullanılmıştır.

Ayrıca, katılımcıların görüşme sırasında verdiği yanıtlar, içerik analizi yöntemiyle detaylı bir şekilde incelenmiştir. Her bir görüşme sorusunun yanıtları, katılımcıların düşüncelerini, algılarını ve sosyal medya kullanımı ile ilgili deneyimlerini daha derinlemesine anlamak için ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu içerik analizi, katılımcıların yanıtlarının daha geniş bağlamda değerlendirilmesine ve araştırma sorularına daha kapsamlı yanıtlar bulunmasına olanak sağlamıştır. Bu yöntem, nicel verilerin yanı sıra nitel verilerin de araştırma bulgularına katkısını sağlamakta ve araştırmanın çok boyutlu bir bakış açısı kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Tablo 3.1. Kolmogorov-Smirnov Testi

Değişken	Kolmogorov-Smirnov Testi
Rosenberg Benlik	0.064
Beden Algısı	0.060
Sosyal Medya Bağımlılığı	0.156

Araştırmada, bağımlı değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğini

değerlendirmek için Kolmogorov-Smirnov normallik testleri uygulanmıştır. Bu testler, verilerin parametrik istatistiksel analizler için uygunluğunu belirlemek amacıyla yapılmıştır. Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarına göre, sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı değişkenleri benlik saygısı değişkeni normal dağılım göstermektedir. Bu bulgular, araştırmanın nicel analizlerinde kullanılacak istatistiksel testlerin seçiminde önemli bir rol oynamıştır. Normallik testleri sonuçları yukarıdaki tabloda özetlenmiştir ve bu sonuçlar, analiz sürecinin yönlendirilmesinde kritik bir faktör olarak değerlendirilmiştir.



4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, katılımcıların demografik özelliklerine, özellikle cinsiyet dağılımına odaklanılmıştır.

Tablo 4.2: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sayı (N)	Yüzde (%)
Erkek	226	51.1
Kız	216	48.9
Toplam	442	100

Araştırmada toplam 442 lise öğrencisi katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların cinsiyet dağılımı incelendiğinde, erkek öğrencilerin oranı %51.1 (N=226) iken, kız öğrencilerin oranı ise %48.9 (N=216) olarak belirlenmiştir.

Tablo 4.3: Katılımcıların Sınıf Düzeylerine Göre Dağılımı

Sınıf Düzeyi	Sayı (N)	Yüzde (%)
11. Sınıf	204	46.2
12. Sınıf	238	53.8
Toplam	442	100

Araştırma kapsamında, toplam 442 lise öğrencisi katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların sınıf düzeylerine göre dağılımı incelendiğinde, 11. sınıf öğrencileri 204 kişi (%46.2) ile temsil edilmişken, 12. sınıf öğrencileri 238 kişi (%53.8) ile temsil edilmektedir. Bu veriler, örneklem içinde 12. sınıf öğrencilerinin biraz daha fazla temsil edildiğini göstermektedir.

Tablo 4.4: Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Sorular ve Yanıtların Frekans Analizi

No	Soru	Evet (N, %)	Hayır (N, %)
1	Kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	161, 36.4%	281, 63.6%
2	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	184, 41.6%	258, 58.4%
3	Sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	161, 36.4%	281, 63.6%
4	Sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştınız ancak başarılı olamadınız mı?	192, 43.4%	250, 56.6%

Tablo 4.5: Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Sorular ve Yanıtların Frekans Analizi (Devam)

No	Soru	Evet (N, %)	Hayır (N, %)
5	Sosyal medyayı kullanma isteğinizden dolayı diğer etkinlikleri (spor, hobiler vb.) ihmal ettiniz mi?	143, 32.4%	299, 67.6%
6	Sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli tartışmalarınız oldu mu?	109, 24.7%	333, 75.3%
7	Sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize veya arkadaşlarınıza yalan söylediniz mi?	97, 21.9%	345, 78.1%
8	Olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	251, 56.8%	191, 43.2%
9	Sosyal medyayı kullanımınızdan dolayı aile üyelerinizle ciddi çatışmalarınız oldu mu?	134, 30.3%	308, 69.7%

Öğrencilerin %36.4'ünün sosyal medyaya yeniden erişebilme düşüncesine sürekli odaklandıkları belirlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin %41,6'sının sosyal medyada daha fazla zaman geçirme isteğinden kaynaklanan bir mutsuzluk hissettiği tespit edilmiştir. Sosyal medya erişimlerinin kısıtlandığı durumlarda rahatsızlık hisseden öğrenci oranı %36.4 olarak saptanmıştır. Öğrencilerin %43.4'ü sosyal medyada geçirdikleri zamanı azaltma çabalarının genellikle başarısız olduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin %32.4'ü sosyal medya kullanımı nedeniyle diğer aktiviteleri ihmal ettiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin %24.7'si sosyal medya kullanımından kaynaklanan sürekli tartışmalar yaşadıklarını bildirmiştir. Öğrencilerin %21.9'u sosyal medyada geçirdikleri zaman hakkında ebeveynleri veya arkadaşlarına yalan söylediklerini itiraf etmişlerdir. Öğrencilerin %56.8'i olumsuz duygularını unutmak amacıyla sık sık sosyal medyaya başvurdıklarını belirtmiştir. Son olarak, öğrencilerin %30.3'ü sosyal medya kullanımlarından dolayı aile üyeleriyle ciddi anlaşmazlıklar yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 4.6: Lise Öğrencilerinin Aile Türleri

Aile Türü	Sayı (N)	Yüzde (%)
Çekirdek Aile	341	77.1
Diğer (aileden ayrı)	14	3.2
Geniş Aile	87	19.7

Tablo 4.6, lise öğrencilerinin aile türlerini göstermektedir. Öğrencilerin büyük bir kısmı (%77.1) çekirdek ailelerde yaşamakta, bu da bu aile türünün öğrenciler arasında en yaygın olduğunu göstermektedir. Geniş ailede yaşayan öğrenciler %19.7 ile ikinci sırada yer almakta, ailelerinden ayrı yaşayan öğrenciler ise %3.2 oranında bulunmaktadır.

Tablo 4.7: Lise Öğrencilerinin Ailelerinin Gelir Düzeyleri

Gelir Düzeyi	N	%
Düşük	32	7.2
Orta	325	73.5
Yüksek	85	19.2

Tablo 4.7, lise öğrencilerinin ailelerinin gelir düzeylerini göstermektedir. Ailelerin çoğunluğu (%73.5) orta gelir düzeyinde yer almakta, düşük gelir düzeyine sahip olanlar %7.2 ve yüksek gelir düzeyine sahip olanlar %19.2 oranındadır. Bu dağılım, orta gelir düzeyinin öğrenci aileleri arasında baskın olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.8: Lise Öğrencilerinin Anne ve Babalarının Eğitim Düzeyi

	Eğitim Düzeyi	N	%
Anne Eğitim Düzeyi	İlkokul/Lise Mezunu	293	66.3
	Okur Yazar Değil	17	3.8
	Üniversite Mezunu	132	29.9
Baba Eğitim Düzeyi	İlkokul/Lise Mezunu	257	58.1
	Okur Yazar Değil	8	1.8
	Üniversite Mezunu	177	40.0

Tablo 4.8, lise öğrencilerinin anne ve babalarının eğitim düzeyini göstermektedir. Annelerin %66.3'ü ilkokul veya lise mezunu iken, %29.9'u üniversite mezunu ve %3.8'i okur yazar değildir. Babaların %58.1'i ilkokul veya lise mezunu, %40.0'ı üniversite mezunu ve %1.8'i okur yazar değildir. Bu veriler, her iki ebeveyn grubunda da ilkokul veya lise mezunu olanların çoğunlukta olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.9: Lise Öğrencilerinin Kardeş Sayıları

Kardeş Sayısı	N	%
2-3 Kardeşiz	320	72.4
4 ve daha fazla kardeşiz	60	13.6
Tek çocuğum	62	14.0

Tablo 4.9, lise öğrencilerinin kardeş sayılarını göstermektedir. Öğrencilerin çoğunluğu (%72.4) 2-3 kardeşe sahip olup, %14.0'ı tek çocuk olarak yaşamakta ve %13.6'sı 4 veya daha fazla kardeşe sahiptir. Bu durum, lise öğrencilerinin çoğunluğunun orta büyüklükteki ailelerde büyüdüğünü göstermektedir.

Tablo 4.10: Lise Öğrencilerinin Teknolojik Alet Sahipliği

Teknolojik Alet	N	%
Cep Telefonu	132	29.9
Bilgisayar	9	2.0
Cep Telefonu, Bilgisayar	137	31.0

Tablo 4.10, lise öğrencilerinin teknolojik alet sahipliğini göstermektedir. Öğrencilerin %31.0'ı hem cep telefonuna hem de bilgisayara sahipken, %29.9'u sadece cep telefonuna ve %2.0'si sadece bilgisayara sahiptir. Bu, öğrencilerin büyük bir kısmının cep telefonuna erişiminin olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.11: Lise Öğrencilerinin Günlük Teknoloji Kullanım Süresi

Günlük Teknoloji Kullanım Süresi	N	%
1 saat ve altı	44	10.0
1-2 saat arası	124	28.1
2-4 saat arası	159	36.0
4 saat ve üstü	115	26.0

Tablo 4.11, lise öğrencilerinin günlük teknoloji kullanım sürelerini göstermektedir. Öğrencilerin %36.0'ı günlük 2-4 saat, %28.1'i 1-2 saat, %26.0'si 4 saat ve üzeri, %10.0'ı ise 1 saat ve altı teknoloji kullanmaktadır. Bu durum, öğrencilerin büyük bir kısmının günde 2 saatten fazla teknoloji kullandığını göstermektedir.

Tablo 4.12: Lise Öğrencilerinin Kişisel Algılar ve Davranışlar

	Davranış	N	%
Arkadaşlık Kurma Algısı	Sorun Yaşıyorum	117	26.5
	Sorun Yaşamıyorum	325	73.5

Tablo 4.12, lise öğrencilerinin arkadaşlık kurma konusundaki algılarını göstermektedir. Öğrencilerin %73.5'i arkadaşlık kurmada sorun yaşamadığını belirtirken, %26.5'i bu konuda sorun yaşadığını ifade etmektedir. Çoğunluğun sosyal etkileşimde kendine güvenli olduğu söylenebilir.

Tablo 4.13: Lise Öğrencilerinin Akademik Başarı Algısı

Yüksek	83	18.8
Orta	286	64.7
Düşük	73	16.5

Tablo 4.13, lise öğrencilerinin akademik başarı algısını göstermektedir. Öğrencilerin %64.7'si akademik başarılarının orta düzeyde olduğunu düşünürken, %18.8'i yüksek ve %16.5'i düşük olarak algılamaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu, kendi akademik performansını orta düzeyde değerlendirmektedir.

Tablo 4.14: Lise Öğrencilerinin Diyet Yapma Durumu

	N	%
Diyet Yapıyorum	157	35.5
Diyet Yapmıyorum	285	64.5

Tablo 4.14, lise öğrencilerinin diyet yapma durumunu göstermektedir. Öğrencilerin %35.5'i diyet yaptığını belirtirken, %64.5'i diyet yapmadığını ifade etmektedir. Bu, diyet yapmanın yaygın olmadığını fakat önemli bir kesimin diyet yaptığını göstermektedir.

