

**ÜNİVERSİTELİ KADINLARDA GÜZELLİĞİN GENİŞ  
KAVRAMSALLAŞTIRILMASI VE SOSYAL MEDYADA  
DIŞ GÖRÜNÜŞ ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİDE  
BEDEN DEĞERİNİN ARACI ROLÜNÜN İNCELENMESİ**



**MELİKE BOZ AKARSLAN**

**MEF ÜNİVERSİTESİ**

**KASIM 2025**

**MEF ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK ANABİLİM DALI**  
**REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK TEZLİ YÜKSEK LİSANS**  
**PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÜNİVERSİTELİ KADINLARDA GÜZELLİĞİN GENİŞ**  
**KAVRAMSALLAŞTIRILMASI VE SOSYAL MEDYADA**  
**DIŞ GÖRÜNÜŞ ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİDE**  
**BEDEN DEĞERİNİN ARACI ROLÜNÜN İNCELENMESİ**

Melike BOZ AKARSLAN

ORCID NO: 0009-0009-8300-7403

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ezgi TOPLU DEMİRTAŞ

KASIM 2025

## AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Bu çalışmada yer alan tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, çalışmada söz konusu kurallar ve ilkelerin zorunlu kıldığı çerçevede, özgün olmayan tüm bilgi ve belgelere, alıntılama standartlarına uygun olarak referans verilmiş olduğunu beyan ederim.

İsim ve Soyisim: Melike BOZ AKARSLAN

İmza:

X X X X

## ÖZET

# ÜNİVERSİTELİ KADINLARDA GÜZELLİĞİN GENİŞ KAVRAMSALLAŞTIRILMASI VE SOSYAL MEDYADA DIŞ GÖRÜNÜŞ ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİDE BEDEN DEĞERİNİN ARACI ROLÜNÜN İNCELENMESİ

Melike BOZ AKARSLAN

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ezgi TOPLU DEMİRTAŞ

Kasım 2025, 81 Sayfa

Beden ve sosyal medya son yıllarda araştırmacıların sıklıkla ilgilendiği konular haline gelmiştir. Bu iki başlık altında karşımıza çıkan kavramlardan bazıları güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, beden değeri ve sosyal medyada dış görünüş algısıdır. Bu kavramlar toplumsal cinsiyet normlarının üzerinden daha çok kadınları etkilemiş ve kadınlar ile çalışılmıştır. Araştırmalar, güzelliği daha geniş kapsamda tanımlayan kadınların daha yüksek beden değerine sahip olduğunu ve daha yüksek beden değerine sahip kadınların sosyal medyada nasıl göründüklerine dair daha az endişe duyduklarını göstermiştir.

Öte yandan, literatürde sosyal medyanın beden ve güzellik algıları üzerindeki rollerine dair araştırmalar mevcutken, beden ve güzelliğin kişilerin sosyal medyadaki deneyimlerini nasıl şekillendirdiğine dair araştırmalar kısıtlıdır. Ayrıca, literatürde bu üç kavramı da kapsayan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu yüzden bu araştırmanın amacı üniversiteye giden genç kadınlarda güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünü incelemektir. Araştırmanın örneklemini 18-40 yaş arasındaki 329 üniversiteli kadındır. Verilerin toplanması için öncelikle Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Türkçeye uyarlanmıştır. Sonrasında veriler Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği, Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği, Beden Değeri Ölçeği-2 ve Kişisel Bilgi Formu aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için Hayes PROCESS kullanılarak Basit Aracı Değişken Analizi yapılmıştır.

Araştırma sonucunda, güzelliği daha geniş kavramsallaştıran genç kadınların bedenlerine verdikleri değer artma eğilimi göstererek sosyal medyada dış görünüş algılarının azalma eğiliminde olabileceği bulunmuştur. Araştırma bulguları ve araştırmanın sınırlılıkları mevcut literatür ve Nesneleştirme Teorisi bağlamında tartışılmış, ruh sağlığı uzmanları, eğitimciler ve araştırmacılar için ileriki uygulama ve araştırmalara yönelik öneriler paylaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, sosyal medyada görünüş algısı, beden değerı, gen yetişkin kadınlar, aracı değişken analizi.