Tablo 4.15: Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Paylaşımlarında Filtre veya Rötüş Kullanıp Kullanmadığı Bilgisi

Rötüş Kullanma Durumu	N	%
Kullanıyorum	113	25.6
Kullanmıyorum	329	74.4

Tablo 4.15, lise öğrencilerinin sosyal medya paylaşımlarında filtre veya rötüş kullanma durumunu göstermektedir. Öğrencilerin %25.6'sı sosyal medya paylaşımlarında rötüş kullanırken, %74.4'ü kullanmamaktadır. Bu, öğrencilerin çoğunluğunun sosyal medya paylaşımlarında doğal görüntüler kullanmayı tercih ettiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, öğrenci nüfusunun çoğunluğunun (%77.1) çekirdek aile yapısında yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu öğrencilerin çoğunlukla (%73.5) orta gelir seviyesindeki ailelerden geldiği, düşük gelir seviyesinin %7.2, yüksek gelir seviyesinin ise %19.2 olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi açısından, annelerin %66.3'ü ilkokul veya lise mezunu iken, babaların %58.1'i bu eğitim seviyelerindedir. Üniversite mezunu anne ve babaların oranları sırasıyla %29.9 ve %40.0 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin çoğunun (%72.4) 2-3 kardeşe sahip olduğu, %14.0'ının tek çocuk, %13.6'sının ise 4 veya daha fazla kardeşe sahip olduğu görülmüştür.

Teknolojiye erişim konusunda, öğrencilerin %29.9'u yalnızca cep telefonuna, %2.0'ı yalnızca bilgisayara sahiptir. Cep telefonu ve bilgisayar kombinasyonuna sahip olanların oranı ise %31.0'dır. Bu, öğrenciler arasında teknolojik cihazlara erişimin yaygın olduğunu gösterir.

Öğrencilerin günlük teknoloji kullanım süreleri incelendiğinde, %36.0'ının 2-4 saat, %28.1'inin 1-2 saat ve %26.0'ının 4 saatten fazla zaman harcadığı belirlenmiştir. Arkadaşlık kurma konusunda, öğrencilerin %26.5'i zorluk yaşadığını ifade etmiştir. Akademik başarı algısında, öğrencilerin %64.7'si başarılarını orta düzeyde değerlendirirken, %18.8'i yüksek, %16.5'i ise düşük başarı hissettiğini belirtmiştir. Öğrencilerin %35.5'i diyet yapmakta olduğunu, %25.6'sı ise sosyal medya paylaşımlarında filtre veya rötüş kullandığını ifade etmiştir.

Tablo 4.16: Beden Algısı ve Benlik Saygısı Arasındaki Korelasyon İlişkisi

Beden Algısı	
Benlik Saygısı	
Pearson K.	0.294**
İki Yönlü P	<0.001
N	442

Not: Korelasyon 0.01 düzeyinde (iki yönlü) anlamlıdır.

Tablo, "benlik saygısı" ve "beden algısı" arasındaki istatistiksel ilişkiyi Pearson

Korelasyon Katsayısı kullanarak inceler. Pearson Korelasyon Katsayısı, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücünü ve yönünü ölçer. Bu durumda, "benlik saygısı" ve "beden algısı" arasında pozitif bir korelasyon ($r = 0.294$) bulunmaktadır. Bu değer, orta derecede bir ilişkiyi işaret eder ve iki değişken arasında doğrusal bir ilişkinin varlığını gösterir.

P değeri, bu korelasyonun istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirtir. İki kuyruklu testin sonucunda elde edilen p-değeri 0.000'dır, bu da korelasyonun %1'lik anlamlılık düzeyinde (0.01 seviyesinde) istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösterir. Bu, "benlik saygısı" ve "beden algısı" arasındaki ilişkinin rastlantısal olmadığını ve genel popülasyonda da bu ilişkinin var olabileceğini düşündürür.

Araştırmanın örneklemini 442 birey oluşturmaktadır ve her iki değişken için de N (örneklem büyüklüğü) 442 olarak belirtilmiştir. Bu, her iki değişken için de aynı katılımcıların verilerinin kullanıldığını gösterir.

Tablo 4.17: Rosenberg Benlik Saygısı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki (Korelasyon)

Değişken	Sosyal Medya Bağımlılığı
Rosenberg Benlik	0.227**

Not: 0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon

Rosenberg benlik saygısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı arasında 0.227'lik pozitif korelasyon katsayısı, Rosenberg Benlik kavramı ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösterir. Rosenberg Benlik kavramı sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı düzeyde pozitif ilişkiler göstermektedir.

Tablo 4.18: Beden Algısı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki (Korelasyon)

Değişken	Sosyal Medya Bağımlılığı
Beden Algısı	0.479**

Not: 0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon

Beden algısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında 0.479'lik pozitif korelasyon katsayısı, beden algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki olduğunu gösterir. Beden algısı, sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı düzeyde pozitif ilişkiler göstermektedir.

Tablo 4.19: Beden Algısı ve Benlik Saygısımm Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi (Regresyon Analizi)

Değişken	B (Brüt Katsayı)	Std. Hata	Beta (Standartlaştırılmış Katsayı)	t	Anlamlılık (Sig.)	R Değeri	F	Anlamlılık (Sig.)
Sabit (Constant)	0.879	0.074		11.877	<0.001	0.237	68.314	<0.001
Benlik Saygısı	0.063	0.029	0.094	2.162	0.031			
Beden Algısı	0.170	0.016	0.451	10.344	<0.001			

Bu tabloda, sosyal medya bağımlılığı (bağımlı değişken) ile beden algısı ve Rosenberg Benlik ölçeklerinin (bağımsız değişkenler) ilişkisini inceleyen bir regresyon analizi sunulmaktadır.

Bu tablodaki sonuçlara göre her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini göstermektedir. Rosenberg Benlik Saygısı ölçeğinin katsayısı 0.063 ($p = 0.031$), Beden Algısı ölçeğinin katsayısı ise 0.170 ($p < 0.001$) olarak hesaplanmıştır. Bu, Beden Algısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde daha güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu gösterir. R Kare değeri 0.237, yani bağımsız değişkenlerin sosyal medya bağımlılığındaki varyansın %23.7'sini açıkladığı anlamına gelir.

Tablo 4.20: Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik Saygısı, Beden Algısının Cinsiyetlere Göre İlişkileri

Değişken	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	t Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Rosenberg Benlik	Kadın	216	2,0630	0,46207	0,03144	-2,478	0,014
	Erkek	226	2,1730	0,47105	0,03133		
Beden Algısı	Kadın	216	3,6265	0,86347	0,05875	-1,660	0,098
	Erkek	226	3,7586	0,81009	0,05389		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	216	1,6121	0,32522	0,02213	-1,823	0,069
	Erkek	226	1,6667	0,30361	0,02020		

Bu tablo, cinsiyete göre farklılık gösteren "Rosenberg Benlik", "Beden Algısı" ve "Sosyal Medya Bağımlılığı" skorlarını bağımsız örneklem t-testi sonuçları ile birlikte sunmaktadır.

Rosenberg Benlik Algısı ölçeği ve cinsiyetlere göre farklılık olup olmadığına bakıldığında kadınlar ortalama olarak 2,0630 ve erkekler 2,1730 puan almışlardır. T-test sonuçlarına göre, bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t = -2,478$, $p = 0,014$). Bu, cinsiyete bağlı olarak benlik algısında anlamlı bir fark olduğunu gösterir.

Tablo 4.20'deki sonuçlara göre, "Rosenberg Benlik" ölçeğinde kadınlar erkeklere göre daha düşük puan almıştır ($t = -2,478$, $p = 0,014$), bu da cinsiyete bağlı olarak benlik saygısında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. "Beden Algısı" ölçeğinde de kadınlar erkeklere göre daha düşük puan almıştır, ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t = -1,660$, $p = 0,098$). "Sosyal Medya Bağımlılığı" ölçeğinde yine kadınlar erkeklere göre daha düşük puan almıştır, fakat bu fark da istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t = -1,823$, $p = 0,069$).

Beden Algısı ölçeği ve cinsiyetlere göre farklılık olup olmadığına bakıldığında kadınların ortalaması 3,6265 iken, erkeklerin ortalaması 3,7586'dır. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t = -1,660$, $p = 0,098$), yani cinsiyetler arası beden algısı puanlarında anlamlı bir fark yoktur.

Sosyal Medya Bağımlılığı ve cinsiyetlere göre farklılık olup olmadığına bakıldığında kadınların ortalama puanı 1,6121, erkeklerin ise 1,6667'dir. Bu farkın istatistiksel anlamlılığı sınırda kalmaktadır ($t = -1,823$, $p = 0,069$). Bu, cinsiyete bağlı olarak sosyal medya bağımlılığı düzeylerinde belirgin bir fark olmadığını gösterir.

Tablo 4.21: Fotoğraf Paylaşımında Filtre/Rötuş Kullanımının Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Filtre/Rötuş Kullanımı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	t Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Kullanıyorum	3.3221	0.94256	0.08867	-5.656	<0.001
	Kullanmıyorum	3.8218	0.75985	0.04189		

Tablo 4.21, fotoğraf paylaşımında filtre veya rötuş kullanmanın beden algısı üzerindeki etkisini göstermektedir. Filtre veya rötuş kullanan bireylerin beden algısı ortalaması ($M = 3.3221$, $SD = 0.94256$), kullanmayanlara göre ($M = 3.8218$, $SD = 0.75985$) anlamlı derecede düşüktür ($t = -5.656$, $p < 0.001$). Bu bulgu, filtre veya rötuş kullanımının beden algısının daha düşük olmasına neden olabileceğini göstermektedir.

Tablo 4.22: Fotoğraf Paylaşımında Filtre/Rötuş Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Filtre/Rötuş Kullanımı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	t Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kullanıyorum	1.4208	0.28885	0.02717	-9.374	<0.001
	Kullanmıyorum	1.7153	0.28782	0.01587		

Tablo 4.22, fotoğraf paylaşımında filtre veya rötuş kullanmanın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini göstermektedir. Filtre veya rötuş kullanan bireylerin sosyal medya bağımlılığı ortalaması ($M = 1.4208$, $SD = 0.28885$), kullanmayanlara göre ($M = 1.7153$, $SD = 0.28782$) anlamlı derecede düşüktür ($t = -9.374$, $p < 0.001$).

Filtre veya rötuş kullananların beden algısı ortalaması 3,3221, kullanmayanlarınki ise 3,8218'dir. t-test sonuçlarına göre, bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t = -5,656$, $p < 0.001$).

Filtre veya rötuş kullananların sosyal medya bağımlılığı ortalaması 1,4208, kullanmayanlarınki ise 1,7153'tür. Bu fark da istatistiksel olarak anlamlıdır ($t = -9,374$, $p < 0.001$). Bu sonuç, filtre veya rötuş kullanımının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğunu ve bu kullanımın bağımlılık düzeylerini düşürebileceğini göstermektedir.