**Bilim Dalı Sayısal Kodu:** 10908



## ABSTRACT

### EXAMINING THE MEDIATOR ROLE OF BODY APPRECIATION IN THE RELATIONSHIP BETWEEN BROAD CONCEPTUALIZATION OF BEAUTY AND APPEARANCE-RELATED SOCIAL MEDIA CONSCIOUSNESS AMONG UNIVERSITY WOMEN

Melike BOZ AKARSLAN

MA. in Guidance and Psychological Counseling

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Ezgi TOPLU DEMİRTAŞ

November 2025, 81 Pages

Body and social media have become topics that researchers have frequently focused on, in recent years. Under these two headings, some of the concepts that emerge are broad conceptualization of beauty, body appreciation, and appearance-related social media consciousness. These concepts have predominantly affected women through gender norms and been studied with women. Research shows that women who define beauty in a broader sense have higher body appreciation and women with higher body appreciation feel less concern about how they appear on social media.

While there are studies in the literature examining the role of social media on body and beauty perceptions, there is limited research on how body and beauty shape individuals' experiences on social media. Moreover, no study has been found in the literature that encompasses all three of these concepts together. Therefore, the aim of this study is to examine the mediating role of body appreciation in the relationship between broad conceptualization of beauty and appearance-related social media consciousness among young women attending university. The study sample consists of 329 university women aged between 18 and 40. To collect data, the Broad Conceptualization of Beauty Scale was first adapted into Turkish. The analyses of the scale are included in the method section. Data were then collected using the Broad Conceptualization of Beauty Scale, the Appearance Related Social Media Consciousness Scale, the Body Appreciation Scale-2, and a personal information form.

Simple Mediator Variable Analysis was conducted using Hayes PROCESS to test the research hypotheses.

The study found that young women who conceptualize beauty broader tend to have higher body appreciation, which in turn may be associated with having a tendency of lower appearance related social media consciousness. The study findings and limitations are discussed within the context of existing literature and the Objectification Theory and recommendations for future practice and research are shared for mental health professionals, educators, and researchers.

**Keywords:** Broad conceptualization of beauty, appearance-related social media consciousness, body appreciation, young women, mediation analysis.

**Numeric Code of the Field:** 10908



*Herkesi tek bir kalıba sığdırmaya çalışan toplumlarda, standartlara uymayan eşsiz bedenleri nedeniyle yaralanmış ancak yine de kalıplara sıkışmamış tüm kadınlara...*

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans süreci boyunca bana ilham olan, desteğini daima hissettiren, meslektaşım olmaktan onur duyduğum tez danışmanım Doç. Dr. Ezgi TOPLU DEMİRTAŞ'a teşekkür ederim. Sadece iyi bir uzman psikolojik danışman olarak yetişmemi sağlamakla kalmayıp, "iyi bir akademisyen olmanın" ne demek olduğunu tutum ve davranışlarıyla bana gösterdi. Bu zorlu yolda emin adımlarla ilerlememi sağladığı ve geri bildirimleriyle beni ve araştırmacı kimliğimi sürekli besledi.

Tez jürime katılarak değerli görüş ve önerileri ile çalışmamı zenginleştiren Dr. Öğr. Üyesi Servet ALTAN ve Doç. Dr. Zeynep Gülrü GÖKER'e da teşekkür ederim.

Bu çalışmaya ilham olan ve anketime katılarak araştırmamın gerçekleşmesini mümkün kılan tüm genç kadınlara minnettarım.