Tablo 4.23: Günlük Tablet/Telefon/Bilgisayar Kullanım Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Kullanım Süresi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 Saat ve Altı	44	1,8106	0,31020	15,716	<0.001
	1-2 Saat Arası	124	1,7437	0,28555		
	2-4 Saat Arası	159	1,5842	0,30575		
	4 Saat ve Üstü	115	1,5401	0,30514		
Benlik Saygısı	1 Saat ve Altı	44	2,1659	0,47493	1,955	0,120
	1-2 Saat Arası	124	2,1903	0,44602		
	2-4 Saat Arası	159	2,0610	0,45157		
	4 Saat ve Üstü	115	2,1052	0,50867		
Beden Algısı	1 Saat ve Altı	44	4,1875	0,80353	11,397	<0.001
	1-2 Saat Arası	124	3,8782	0,73823		
	2-4 Saat Arası	159	3,5585	0,78384		
	4 Saat ve Üstü	115	3,4941	0,91562		

Bu analiz, sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı, benlik

saygısı ve beden algısı üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir. Veriler, sosyal medya kullanım sürelerine göre gruplandırılmış ve her grup için ortalamalar, standart sapmalar ve ANOVA test sonuçları sunulmuştur.

Analiz sonuçları, Günlük Tablet/Telefon/Bilgisayar Kullanım ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Günde 1 saat ve altında Tablet/Telefon/Bilgisayar kullananların bağımlılık düzeyleri (ortalama = 1,8106) en yüksekken, 4 saat ve üstünde kullananların bağımlılık düzeyleri (ortalama = 1,5401) en düşüktür. Bu fark, ANOVA testi ile istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F = 15,716$, $p < 0.001$). Bu, uzun süre sosyal medya kullanımının bağımlılık hissini azaltabileceğini göstermektedir.

Günlük Tablet/Telefon/Bilgisayar Kullanım ile benlik saygısı puanları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($F = 1,955$, $p = 0,120$). Bu sonuç, farklı kullanım süreleri arasında benlik saygısı düzeylerinin değişmediğini göstermektedir.

Günlük Tablet/Telefon/Bilgisayar Kullanım ile beden algısı arasında da negatif bir ilişki bulunmaktadır. 1 saat ve altında Tablet/Telefon/Bilgisayar kullananların beden algısı puanları (ortalama = 4,1875) en yüksek iken, 4 saat ve üstünde kullananların puanları (ortalama = 3,4941) daha düşüktür. Bu fark, istatistiksel olarak anlamlıdır ($F = 11,397$, $p < 0.001$).

Tablo 4.24: Diyet Yapma Durumunun Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi

Değişken	Diyet Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Diyet Yapıyorum	157	3,5653	0,86042	0,176	0,016
	Diyet Yapmıyorum	285	3,7650	0,81870		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Diyet Yapıyorum	157	1,5824	0,31311	0,201	0,004
	Diyet Yapmıyorum	285	1,6717	0,31236		
Rosenberg Benlik	Diyet Yapıyorum	157	2,0822	0,48957	1,006	0,218
	Diyet Yapmıyorum	285	2,1396	0,45750		

Bu tablo, diyet yapma durumunun beden algısı, sosyal medya bağımlılığı ve Rosenberg benlik algısı üzerindeki etkilerini incelemektedir.

- Diyet yapanların beden algısı ortalaması, diyet yapmayanlara göre daha

düşüktür (3,5653 karşısında 3,7650). Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = 0,016$). Bu sonuç, diyet yapmanın bireylerin beden algısını etkileyebileceğini göstermektedir.

- Diyet yapan bireylerde sosyal medya bağımlılığı ortalaması, diyet yapmayanlara göre daha düşüktür (1,5824 karşısında 1,6717). Bu fark da istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = 0,004$). Bu, diyet yapmanın sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkili olabileceğine işaret etmektedir.
- Diyet yapanlar ve yapmayanlar arasında Rosenberg benlik algısı ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0,218$). Bu, diyet yapmanın benlik algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Tablo 4.25: Arkadaşlık Kurmada Yaşanan Sorunların Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi

Değişken	Arkadaşlık Sorunu	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Sorun Yaşıyorum	117	3,1955	0,82968	0,293	<0.001
	Sorun Yaşamıyorum	325	3,8735	0,76675		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Sorun Yaşıyorum	117	1,4378	0,30890	1,294	<0.001
	Sorun Yaşamıyorum	325	1,7128	0,28455		
Rosenberg Benlik	Sorun Yaşıyorum	117	1,9701	0,43117	2,139	<0.001
	Sorun Yaşamıyorum	325	2,1729	0,47161		

Bu tablo, arkadaşlık kurmada yaşanan sorunların beden algısı, sosyal medya bağımlılığı ve Rosenberg benlik algısı üzerindeki etkilerini incelemektedir.

- Arkadaşlık kurmada sorun yaşayan bireylerin beden algısı ortalaması (3,1955), sorun yaşamayanlara göre (3,8735) daha düşüktür. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.001$). Bu, arkadaşlık kurmada yaşanan sorunların bireylerin beden algısını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir.
- Arkadaşlık sorunu yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları, sorun yaşamayanlara göre daha düşüktür (1,4378 karşısında 1,7128). Bu fark da istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.001$). Bu bulgu, arkadaşlık sorunu yaşayan bireylerin sosyal medya kullanımına daha az bağımlı olabileceğini düşündürmektedir.
- Arkadaşlık kurmada sorun yaşayan bireyler, sorun yaşamayanlara kıyasla daha düşük Rosenberg benlik puanlarına sahiptir (1,9701 karşısında 2,1729). Bu

fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.001$). Bu sonuç, arkadaşlık kurma sorunlarının bireylerin benlik algısını negatif yönde etkileyebileceğini göstermektedir.

Tablo 4.26: Aile Türünün Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi

Değişken	Aile Türü	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Çekirdek Aile	341	3,7043	0,83730	0,137	0,819
	Geniş Aile	87	3,6813	0,83805		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Çekirdek Aile	341	1,6426	0,31357	0,180	0,869
	Geniş Aile	87	1,6488	0,31965		
Rosenberg Benlik	Çekirdek Aile	341	2,0721	0,45949	0,000	<0.001
	Geniş Aile	87	2,2977	0,44538		

Bu tablo, aile türünün (çekirdek aile ve geniş aile) beden algısı, sosyal medya bağımlılığı ve Rosenberg benlik algısı üzerindeki etkilerini incelemektedir.

- Çekirdek ailede ve geniş ailede yaşayan bireyler arasında beden algısı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p = 0,819$). Bu, aile türünün bireylerin beden algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir.
- Çekirdek ailede ve geniş ailede yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p = 0,869$). Bu, farklı aile yapılarında yaşamının sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkili olmadığını düşündürmektedir.
- Çekirdek ailede yaşayan bireylerin Rosenberg benlik puanları, geniş ailede yaşayanlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede daha düşüktür ($p < 0.001$). Bu, aile türünün bireylerin benlik algısı üzerinde önemli bir etkisi olabileceğini göstermektedir, özellikle geniş aile yapısında daha yüksek benlik saygısı gözlenmiştir.

Tablo 4.27: Sınıf Düzeyinin Beden Algısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rosenberg Benlik Üzerindeki Etkisi

Değişken	Sınıf	N	Ortalama	Standart Sapma	F	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	11. Sınıf	238	3,8165	0,73380	20,931	0,001
	12. Sınıf	204	3,5512	0,92725		
Sosyal Medya Bağımlılığı	11. Sınıf	238	1,7152	0,26287	34,890	0,001
	12. Sınıf	204	1,5523	0,34752		
Rosenberg Benlik	11. Sınıf	238	2,1492	0,49322	3,981	0,148
	12. Sınıf	204	2,0843	0,43859		

Bu tablo, 11. ve 12. sınıf öğrencilerinin beden algısı, sosyal medya bağımlılığı ve Rosenberg benlik algısı üzerindeki etkilerini incelemektedir.

- 11. sınıf öğrencilerinin beden algısı puanları, 12. sınıf öğrencilerine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir ($p = 0,001$). Bu, öğrencilerin sınıf düzeyi yükseldikçe beden algılarının daha olumsuz hale gelebileceğini göstermektedir.
- 11. sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puanları 12. sınıfa göre daha yüksektir ve bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0.001$). Bu, daha üst sınıflarda öğrencilerin sosyal medyaya olan bağımlılığının azaldığını düşündürmektedir.
- Rosenberg benlik puanları açısından 11. ve 12. sınıf öğrencileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p = 0,148$). Bu, öğrencilerin sınıf düzeylerinin benlik algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Tablo 4.28: Gelir Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Gelir Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Düşük	85	1,6627	0,33878	2,876	0,057
	Orta	325	1,6465	0,30705		
	Yüksek	32	1,5139	0,31395		

Tablo 4.29: Gelir Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (Devam)

Değişken	Gelir Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Rosenberg Benlik	Düşük	85	2,3129	0,46337	9,325	<0.001
	Orta	325	2,0714	0,45570		
	Yüksek	32	2,0906	0,50441		
Beden Algısı	Düşük	85	4,0594	0,87294	20,094	<0.001
	Orta	325	3,6645	0,77601		
	Yüksek	32	3,0242	0,89399		

Bu tablo, bireylerin gelir düzeylerine göre sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların gelir düzeyine göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

- Gelir düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir ($p = 0,057$).
- Gelir düzeyi, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ($p < 0.001$). Düşük gelir düzeyine sahip bireylerin Rosenberg benlik puanları, orta ve yüksek gelir düzeylerine sahip bireylere göre daha yüksektir.
- Gelir düzeyine göre beden algısı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p < 0.001$). Düşük gelir düzeyine sahip bireylerin beden algısı puanları, orta ve yüksek gelir düzeylerine sahip bireylere göre daha yüksektir.

Tablo 4.30: Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Anne Eğitim Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Okur Yazar	17	1,4314	0,31151	4,007	0,019
	Değil					
	İlkokul/Lise	293	1,6443	0,29663		
	Mezunu					
Rosenberg Benlik	Üniversite	132	1,6574	0,34706	1,217	0,297
	Mezunu					
	Okur Yazar	17	2,0353	0,44992		
	Değil					

Tablo 4.31: Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (Devam)

Değişken	Anne Eğitim Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	İlkokul/Lise Mezunu	293	2,1017	0,47589	6,319	0,002
	Üniversite Mezunu	132	2,1689	0,45619		
	Okur Yazar Değil	17	3,1721	0,49473		
	İlkokul/Lise Mezunu	293	3,6510	0,83575		
	Üniversite Mezunu	132	3,8568	0,84411		

Bu tablo, bireylerin annelerin eğitim düzeylerine göre sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların bireylerin annelerinin eğitim düzeyine göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

- Anne eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p = 0,019$). Okur yazar olmayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları, ilkokul/lise mezunları ve üniversite mezunlarına göre daha düşüktür.
- Anne eğitim düzeyi, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir ($p = 0,297$).
- Anne eğitim düzeyine göre beden algısı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p = 0,002$). Okuryazar olmayan bireylerin beden algısı puanları, diğer eğitim düzeylerine kıyasla daha düşüktür.