Hayatımdaki önemli kadınlara da ayrıca teşekkür etmek isterim. Bana sevgiyi, şefkati, iyi bir insan olmayı ve dimdik durmayı öğreten; bana kitap sevgisini, yardımlaşma kültürünü ve araştırma tutkusunu aşıl原因an sevgili annem Candan'a; yüksek lisans sürecinde benimle tecrübelerini paylaşan, günün her saati attığım kaygı dolu mesajlarıma sabırla cevap veren, çalışmamı yorumlarıyla zenginleştiren, en yakın arkadaşım, biricik ablam Vildan'a ve tez sürecimi daha baş edilebilir kılan, bana inanan, beni sabırla dinleyen, şefkat ve ilgisini her daim hissettiğim terapistim Aslıhan'a teşekkür ederim.

Ayrıca, kızlarına sonsuz sevgisini koşulsuzca veren ve tartışmaktan, fikirlerini duymaktan en çok keyif aldığım kişi olan sevgili babam Halit'e, aksini söyleyen bu toplumda kadın kimliğimdeki güce beni -kızlarına olan güveniyle- inandırdığı için gönülden teşekkür ederim.

Bana ve potansiyelime benden çok inanan, sevgisini her zaman hissettiren, karşısındaki genç kadına saygı duyan, bu süreçteki en büyük destekçim ve şansım olan yol arkadaşım Kerem'e de teşekkür ederim. Şefkatiyle zor anlarımda yanımda olduğu, düştüğümde elimi tutarak nazikçe kaldırdığı, kusurlarıyla birlikte bedenimi sevebilir bulmamı sağladığı ve bu uzun yolda bana eşlik ettiği için minnettarım.

Son olarak, en büyük teŖekkürüm Melike'ye... Hep çok çalıştığı ve elinden gelenin en iyisini yaptığı, dürüst ve ahlaklı bir insan olmak adına çabaladığı ve insanlığın yaralarını dert edinerek uykusuz geceler geçirdiği için bu genç kadına teŖekkür ederim. Başarısız olmaktan korkmadığı, korkularının üzerine gittiği, defalarca düşüp kalktığı ve bizi büyüttüğü için ona minnettarım. Kendini bildi bileli ona kim olduğunu söylemeye çalışan insanlara rağmen kendi yolunda yürüdüğü ve kendi hikayesini yazabildiği için onunla gurur duyuyorum.



## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
<b>BÖLÜMLER</b>	
GİRİŞ.....	1
<b>1. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE LİTERATÜR TARAMASI.....</b>	<b>10</b>
1.1. Kavramsal Çerçeve.....	10
1.2. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması.....	13
1.3. Beden Değeri.....	15
1.4. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Beden Değeri: İlgili Araştırmalar.....	17
1.5. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı.....	19
1.6. Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı: İlgili Araştırmalar.....	20
1.7. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı: İlgili Araştırmalar.....	21
<b>2. YÖNTEM.....</b>	<b>25</b>
2.1. Araştırma Modeli.....	25
2.2. Araştırmanın Örnekleme.....	25
2.3. Veri Toplama Araçları.....	26
2.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....	26
2.3.2. Beden Değeri Ölçeği-2.....	27
2.3.3. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği.....	27
2.3.4. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği.....	29
2.4. Veri Toplama Süreci.....	38
2.5. Veri Analizi.....	39
<b>3. BULGULAR.....</b>	<b>41</b>
3.1. Basit Aracılık Değişken Analizi Varsayımlarının Test Edilmesi.....	41
3.1.1. Normallik Varsayımı.....	41

3.1.2. Doğrusallık ve Eş Varyanslılık Varsayımları.....	43
3.1.3. Aykırı Değerler Varsayımı.....	45
3.1.4. Çoklu Doğrusal Bağlantı.....	45
3.2. Değişkenler Arasındaki İki Değişkenli Korelasyonlar.....	45
3.3. Üniversiteli Genç Kadınlarda Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısına Dair İlişkiler.....	47
<b>SONUÇ</b> .....	50
<b>KAYNAKÇA</b> .....	61
<b>EKLER</b> .....	74
A. Kişisel Bilgi Formu.....	74
B. Beden Değeri Ölçeği-2.....	75
C. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği.....	76
D. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği.....	78
E. Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği.....	79
F. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanma İzni.....	80
G. Beden Değeri Ölçeği-2 Kullanım İzni.....	81
H. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği Kullanım İzni.....	82
I. Etik Kurul Belgesi.....	83
J. Bilgilendirilmiş Onam.....	84