Tablo 4.32: Baba Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Baba Eğitim Seviyesi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Okur Yazar	8	1,3611	0,22810	3,254	0,040
	Değil					
	İlkokul/Lise Mezunu	257	1,6420	0,29824		
	Üniversite Mezunu	177	1,6497	0,33740		
Rosenberg Benlik	Okur Yazar	8	2,1000	0,45981	3,789	0,023
	Değil					

Tablo 4.33: Baba Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)

	İlkokul/Lise Mezunu	257	2,0685	0,47002		
	Üniversite Mezunu	177	2,1938	0,46149		
Beden Algısı	Okur Yazar Değil	8	2,6281	0,74862	10,337	<0.001
	İlkokul/Lise Mezunu	257	3,6275	0,83202		
	Üniversite Mezunu	177	3,8388	0,80766		

Bu tablo, farklı eğitim seviyelerine sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların eğitim seviyesine göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

- Baba eğitim seviyesine göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p = 0,040$). Okuryazar olmayan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları, diğer eğitim seviyelerine göre daha düşüktür.
- Baba eğitim seviyesi, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir ($p = 0,023$). Üniversite mezunlarının Rosenberg benlik puanları, diğer eğitim seviyelerine kıyasla daha yüksektir.
- Baba eğitim seviyesine göre beden algısı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p < 0.001$). Üniversite mezunu bireylerin beden algısı puanları, diğer eğitim seviyelerine kıyasla daha yüksektir.

Tablo 4.34: Kardeş Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Kardeş Sayısı	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Tek Çocuk	62	1,6093	0,33287	2,159	0,117
	2-3 Kardeş	320	1,6583	0,31255		
	4 ve Daha Fazla Kardeş	60	1,5741	0,30423		
Rosenberg Benlik	Tek Çocuk	62	2,1210	0,46664	0,110	0,896
	2-3 Kardeş	320	2,1141	0,47113		
	4 ve Daha Fazla Kardeş	60	2,1450	0,46992		

Tablo 4.35: Kardeş Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)

Değişken	Kardeş Sayısı	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Tek Çocuk	62	3,8230	0,94478	1,434	0,240
	2-3 Kardeş	320	3,6930	0,81670		
	4 ve Daha Fazla Kardeş	60	3,5662	0,83004		

Bu tablo, farklı kardeş sayısına sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların kardeş sayısına göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

1. Sosyal Medya Bağımlılığı: Kardeş sayısına göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0,117$).
2. Rosenberg Benlik: Kardeş sayısı, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir ($p = 0,896$).
3. Beden Algısı: Kardeş sayısına göre beden algısı puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0,240$).

Tablo 4.36: Teknolojik Cihaz Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Teknolojik Cihazlar	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Cep Telefonu	132	1,6002	0,35293	2,636	0,004
	Cep Telefonu, Bilgisayar	137	1,6796	0,28932		
	Cep Telefonu, Tablet, Bilgisayar, Televizyon	37	1,7327	0,24068		
	Cep Telefonu, Bilgisayar, Televizyon	20	1,7333	0,27073		
Rosenberg Benlik	Cep Telefonu	132	2,0455	0,44092	3,234	<0.001

Tablo 4.37: Teknolojik Cihaz Kullanımının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)

Değişken	Teknolojik Cihazlar	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Beden Algısı	Cep Telefonu, Bilgisayar	137	2,0620	0,46528	4,163	<0.001
	Cep Telefonu, Tablet, Bilgisayar, Televizyon	37	2,4189	0,45816		
	Cep Telefonu, Bilgisayar, Televizyon	20	2,1950	0,60739		
	Cep Telefonu	132	3,5608	0,90538		
	Cep Telefonu, Bilgisayar	137	3,6675	0,75047		
	Cep Telefonu, Tablet, Bilgisayar, Televizyon	37	4,2270	0,88472		
	Cep Telefonu, Bilgisayar, Televizyon	20	4,1138	0,69032		

Bu tablo, farklı teknolojik cihaz kombinasyonlarını kullanan bireylerin sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların cihaz kullanımına göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

1. Teknolojik cihaz kullanımı, sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklara yol açmaktadır ($p = 0,004$). Cep telefonu, tablet, bilgisayar ve televizyon kombinasyonunu kullananların sosyal medya bağımlılığı puanları en yüksektir.
2. Teknolojik cihaz kullanımı, Rosenberg benlik puanları üzerinde de istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahiptir ($p < 0.001$). Cep telefonu, tablet, bilgisayar ve televizyon kombinasyonunu kullananların benlik puanları en yüksektir.
3. Cihaz kullanımı, beden algısı puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar oluşturmaktadır ($p < 0.001$). Yine, birden fazla cihazı kullananların beden algısı puanları daha yüksektir.

Tablo 4.38: Sosyal Medya Hesap Sayısının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Sosyal Aktivite Sayısı	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	0	13	1,6581	0,37257	1,800	0,128
	1	89	1,6754	0,28585		
	2	96	1,6377	0,28074		
	3	72	1,7006	0,28260		
	4 ve Üstü	172	1,5963	0,35115		

Tablo 4.39: Sosyal Medya Hesap Sayısının Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)

Değişken	Sosyal Aktivite Sayısı	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Rosenberg Benlik	0	13	2,0077	0,48898	0,726	0,574
	1	89	2,1169	0,46153		
	3	72	2,1750	0,45370		
	4 ve Üstü	172	2,1326	0,47337		
Beden Algısı	0	13	3,7096	1,07173	0,969	0,424
	1	89	3,8256	0,86043		
	2	96	3,7018	0,75088		
	3	72	3,7135	0,81090		
	4 ve Üstü	172	3,6124	0,86511		

Bu tablo, farklı sosyal medya hesap sayısına sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların sosyal medya hesap sayısına göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

- Sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0,128$). Bu, farklı sayıda sosyal medya hesabı olan bireyler arasında sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin önemli ölçüde farklılık göstermediğini gösterir.
- Sosyal medya hesap sayısı, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir ($p = 0,574$). Bu, bireylerin benlik algısının sosyal medya hesap sayısından bağımsız olduğunu gösterir.
- Sosyal medya hesap sayısına göre beden algısı puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p = 0,424$). Bu, bireylerin beden algısının sosyal medya hesap sayısına göre değişmediğini gösterir.

Tablo 4.40: Akademik Başarı Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi

Değişken	Akademik Başarı Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Sosyal Medya Bağımlılığı	Akademik Olarak Başarılı	83	1,7068	0,30433	27,510	<0.001
	Orta Düzeyde Akademik Başarı	286	1,6807	0,29045		
	Akademik Başarı Düzeyi Düşük	73	1,4049	0,31827		

Tablo 4.41: Akademik Başarı Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılığı, Rosenberg Benlik ve Beden Algısı Üzerindeki Etkisi (devam)

Değişken	Akademik Başarı Düzeyi	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	İki Yönlü Anlamlılık (Sig.)
Rosenberg Benlik	Akademik Olarak Başarılı	83	2,3663	0,42949	16,735	<0.001
	Orta Düzeyde Akademik Başarı	286	2,0836	0,45650		
	Akademik Başarı Düzeyi Düşük	73	1,9781	0,46793		
Beden Algısı	Akademik Olarak Başarılı	83	4,0446	0,78891	33,904	<0.001
	Orta Düzeyde Akademik Başarı	286	3,7564	0,72490		
	Akademik Başarı Düzeyi Düşük	73	3,0514	0,96914		

Bu tablo, bireylerin akademik başarı düzeylerine göre sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik ve beden algısı puanlarını ve bu puanların akademik başarı düzeyine göre istatistiksel farklılıklarını incelemektedir.

- Akademik başarı düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p < 0.001$). Akademik olarak başarılı olan bireylerin sosyal medya bağımlılığı puanları, diğer gruplara göre daha yüksektir.
- Akademik başarı düzeyi, Rosenberg benlik puanları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahiptir ($p < 0.001$). Akademik olarak başarılı olan bireylerin Rosenberg benlik puanları en yüksektir.
- Akademik başarı düzeyine göre beden algısı puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ($p < 0.001$). Akademik olarak başarılı olan bireylerin beden algısı puanları daha yüksektir.

5. TARTIŞMA

Bu çalışmada, erkek ve kız öğrenciler arasındaki cinsiyet dağılımı neredeyse eşit olarak gözlemlenmiştir. Bu durum, genel olarak eğitim alanında cinsiyet eşitliğine doğru bir eğilim olduğunu gösterir. Literatürde, cinsiyet eşitliğinin eğitimde önemli bir hedef olduğu ve giderek daha fazla gerçekleştiği belirtilmiştir (World Bank, 2018). Bu, eğitim fırsatlarının her iki cinsiyet için de eşit olarak sunulduğu anlamına gelir. Ancak, sosyal medya kullanımı ve diğer psikososyal faktörler açısından cinsiyetin etkileri farklılık gösterebilir.

Araştırma, 12. sınıf öğrencilerinin 11. sınıf öğrencilerine göre nüfus içinde biraz daha fazla temsil edildiğini göstermiştir. Bu, daha üst sınıf öğrencilerinin araştırmalara katılma olasılığının daha yüksek olabileceğini düşündürmektedir. Literatür, yaşı ve olgunluğun araştırma katılımı üzerinde bir etkisi olduğunu göstermiştir (Smith, 2015). Bu, özellikle akademik ve sosyal baskıların arttığı üst sınıflarda, öğrencilerin deneyimlerini paylaşma ve bu tür araştırmalara katılma konusunda daha istekli olabileceğini gösterir.

Bulgular, sosyal medya bağımlılığının gençler arasında yaygın bir sorun olduğunu göstermektedir. Özellikle olumsuz duygulardan kaçmak için sosyal medyaya yönelme eğilimi dikkat çekicidir. Bu, Andreassen (2015) tarafından yapılan bir çalışmayla uyumludur, burada sosyal medya bağımlılığının genellikle duygusal düzensizlikle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Bu, gençlerin sosyal medyayı duygusal rahatlama aracı olarak kullanabileceğini, ancak bu sürecin bağımlılıkla sonuçlanabileceğini gösterir.

Araştırma sonuçları, çekirdek aile yapısında yaşayan öğrencilerin çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bu durum, aile yapısının sosyal medya kullanımı ve psikososyal gelişim üzerindeki etkileri açısından önemlidir. Örneğin, Mascheroni vd. (2015) aile yapısının ve aile içi iletişimin gençlerin medya kullanım alışkanlıkları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Bu, aile yapısının, gençlerin sosyal medya kullanımı ve genel psikososyal gelişimi üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir.

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun cep telefonu ve/veya bilgisayara erişimi olduğu gözlemlenmiştir. Bu, gençlerin teknolojiye erişiminin sosyal medya kullanımını artırdığını gösterir. Livingstone vd. (2011) tarafından yapılan bir çalışma, teknolojik cihaz sahipliğinin gençlerin çevrimiçi etkileşimlerini önemli ölçüde artırdığını belirtmiştir. Bu, teknolojik erişimin, gençlerin sosyal medya platformlarını nasıl ve ne sıklıkla kullandıklarını önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir.

Araştırma, akademik olarak başarılı öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik saygısı ve beden algısı puanlarının daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, akademik başarının gençlerin psikososyal sağlığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir. Literatürde, akademik başarının öz saygı, benlik saygısı ve genel yaşam memnuniyeti ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur (Alivernini ve Lucidi, 2011). Yüksek akademik başarıya sahip öğrencilerin daha yüksek benlik saygısına ve olumlu beden algısına sahip olmaları, bu öğrencilerin akademik ve sosyal becerilerde kendilerine daha fazla güvendiklerini gösterir. Ancak, sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olarak, yüksek akademik başarının daha fazla çevrimiçi kaynak kullanımını gerektirebileceği ve bu durumun sosyal medya kullanımını artırabileceği düşünülebilir.

Sosyal medya hesap sayısının sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik saygısı ve beden algısı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Bu, gençlerin sosyal medya hesaplarını nasıl kullandıklarının, sahip oldukları hesap sayısından daha önemli olabileceğini gösterir. Münsterberg (2016) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal medya kullanım kalitesinin, gençler üzerindeki psikososyal etkiler açısından nicelikten daha önemli olduğunu belirtmiştir. Yani, gençlerin çevrimiçi ortamlarda nasıl etkileşimde bulundukları, kaç hesaba sahip olduklarından daha belirleyici olabilir.

Teknolojik cihaz kullanımının çeşitliliği, sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve beden algısı üzerinde anlamlı etkiler göstermiştir. Birden fazla cihazın kullanımı, özellikle sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı için daha yüksek puanlarla ilişkilendirilmiştir. Bu, gençlerin farklı cihazlar aracılığıyla daha geniş bir sosyal ve bilgi ağına erişebileceğini ve bu durumun hem olumlu hem de olumsuz psikososyal etkilere sahip olabileceğini gösterir (Kuss ve Griffiths, 2017). Cihaz çeşitliliği, gençlerin sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlara daha sık ve çeşitli şekillerde erişim sağlamalarını mümkün kılar, bu da sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların psikososyal sonuçlarını etkileyebilir.

Diyet yapan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı daha düşükken, beden algısı

daha düşük ve Rosenberg benlik saygısı üzerinde önemli bir etkisi olmamıştır. Bu bulgu, diyet yapmanın gençlerin beden algısı üzerinde karmaşık bir etkiye sahip olabileceğini gösterir. Literatür, diyet yapmanın ve beden imajı ile ilgili endişelerin, sosyal medya üzerinden sürekli olarak idealize edilmiş vücut imajlarına maruz kalmanın bir sonucu olabileceğini belirtmektedir (Tiggemann ve Slater, 2014). Bu, diyet yapan gençlerin sosyal medyadan daha fazla etkilenebileceğini, ancak aynı zamanda sosyal medya kullanımını sınırlayarak bu etkilerle başa çıkmaya çalışabileceklerini gösterir.

Eğitim alanında cinsiyet eşitliğinin giderek arttığına dair kanıtlar bulunmaktadır. World Bank (2018) tarafından yapılan bir çalışma, dünya genelinde eğitimde cinsiyet eşitliğine ulaşma konusunda önemli ilerlemeler kaydedildiğini belirtmektedir. Bu, eğitim fırsatlarının her iki cinsiyet için de eşit olarak sunulduğunu gösterir.

Yaşın ve olgunluğun, araştırma katılımına etkisi üzerine yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Smith (2015), yaşın, özellikle akademik ve sosyal baskıların arttığı üst sınıflarda, öğrencilerin araştırmalara katılma istekliliğini artırabileceğini belirtmiştir.

Andreassen (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, sosyal medya bağımlılığının genellikle duygusal düzensizlikle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Bu, sosyal medyanın özellikle olumsuz duygulardan kaçmak için kullanıldığında bağımlılık yapıcı olabileceğini gösterir.

Aile yapısının gençlerin medya kullanım alışkanlıkları üzerinde önemli bir etkisi olduğu belirtilmiştir. Mascheroni vd. (2015) tarafından yapılan bir çalışma, aile içi iletişimin, gençlerin sosyal medya kullanımları üzerinde düzenleyici bir rol oynayabileceğini ortaya koymuştur.

Teknolojiye erişimin gençlerin sosyal medya kullanımını nasıl artırdığına dair çalışmalar bulunmaktadır. Livingstone vd. (2011) tarafından yapılan bir çalışma, teknolojik cihaz sahipliğinin gençlerin çevrimiçi etkileşimlerini önemli ölçüde artırdığını belirtmiştir.

Akademik başarının öz saygı, benlik saygısı ve genel yaşam memnuniyeti ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur. Alivernini ve Lucidi (2011) tarafından yapılan bir çalışma, yüksek akademik başarıya sahip öğrencilerin daha yüksek benlik saygısına ve olumlu beden algısına sahip olduğunu göstermiştir.

Sosyal medya kullanım kalitesinin, gençler üzerindeki psikososyal etkiler açısından nicelikten daha önemli olduğu belirtilmiştir. Münsterberg (2016) tarafından yapılan bir çalışma, gençlerin çevrimiçi ortamlarda nasıl etkileşimde bulunduklarının,

kaç hesaba sahip olduklarından daha belirleyici olduğunu göstermiştir.

Birden fazla cihazın kullanımının sosyal medya bağımlılığı ve benlik saygısı üzerinde etkileri olabileceği belirtilmiştir. Kuss ve Griffiths (2017) tarafından yapılan bir çalışma, cihaz çeşitliliğinin, gençlerin sosyal medya platformlarını nasıl ve ne sıklıkla kullandıklarını önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermiştir.

Araştırma, kardeş sayısının sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik saygısı ve beden algısı üzerinde anlamlı bir etki göstermediğini bulmuştur. Bu, kardeş sayısının gençlerin psikososyal gelişimi üzerindeki etkisinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla doğrudan ilişkili olmayabileceğini gösterir. Literatürde, aile yapısı ve kardeş ilişkilerinin gençlerin sosyal becerileri ve psikososyal gelişimi üzerinde önemli etkileri olduğu belirtilmiştir (Downey ve Condrón, 2004). Ancak, bu etkilerin sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı ile doğrudan bir ilişkisi olmayabilir, bu da gençlerin dijital ortamlarda nasıl davrandıklarının daha çok bireysel ve sosyal çevresel faktörlerden etkilenebileceğini gösterir.

Araştırma bulguları, 11. sınıf öğrencilerinin beden algısı ve sosyal medya bağımlılığı puanlarının 12. sınıf öğrencilerine göre istatistiksel olarak daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu, öğrencilerin akademik kariyerlerinde ilerledikçe sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve kendilerine yönelik algılarının değişebileceğini işaret eder. Literatürde, lise son sınıf öğrencilerinin üniversiteye hazırlık ve gelecek planları gibi faktörler nedeniyle artan stres seviyeleri yaşadığı belirtilmiştir (Suldo vd., 2015). Bu stres, sosyal medya kullanımını azaltabilir ve öğrencilerin kendileri hakkında daha olumlu hissetmelerine yardımcı olabilir, çünkü daha az karşılaştırmalı ve dikkat dağıtıcı içeriğe maruz kalırlar.

Bulgular, düşük gelir düzeyine sahip bireylerin beden algısı puanlarının diğer gruplara göre istatistiksel olarak daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu, sosyoekonomik statünün bireylerin kendilerini algılamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini gösterir. Literatürde, yüksek gelir düzeylerine sahip bireylerin genellikle daha yüksek benlik saygısı ve beden imajı seviyelerine sahip olduğu belirtilmiştir (Goodman vd., 2003). Ancak, bu çalışma sosyoekonomik faktörlerin gençlerin beden algısı üzerinde beklenenden farklı etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Bu, gençlerin sosyal medya üzerindeki karşılaştırmalı ve idealize edilmiş görsellerle daha fazla etkileşime girebileceği ve bu durumun düşük gelirli gençler arasında daha olumsuz beden algısına yol açabileceği anlamına gelebilir.

Ebeveyn eğitim düzeyinin, çocuklarının sosyal medya bağımlılığı ve beden

algısı üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Özellikle, okuryazar olmayan ebeveynlerin çocuklarının, ebeveynleri ilkököl/lise mezunu veya üniversite mezunu olanlara göre daha düşük sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı puanlarına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, ebeveynlerin eğitim seviyesinin, çocuklarının dijital dünyayla nasıl etkileşime girdiklerini ve kendilerini nasıl gördüklerini etkileyebileceğini gösterir. Literatürde, daha yüksek eğitim seviyelerine sahip ebeveynlerin çocuklarının eğitimine daha fazla katılım gösterdiği ve onlara daha fazla destek sağladığı belirtilmiştir (Davis-Kean, 2005). Bu, bu çocukların sosyal medyayı daha bilinçli kullanmalarına ve olumlu beden imajı geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Baba eğitim seviyesi, çocukların sosyal medya bağımlılığı, Rosenberg benlik saygısı ve beden algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip bulunmuştur. Literatür, ebeveynlerin eğitim seviyesinin, çocukların akademik başarıları ve sosyal becerileri üzerinde etkili olduğunu göstermiştir (Havighurst, 1976). Bu çalışmanın bulguları, babaların eğitim seviyesinin, çocuklarının dijital dünyayla etkileşimlerini ve kendilerine yönelik algılarını da etkileyebileceğini göstermektedir. Bu, ebeveynlerin sosyal medya kullanımı hakkında çocuklarıyla daha etkili iletişim kurabilmesi ve onlara rehberlik edebilmesi için eğitim seviyesinin bir göstergesi olabilir.

Sonuç olarak araştırma bulgularının geniş literatürle nasıl ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Her bir bulgu, gençlerin sosyal medya kullanımı, psikososyal gelişimi ve eğitim deneyimleri üzerine geniş bir araştırma yelpazesine dayanır. Bu bulgular, eğitimcilerin, politika yapıcıların ve araştırmacıların gençlerin teknoloji ve sosyal medya kullanımını anlamalarına yardımcı olabilir. Bu çalışma, sosyal medya bağımlılığı, aile yapısı, teknolojik cihaz sahipliği ve eğitim düzeyi gibi faktörlerin gençlerin psikososyal gelişimi üzerindeki karmaşık etkileşimlerini vurgulamaktadır.

6. SONUÇ

Araştırmanın sonuçları, cinsiyetin ve sınıf düzeylerinin lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, benlik saygısı ve beden imajı üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, okulların ve eğitimcilerin cinsiyete ve sınıf düzeyine özgü müdahale programları geliştirmesi, gençlerin dijital çağdaki zorluklarıyla daha etkin bir şekilde başa çıkmasına yardımcı olabilir.

Sosyal medya bağımlılığının yaygınlığı ve bu bağımlılığın gençlerin psikolojik sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri dikkate alındığında, okullarda sosyal medya kullanımını sınırlamaya ve dengelemeye yönelik stratejilerin geliştirilmesi önemlidir. Özellikle, aile içi çatışmalar ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin ele alınması, ailelerin bu konuda bilgilendirilmesini ve desteklenmesini gerektirir.

Araştırmanın bulguları, öğrencilerin aile yapısı ve ebeveynlerinin eğitim düzeylerinin gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve psikolojik sağlığı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, ailelere yönelik eğitim programları ve atölye çalışmaları, ebeveynlerin çocuklarının dijital dünyadaki ihtiyaçlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir.

Benlik saygısı ve beden imajı arasındaki pozitif ilişki, gençlerin öz algılarını güçlendirmeye yönelik programların önemini vurgular. Okullar ve gençlik merkezleri, gençlerin beden imajı ve öz saygı konularında kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlayacak atölye ve seminerler düzenleyebilir.

Sosyal medyanın beden imajı algıları üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, gençlere sosyal medya içeriklerinin kritik bir şekilde değerlendirilmesi ve sağlıklı kullanım alışkanlıkları kazandırılması gerekmektedir. Bu, medya okuryazarlığı eğitimleriyle desteklenebilir.

Çok değişkenli analiz sonuçları, gençlerin ihtiyaçlarına yönelik bireyselleştirilmiş müdahale programlarının geliştirilmesinde kullanılabilir. Eğitimcilerin ve danışmanların, gençlerin benlik saygısı, beden imajı ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmesi önemlidir.

Cinsiyetler arası farklılıkların etki büyüklüğü değerlendirmesi, gençlere yönelik cinsiyete özgü destek ve müdahale programlarının tasarlanmasında önemli bir yol gösterici olabilir. Özellikle beden imajı konusunda kız öğrencilere yönelik özel programlar geliştirilebilir.

Araştırmanın genel sonuçları, eğitimcilerin, politika yapıcılarının ve ailelerin, gençlerin dijital dünyada karşılaştıkları zorlukları anlamalarına ve bu zorluklarla başa çıkmalarına yardımcı olacak stratejiler geliştirmeleri için bir temel sunar. Bu stratejiler, gençlerin sosyal medya kullanımı, benlik saygısı ve beden imajı ile ilgili anlayışlarını derinleştirebilir ve onlara bu konularda rehberlik edebilir.

Bu araştırmanın bulguları, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisinin toplumsal farkındalığını artırmak için kullanılabilir. Kamuoyu bilinçlendirme kampanyaları ve eğitim seminerleri, gençlerin ve ailelerin dijital çağı getirdiği zorluklarla başa çıkma becerilerini geliştirebilir.

Teknolojinin ve sosyal medyanın sürekli evrimi göz önünde bulundurulduğunda, bu alandaki araştırmaların ve müdahale stratejilerinin sürekli güncellenmesi gerekmektedir. Yeni trendler ve teknolojik gelişmeler, gençlerin sosyal medya kullanımını ve psikolojik sağlığını etkilemeye devam edecektir, bu nedenle eğitimcilerin ve politika yapıcılarının bu değişimlere ayak uydurarak müdahale programlarını sürekli güncellemeleri önemlidir.

Konu ile ilgili aşağıdaki önerilerin dikkate alınması son derece önemlidir. Bu öneriler:

- Okullarda Sosyal Medya Eğitimi: Öğrencilere sosyal medya kullanımının etkileri ve güvenli kullanımı hakkında bilgilendirici programlar sunulmalıdır.
- Ebeveynlere Yönelik Atölyeler: Ebeveynlerin çocuklarının dijital dünyayla etkileşimini anlamalarına yardımcı olmak için eğitim atölyeleri düzenlenmelidir.
- Medya Okuryazarlığı Dersleri: Öğrencilere, sosyal medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme becerileri kazandıracak medya okuryazarlığı dersleri sunulmalıdır.
- Psikolojik Danışmanlık Hizmetleri: Okullarda öğrencilere yönelik psikolojik danışmanlık hizmetleri artırılmalı ve desteklenmelidir.
- Sosyal Medya Detoksu: Öğrencilere sosyal medya detoksu ve dijital detoks

programları sunulacak, teknoloji bağımlılığının önlenmesine yardımcı olunmalıdır.

- Beden İmajı ve Özgüven Atölyeleri: Öğrencilere, beden imajı ve özgüven konularında destek sağlayacak atölyeler düzenlenmelidir.
- Akran Danışmanlığı Programları: Öğrenciler arasında akran danışmanlığı programları teşvik edilerek, birbirlerine destek olmaları sağlanmalıdır.
- Sosyal Medya ve Sağlık Seminerleri: Sosyal medyanın fiziksel ve zihinsel sağlık üzerindeki etkileri hakkında seminerler düzenlenmelidir.
- Aile-Okul İş birliği: Okullar ve aileler arasındaki iş birliği güçlendirilmeli, ortak eğitim programları ve bilgilendirme toplantıları düzenlenmelidir.
- Kendini İfade Etme Sanatları: Öğrencilerin kendilerini ifade etmeleri için sanat, müzik, tiyatro gibi faaliyetler teşvik edilmelidir.
- Siber Zorbalıkla Mücadele: Siber zorbalıkla mücadele konusunda öğrencilere yönelik bilinçlendirme programları ve müdahale stratejileri geliştirilmelidir.
- Sosyal Sorumluluk Projeleri: Öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılımı teşvik edilerek, toplumda pozitif bir etki yaratmaları sağlanmalıdır.
- Dijital Araçların Eğitimde Kullanımı: Eğitimde dijital araçların dengeli ve etkili kullanımı için öğretmenlere yönelik eğitimler düzenlenmelidir.
- Sağlıklı Yaşam ve Spor Aktiviteleri: Öğrencilere yönelik sağlıklı yaşam ve spor aktiviteleri artırılarak fiziksel aktivitenin önemi vurgulanmalıdır.
- Toplumsal Farkındalık Kampanyaları: Gençlerin sosyal medya kullanımı ve psikolojik sağlığı ile ilgili toplumsal farkındalık kampanyaları yürütülmelidir.
- Çok Kültürlü Eğitim Programları: Öğrencilere, farklı kültürleri tanıma ve anlama fırsatı sunan eğitim programları sunulmalıdır.
- Girişimcilik ve Yenilikçilik Programları: Öğrencilere, girişimcilik ve yenilikçilik becerilerini geliştirecek programlar sunulmalıdır.
- Bilgi Teknolojileri Dersleri: Bilgi teknolojileri ve yazılım dersleri, öğrencilerin teknolojiyi üretici bir şekilde kullanmalarını teşvik edecek biçimde düzenlenmelidir.
- Eğitimde Teknolojik Yenilikler: Eğitimde teknolojik yeniliklerin etkili kullanımı teşvik edilerek, öğrencilerin çağdaş eğitim araçlarından faydalanmaları sağlanmalıdır.
- Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı: Öğrencilere, mesleki rehberlik ve

kariyer danışmanlığı hizmetleri sunularak, gelecekteki kariyer planlamalarında destek sağlanmalıdır.



KAYNAKÇA

- Alivernini, F. ve Lucidi, F. (2011). The academic motivation scale (AMS): Factorial structure, invariance, and validity in the Italian context. *Learning and Individual Differences*, 21(2), 176-181.
- Altıparmak, L. (2012). Türkiye'de gençler arasında beden imajı ve ruh sağlığı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 45(2), 283-300.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Augar, N., Raitman, R. ve Zhou, W. (2004). Teaching and learning online with wikis. In *Proceedings of the ASCILITE 2004: Beyond the comfort zone*.
- Aydın, G. ve Uysal, S. (2012). Aile ile ilgili faktörlerin ergenin benlik saygısı üzerindeki etkisi. *Aile ve Toplum Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*, 7(28), 37-50.
- Aydın, S. (2015). Türkiye’de sosyal medya kullanımı ve etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 50, 31-55.
- Bailey, L., Steeves, V., Burkell, J. ve Regan, P. M. (2013). Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From “bicycle face” to Facebook. *Journal of Communication Inquiry*, 37(2), 91-112.
- Bainbridge, W. S. (2007). The scientific research potential of virtual worlds. *Science*, 317(5837), 472-476.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I. ve Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1-44.
- Beck, A. T. ve Dozois, D. J. (2011). Cognitive therapy: Current status and future directions. *Annual Review of Medicine*, 62, 397-409.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Bennett, W. L. ve Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Block, J. ve Robins, R. W. (1993). A longitudinal study of consistency and change in self-esteem from early adolescence to early adulthood. *Child Development*, 64(3), 909-923.
- Blood, R. (2002). *The weblog handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Perseus Publishing.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Branden, N. (1994). *The Six Pillars of Self-Esteem*. Bantam.

- Bryant, S. L., Forte, A. ve Bruckman, A. (2005). Becoming Wikipedian: Transformation of participation in a collaborative online encyclopedia. In *Proceedings of the 2005 international ACM SIGGROUP conference on Supporting group work*.
- Burgess, J. ve Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.
- Cash, T. F. ve Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. Guilford Press.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. University of Chicago Press.
- Castronova, E. (2007). *Exodus to the virtual world: How online fun is changing reality*. Palgrave Macmillan.
- Cenkseven-Önder, F. ve Sari, M. (2009). The quality of college life (QCL) of students in Turkey: Students' life satisfaction and identification. *Social Indicators Research*, 94(2), 183-208.
- Clay, D., Vignoles, V. L. ve Dittmar, H. (2005). Body image and self-esteem among adolescent girls: Testing the influence of sociocultural factors. *Journal of Research on Adolescence*, 15(4), 451-477.
- Conway, B. A., Kenski, K. ve Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363-380.
- Crocker, J. ve Wolfe, C. T. (2001). Contingencies of self-worth. *Psychological Review*, 108(3), 593-623.
- Curran, J. ve Seaton, J. (2018). *Power without responsibility: Press, broadcasting and the internet in Britain*. Routledge.
- Çolak, M., Bingöl, O. S. ve Dayı, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595-600.
- Davis-Kean, P. E. (2005). The influence of parent education and family income on child achievement: The indirect role of parental expectations and the home environment. *Journal of Family Psychology*, 19(2), 294-304.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A. K. ve Hughes, B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 83-108.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dickey, M. D. (2003). Teaching in 3D: Pedagogical affordances and constraints of 3D virtual worlds for synchronous distance learning. *Distance Education*, 24(1), 105-121.
- Dittmar, H. (2009). How do "body perfect" ideals in the media have a negative impact on body image and behaviors? Factors and processes related to self and identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8.
- Dittmar, H., Halliwell, E. ve Ive, S. (2006). Does barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5-to 8-year-old girls. *Developmental Psychology*, 42(2), 283-292.
- Dohnt, H. ve Tiggemann, M. (2006). Body image concerns in young girls: The role of peers and media prior to adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(2), 135-145.
- Downey, D. B. ve Condon, D. J. (2004). Playing well with others in kindergarten:

- The benefit of siblings at home. *Journal of Marriage and Family*, 66(2), 333-350.
- Eley, T. C., McAdams, T. A., Rijdsdijk, F. V., Lichtenstein, P., Narusyte, J., Reiss, D. ve Neiderhiser, J. M. (2015). The intergenerational transmission of anxiety: A children-of-twins study. *The American Journal of Psychiatry*, 172(7), 630-637.
- Ellison, N., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Erdem, M. (2019). *Yetişkin kadın bireylerde toplumsal cinsiyet rolleri ile benlik saygısının ilişki doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü] (Danışman: Doç. Dr. Nazlı Balkır Neftçi)
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W.W. Norton & Company.
- Fairburn, C. G. ve Harrison, P. J. (2003). Eating disorders. *The Lancet*, 361(9355), 407-416.
- Fairburn, C. G., Cooper, Z. ve Shafran, R. (2003). Cognitive behaviour therapy for eating disorders: A “transdiagnostic” theory and treatment. *Behaviour Research and Therapy*, 41(5), 509-528.
- Fairburn, C. G., Cooper, Z. ve Shafran, R. (2003). Cognitive behaviour therapy for eating disorders: A “transdiagnostic” theory and treatment. *Behaviour Research and Therapy*, 41(5), 509-528.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. 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.
- Farooq, H. O., Farrukh, H. ve Khan, Z. (2023). The Influence of Social Media on Adolescents' Self-Esteem. Summer 2023.
- Farrow, C. V., Haycraft, E. ve Blissett, J. M. (2015). Teaching our children when to eat: How parental feeding practices inform the development of emotional eating—a longitudinal experimental design. *The FASEB Journal*, 29(1_supplement), 643-645.
- Frederick, D. A., Forbes, G. B., Grigorian, K. E. ve Jarcho, J. M. (2007). The UCLA body project I: Gender and ethnic differences in self-objectification and body satisfaction among 2,206 undergraduates. *Sex Roles*, 57(5-6), 317-327.
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Gao, F., Luo, T. ve Zhang, K. (2012). Tweeting for learning: A critical analysis of research on microblogging in education published in 2008-2011. *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 783-801.
- Gecas, V. ve Schwalbe, M. L. (1986). Parental behavior and adolescent self-esteem. *Journal of Marriage and the Family*, 37-41.
- Goodman, E., Slap, G. B. ve Huang, B. (2003). The public health impact of socioeconomic status on adolescent depression and obesity. *American Journal of Public Health*, 93(11), 1844-1850.
- Grabe, S., Ward, L. M. ve Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476.
- Greenhow, C. ve Askari, E. (2017). Learning and teaching with social network sites: A decade of research in K-12 related education. *Education and Information Technologies*, 22(2), 623-645.
- Griffiths, M., Davies, M. N. ve Chappell, D. (2003). Breaking the stereotype: The case of online gaming. *CyberPsychology & Behavior*, 6(1), 81-91.

- Groesz, L. M., Levine, M. P. ve Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.
- Grogan, S. (2008). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge.
- Haase, A. M. (2009). Body image, body change strategies, and depression among New Zealand adolescents. *New Zealand Journal of Psychology (New Zealand Psychological Society)*, 38(3), 26-34.
- Halavais, A. (2004). A blogger's blog: Exploring the definition of alšte verdiđiniz kaynaklarla oluřturulan APA 7 formatında alıntılar:
- Harper, B. ve Tiggemann, M. (2008). The effect of thin ideal media images on women's self-objectification, mood, and body image. *Sex Roles*, 58(9-10), 649-657.
- Harter, S. (1993). Causes and consequences of low self-esteem in children and adolescents. In R. F. Baumeister (Ed.), *Self-esteem: The puzzle of low self-regard* (pp. 87-116). Plenum Press.
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. Guilford Press.
- Havighurst, R. J. (1976). *Human development and education*. Longman.
- Heine, S. J., Lehman, D. R., Markus, H. R. ve Kitayama, S. (1999). Is there a universal need for positive self-regard?. *Psychological Review*, 106(4), 766-794.
- Hendaoui, A., Limayem, M. ve Thompson, C. W. (2008). 3D social virtual worlds: Research issues and challenges. *IEEE Internet Computing*, 12(1), 88-92.
- Highfield, T. ve Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47-62.
- Hjorth, L. (2011). *Games and gaming: An introduction to new media*. Berg.
- Hovardaoğlu, S. (1993). Vücut algısı ölçeği. *Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji Dergisi, Testler Özel Eki*, 1(1), 26-27.
- Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. In *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K. ve Chowdury, A. (2009). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169-2188.
- Java, A., Song, X., Finin, T. ve Tseng, B. (2007). Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities. In *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis*.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles*, 45(9-10), 645-664.
- Josephs, R. A., Markus, H. R. ve Tafarodi, R. W. (1992). Gender and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(3), 391-402.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaya, A. ve Siyez, D. M. (2008). Lise öğrencilerinin benlik saygıları ile algıladıkları ana-baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 82-104.
- Keery, H., van den Berg, P. ve Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent

- girls. *Body Image*, 1(3), 237-251.
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C. ve Sacker, A. (2018). Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*, 6, 59-68.
- Kerbel, M. R. ve Bloom, J. D. (2005). Blog for America and civic involvement. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(4), 3-27.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Gamework/gameplay*. Sage.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. ve Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kling, K. C., Hyde, J. S., Showers, C. J. ve Buswell, B. N. (1999). Gender differences in self-esteem: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125(4), 470-500.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J. ve Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLOS ONE*, 8(8), e69841.
- Kumar, R., Novak, J. ve Tomkins, A. (2006). Structure and evolution of blogspace. *Communications of the ACM*, 49(12), 35-39.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311
- Kwak, H., Lee, C., Park, H. ve Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*.
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K. ve Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(3), 518-530.
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1-2), 97-113.
- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Postel, J., Roberts, L. G. ve Wolff, S. (1997). The past and future history of the Internet. *Communications of the ACM*, 40(2), 102-108.
- Leitch, S. ve Warren, M. (2010). Wikipedia and the university, a case study. *Teaching in Higher Education*, 15(6), 707-714.
- Lenhart, A. ve Madden, M. (2007). Teens, privacy and online social networks. *Pew Internet & American Life Project Report*.
- Levine, M. P. ve Piran, N. (2019). Reflections on the role of prevention in the "Affirmation Model". *Eating Disorders*, 27(4), 315-330.
- Lih, A. (2009). *The Wikipedia revolution: How a bunch of nobodies created the world's greatest encyclopedia*. Hyperion.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. ve Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children*. EU Kids Online, LSE, London.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. International Texts in Critical Media Aesthetics, 5.
- Markey, C. N. (2010). Invited Commentary: Why body image is important to adolescent development. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1387-1391.
- Marlow, C. (2004). Audience, structure and authority in the weblog community. In *Proceedings of the International Communication Association Conference*.

- Marsh, H. W. ve O'Mara, A. (2008). Reciprocal effects between academic self-concept, self-esteem, achievement, and attainment over seven adolescent years: Unidimensional and multidimensional perspectives of self-concept. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(4), 542-552.
- Mascheroni, G., Vincent, J. ve Jimenez, E. (2015). "Girls are addicted to likes so they post semi-naked selfies": Peer mediation, normativity and the construction of identity online. *Cyberpsychology: Journal of Psychos*
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McKee-Ryan, F. M., Song, Z., Wanberg, C. R. ve Kinicki, A. J. (2005). Psychological and physical well-being during unemployment: A meta-analytic study. *Journal of Applied Psychology*, 90(1), 53-76.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.
- Mikulincer, M. ve Shaver, P. R. (2007). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. Guilford Press.
- Miller, C. R. ve Shepherd, D. (2004). Blogging as social action: A genre analysis of the weblog. In *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*.
- Montag, C., Becker, B. ve Gan, C. (2020). The multipurpose application WeChat: A review on recent research. *Frontiers in Psychology*, 11, 2113.
- Münsterberg, H. (2016). *The film: A psychological study: The silent photoplay in 1916*. Psychology Press.
- Nair, M. ve Bhaskaran, V. (2011). An exploratory study of the use of LinkedIn for recruitment in India. *Journal of Indian Business Research*.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J. ve Gumbrecht, M. (2004). Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? In *Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work*.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. ve Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Orth, U., Erol, R. Y. ve Luciano, E. C. (2018). Development of self-esteem from age 4 to 94 years: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 144(10), 1045-1080.
- Orth, U., Robins, R. W. ve Widaman, K. F. (2012). Life-span development of self-esteem and its effects on important life outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1271-1288.
- Otoni, R., Pesce, J. P., Las Casas, D., Franciscani, G., Meira Jr, W., Kumaraguru, P. ve Almeida, V. (2013). Ladies first: Analyzing gender roles and behaviors in Pinterest. In *Proceedings of the 7th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
- Özgüven, I., Yalçın, İ. ve Akgül, S. (2015). Sosyal Medya Kullanımı ile Benlik Saygısı ve Vücut Algısı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, 30(4), 15-27.
- Öztürk, M. ve Bahadır, E. (2019). Türk toplumunda gençlerin beden imajı algıları ve ruh sağlığı üzerine etkileri. *Türk Psikoloji Dergisi*, 34(85), 1-20.
- Papacharissi, Z. (2012). Without you, I'm nothing: Performances of the self on Twitter. *International Journal of Communication*, 6, 1989-2006.
- Papacharissi, Z. (2015). Social media and the public sphere. In *Online Social Media and Networks: Impact on Marketing Practice* (pp. 22-42).
- Parker, J. G., Rubin, K. H., Erath, S. A., Wojslawowicz, J. C. ve Buskirk, A. A. (2006). Peer relationships, child development, and adjustment: A developmental

- psychopathology perspective. In D. Cicchetti & D. J. Cohen (Eds.), *Developmental psychopathology, Vol. 1: Theory and method* (2nd ed., pp. 419-493). Wiley.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377.
- Picard, R. G. (2004). Commercialism and newspaper quality. *Newspaper Research Journal*, 25(1), 54-65.
- Piwek, L. ve Joinson, A. (2016). "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358-367.
- Rodgers, J. L., Lubarsky, S. R., Nick, E. A., Cho, G. E., Nunez, M., Suarez-Cano, G., Jacques, F. M., Mick, C., Zhang, Y., Lovette, A. J., Ford, M. A., Lu, R., Gabruk, M. E. ve Cole, D. A. (2020). The Peer Victimization in College Survey: Construction and validation. *Psychological Assessment*, 32(9), 851. American Psychological Association.
- Rosen, J. C. (1990). Cognitive-behavioral body image therapy for eating disorders. *Cognitive and Behavioral Practice*, 10(2), 133-147.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press.
- Rosenblum, G. D. ve Lewis, M. (1999). The relations among body image, physical attractiveness, and body mass in adolescence. *Child Development*, 70(1), 50-64.
- Scully, M., Swords, L. ve Nixon, E. (2020). Social comparisons on social media: Online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 40(1), 1-12.
- Smith, A. (2015). The role of social media in the discussion of controversial topics. *Social Media + Society*, 1(2), 205630511560485.
- Smolak, L. (1996). *National Eating Disorders Association. Body image workbook: An 8-step program for learning to like your looks*. Perseus.
- Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: Where do we go from here?. *Body Image*, 1(1), 15-28.
- Smolak, L. ve Levine, M. P. (2011). Body image, disordered eating, and eating disorders in a longitudinal perspective. In *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention* (2nd ed., pp. 78-86). Guilford Press.
- Sowislo, J. F. ve Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213-240.
- Squire, K. (2006). From content to context: Videogames as designed experience. *Educational Researcher*, 35(8), 19-29.
- Steiger, A. E., Allemand, M., Robins, R. W. ve Fend, H. A. (2017). Low and decreasing self-esteem during adolescence predict adult depression two decades later. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(2), 292-308.
- Steinberg, L. (2008). *Adolescence* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Steinberg, L. ve Morris, A. S. (2001). Adolescent development. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 83-110.
- Steinkuehler, C. ve Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 885-909.
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W. ve Skalická, V.

- (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence—A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114, Article 106528.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: a meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128(5), 825-848.
- Stice, E. ve Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), 985-993.
- Stice, E. ve Whitenton, K. (2002). Risk factors for body dissatisfaction in adolescent girls: A longitudinal investigation. *Developmental Psychology*, 38(5), 669-678.
- Stvilia, B., Twidale, M. B., Smith, L. C. ve Gasser, L. (2008). Information quality work organization in Wikipedia. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(6), 983-1001.
- Suldo, S. M., Shaunessy-Dedrick, E., Ferron, J. ve Dedrick, R. F. (2015). Predictors of success in high school Advanced Placement courses: Focusing on underrepresented minorities. *Roeper Review*, 37(4), 215-226.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Tapscott, D. ve Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. Portfolio.
- Tiggemann, M. (2005). Body dissatisfaction and adolescent self-esteem: Prospective findings. *Body Image*, 2(2), 129-135.
- Tiggemann, M. (2011). Mental health risks of adolescent girls with body dissatisfaction. In *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention* (2nd ed., pp. 90-98). Guilford Press.
- Yang, J., Zheng, Y., Gou, X., Pu, K., Chen, Z., Guo, Q., Ji, R., Wang, H., Wang, Y. ve Zhou, Y. (2020). Prevalence of comorbidities and its effects in patients infected with SARS-CoV-2: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Infectious Diseases*, 94, 91-95.

Ekler

Ek - 1. Katılımcı Bilgilendirilmiş Onam Formu

KATILIMCI BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli lise öğrencisi,

Bu çalışma, İstanbul Topkapı Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans programı kapsamında planlanmış Dr. Öğr. Üyesi Sait Kahraman danışmanlığında Aytül Yeriş tarafından yürütülmektedir. Çalışmanın amacı sosyal medya, beden algısı ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceleyerek farkındalık oluşturmaktır.

Araştırma: Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (10 Soru), Beden Algısı Ölçeği (40 Soru), Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (9 Soru), Kişisel Bilgi Formu (16 Soru) oluşmakta ve toplamda **15 dakika** sürmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilecek sonuçlar, alan yazına bu konuda katkı sağlayacaktır. Elde edilen veriler başka bir amaçla kesinlikle kullanılmayacaktır. Sizden kimliğinizi belli edecek her hangi bir soru istenmemektedir. Soruların doğru cevabı yoktur sizin için en uygun seçeneği işaretlemeniz istenmektedir.

Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanır. Katılımınız ve katkılarınız için teşekkür ederim.

Sormak istediğiniz herhangi bir konu varsa sormaktan çekinmeyiniz. Çalışma bittikten sonra bizlere telefon veya e-posta ile ulaşarak soru sorabilir, sonuçlar hakkında bilgi isteyebilirsiniz. Saygılarımızla,

Araştırmacı : Aytül YERİŞ / Psikolojik Danışman ve Rehberlik Öğretmeni

Katılımcının Adı Soyadı:

.....

İmza:

Ek 2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ

Aşağıda yer alan soruların doğru bir cevabı yoktur. Lütfen kendinize en uygun şekilde cevaplayınız.

1. Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

2. Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

3. Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

4. Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

5. Kendime gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

6. Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

7. Genel olarak kendimden memnunum.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

8. Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

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

- a. Çok doğru b. Doğru c. Yanlış d. Çok yanlış

Ek 3. Beden Algısı Ölçeği

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ

Aşağıda yer alan soruların doğru bir cevabı yoktur. Lütfen kendinize en uygun şekilde cevaplayınız.

	Hiç Beğenmiyorum	Pek Beğenmiyorum	Kararsızım	Oldukça Beğeniyorum	Çok Beğeniyorum
Saçlarım					
Yüzümün rengi					
İştahım					
Ellerim					
Burnum					
Fiziksel gücüm					
İdrar – dışkı düzenim					
Kas kuvvetim					
Enerji düzeyim					
Sırtım					
Kulaklarım					
Yaşım					
Çenem					
Vücut yapım					
Profilim					
Boyum					
Duyularımın keskinliği					
Ağrıya dayanıklılığım					
Omuzlarımla genişliği					
Kollarım					
Gözlerimin şekli					

Sindirim sistemim					
Dişlerimin şekli					
Ayaklarım					
Uyku düzenim					
Sesim					
Sağlığım					
Dizlerim					
Vücudumun duruş şekli					
Yüzümün şekli					
Kilom					
Hastalığa direncim					

Ek 4. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK ÖLÇEĞİ

Değerli öğrenciler, Elinizdeki form sosyal medyayı kullanma düzeyinizi belirlemeyi amaçlamaktadır. Aşağıda sıralanan ifadelere yönelik düşüncelerinizi “Evet” ve “Hayır” şeklinde karşılarında yer alan parantezlere (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup tüm maddeleri cevaplayınız. Katılımınız için teşekkür ederiz.		
	Evet	Hayır
Son bir yılda,		
sürekli olarak, kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	()	()
sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	()	()
sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	()	()
sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştığınız ancak bunda başarılı olamadığınız oldu mu?	()	()
sosyal medyayı kullanma istediğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vb.) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?	()	()
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?	()	()
sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize (anne-baba) veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?	()	()
olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	()	()
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?	()	()

Ek 5. Demografik Bilgi Formu

DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

Değerli katılımcı,

Bu anket İstanbul Topkapı Üniversitesi Psikoloji Lisansüstü eğitimi bünyesinde yapılacak bilimsel araştırmaya veri olarak kullanılacaktır. Vereceğiniz bilgiler tamamen bilimsel amaçla kullanılıp gizli kalacaktır. Soruların doğru veya yanlış cevabı yoktur. Soruları size uygun şekilde doldurmanız çalışmanın bilimsel olması açısından önemlidir. çalışmaya katılmada gönüllülük esastır. Değerli katkılarınız için teşekkür ederim.

Aytül YERİŞ

1- Cinsiyetiniz

☐ Kız ☐ Erkek

2- Sınıfınız

☐ 11. Sınıf ☐ 12. Sınıf

3- Aile türünüz

☐ Çekirdek aile (anne/baba/çocuk) ☐ Geniş aile ☐ Diğer (aileden ayrı)

4- Size göre gelir düzeyiniz

☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek

5- Anne eğitim düzeyi

☐ Okur yazar değil ☐ İlkokul/lise mezunu ☐ Üniversite mezunu

6- Baba eğitim düzeyi

☐ Okur yazar değil ☐ İlkokul/lise mezunu ☐ Üniversite mezunu

7- Kaç kardeşsiniz

☐ Tek çocuğum ☐ 2-3 Kardeşiz ☐ 4 ve üstü kardeşiz

8- Sadece size ait olan teknolojik aletleri seçer misiniz?

☐ Cep telefonu ☐ Tablet ☐ Bilgisayar ☐ Televizyon

9- Şahsi olarak sahip olduğunuz sosyal medya hesap sayınızı seçer misiniz ?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ve üstü

10- Günlük tablet/telefon/bilgisayar ile vakit geçirme süreniz nedir?

☐ 1 saat ve altı ☐ 1-2 saat arası ☐ 2-4 saat arası ☐ 4 saat ve üstü

11- Arkadaşlık kurmada sorun yaşadığınızı düşünüyor musunuz ?

☐ Evet ☐ Hayır

12- Ders başarı düzeyini nasıl buluyorsun?

☐ Akademik başarı düzeyim düşük ☐ Orta düzeyde akademik başarıya sahibim ☐ Başarılıyım

Ek 6. Etik Kurul Formu



T.C.
İSTANBUL TOPKAPI ÜNİVERSİTESİ
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonu



Sayı : E-49846378-302.14.1-2300015295
Konu : Etik Kurul (Aytül YERİŞ)

15.12.2023

Sayın Araştırmacı Aytül YERİŞ

“Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile benlik saygıları ve beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi” konulu çalışmanız Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’nun 13.12.2023 tarih 2023/11 sayılı toplantısında değerlendirilmiş ve çalışmanın Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Aziz EKŞİ
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonu Başkanı

Doğrulama Kodu: D3301C0

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Adresi: <https://ebys.topkapi.edu.tr/BelgeDogrulama>

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34087, Balat-Fatih/İstanbul
Tel: 4447696 Faks: +90 212 6214503
E-Posta: info@topkapi.edu.tr Elektronik Ağ: www.topkapi.edu.tr
Kep Adresi: istanbultopkapiuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi: Banu KILIÇ
Raporör



Ek 7. MEB Anket Onay İzni



T.C.
İSTANBUL VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü



Sayı : E-59090411-20-90854284
Konu : Anket ve Araştırma İzni (Aytül YERİŞ)

30/11/2023

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : a) Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 21.01.2020 tarihli ve 2020/2 sayılı genelgesi.
b) İstanbul Topkapı Üniversitesinin 02.11.2023 tarihli ve 2300012831 sayılı yazısı.
c) Müdürlüğümüz Araştırma ve Anket Komisyonunun 20.11.2023 tarihli tutanağı.

Araştırma Konusu : Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Benlik Saygıları ve
Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi
Araştırma Türü : Anket
Araştırma Yeri : Beylikdüzü Prof. Dr. İbrahim Savaş Anadolu Lisesi
Araştırma Kişiler : Öğrenci
Araştırmanın Süresi : 2023 - 2024 Eğitim ve Öğretim Yılı

Yukarıda bilgileri verilen araştırmanın; 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununa aykırı olarak kişisel veri istenmemesi, öğrenci velilerinden açık rıza onayı alınması, bir örneği Müdürlüğümüzde muhafaza edilen mühürlü ve imzalı veri toplama araçlarının kurumlarınıza araştırmacı tarafından ulaştırılarak uygulanması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, araştırma sonuç raporunun kamuoyuyla paylaşılması ve araştırma bittikten sonra 2 (iki) hafta içerisinde Müdürlüğümüze gönderilmesi, okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, eğitim ve öğretimi aksatmayacak şekilde, ilgi (a) genelge esasları dâhilinde uygulanması kaydıyla Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Doç. Dr. Murat Mücahit YENTÜR
İl Millî Eğitim Müdürü

OLUR

Mustafa KAYA
Vali a.
Vali Yardımcısı

Ek:

- 1- İlgi (b) Yazı ve Ekleri (6 Sayfa)
- 2- İlgi (c) Tutanak (1 Sayfa)
- 3- Araştırma Geri Dönüş Formu (1 Sayfa)

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Adres : Binbirdirek Mah. İmran Öktem Cad. No: 1 Sultanahmet Fatih İstanbul
Telefon : 0212 384 36 28
E-posta : stratejigelistime34@meb.gov.tr
Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr

Belge Doğrulama : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>
Bilgi İçin : Aydın BALTA
Unvanı : VHKİ
İnternet Adresi : <http://istanbul.meb.gov.tr/>

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evetkocari.meb.gov.tr/adresinden> 7b7e-3614-300b-8a11-ad72 kodu ile teyit edilebilir.

ÖZGEÇMİŞ

Aytül Yeriş, evli ve bir çocuk annesidir. İlkokulu, Zeytinburnu Atatürk İlköğretim Okulu'nda okudu. Lise öğrenimi Zeytinburnu Kırımlı İsmail Rüştü Olcay Anadolu Lisesi'nde tamamladı. Sakarya Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümünün eğitimini alarak lisansını tamamladı. Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı devlet okullarında Rehberlik Öğretmeni ve Psikolojik Danışman olarak 2016 yılında başladığı görevine hala devam etmektedir. Bilişsel Terapi Eğitimi, Bireyi Tanıma Teknikleri Eğitimi, Test Dışı Teknikler Eğitimi, Aile Danışmanlığı Eğitimi, Davranış Bozuklukları Eğitimi, Psikososyal Destek Programı Uygulayıcı Eğitimi, Özel Yetenekliler Destek Eğitim Odası Farkındalık Eğitimi, Kaynaştırma Eğitimi, Çocuk Koruma Kanunu Danışmanlık Tedbiri Kararları Uygulayıcı Yetiştirme Eğitimi, Bağımlılıkla Mücadele Eğitimleri, Etkili Beden Dili Eğitimi, Çocuk Koruma Kanunu Eğitimi, Siber Zorbalıkla Mücadele Eğitimi vb. birçok eğitim ve sertifikaya sahiptir. Halihazırda İstanbul Topkapı Üniversitesi'nde Psikoloji bölümü yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.