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.3.4.2.2.1:	Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğı İçin Betimleyici İstatistikler: Ortalamalar, Standart Sapmalar, arpıklık ve Basıklık.....	32
Tablo 2.3.4.2.4.1:	Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğının Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum Dereceleri.....	36
Tablo 2.3.4.2.4.2:	Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Standardize Edilmiş Regresyon Yükleri ve Kareli Çoklu Korelasyonları.....	37
Tablo 2.3.4.2.4.3:	Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Ortalama, Standart Sapma ve Cronbach Alfa Değerleri.....	38
Tablo 3.1.1.1:	Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değışkenleri İçin Betimleyici İstatistikler: Ortalamalar, Standart Sapmalar, arpıklık ve Basıklık Değerleri.....	43
Tablo 3.2.1:	Araştırma Değışkenleri Arası Korelasyon Değerleri, Ölçeklerden Elde Edilen Toplam Puanlar, Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Minimum ve Maksimum Değerler.....	46
Tablo 3.3.1:	Bağımlı, Bağımsız ve Aracı Değışkenler Arasındaki Doğrudan Etkilere Dair Bootstrap ve Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	47
Tablo 3.3.2:	Bağımlı ve Bağımsız Değışken Arasındaki Dolaylı Etkilere Dair Bootstrap Analizi Bulguları.....	48

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.7.1:	“Mükemmel Fırtına” Modeli.....	23
Şekil 2.3.4.2.4.1:	Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği İçin Doğrulaııcı Faktör Analizi Parametre Tahminleri.....	36
Şekil 3.1.1.1:	Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenleri İçin Veri Dağılımını Gösteren Histogram.....	42
Şekil 3.1.2.1:	Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenlerini İçin Doğrusallık Diyagramı.....	44
Şekil 3.1.2.2:	Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenlerini İçin Saçılım Diyagramı.....	44
Şekil 3.3.1:	Basit Aracı Değişkenli Modelinin İstatistiksel Diyagramı.....	47

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>BDÖ-2</b>	: Beden Değeri Ölçeği-2
<b>CFI</b>	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi
<b>CI</b>	: Koşul İndeksi
<b>Df</b>	: Serbestlik Derecesi
<b>GGKÖ</b>	: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği
<b>GGKÖ_M</b>	: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Madde
<b>NNFI</b>	: Normsuz Uyum İndeksi
<b>RMSEA</b>	: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü
<b>SMDGAÖ</b>	: Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği
<b>SRMR</b>	: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü
<b>TLI</b>	: Tucker-Lewis İndeksi
<b>Vb.</b>	: Ve benzeri
<b>VIF</b>	: Varyans Büyüklük Faktörü

## GİRİŞ

Yüzyıllardır “Beden nedir?” sorusu, farklı disiplinlerin, düşünürlerin ve araştırmacıların ortak ilgisini çekmiştir. Tıp, felsefe, sosyoloji ve psikoloji gibi pek çok alan, bedeni kendi kuramsal çerçeveleri içinde tanımlamış; kimi zaman onu hücrelerden oluşan bir organizma, kimi zaman da insanın evi olarak ele almıştır. Bu noktada bazı araştırmacılar da bedeni, insan varlığının en somut temsili olarak görmektedir. Zira birey, varlığını çoğunlukla bedensel duyumsamalar aracılığıyla hisseder; dünya ile kurulan ilişki de büyük ölçüde beden aracılığıyla şekillenir.

Bu çalışma da araştırmacının bedeniyle kurduğu sorunlu ilişkiyi sorgulamasıyla ve tanımlamaya çalışmasıyla başlayan düşünsel sürecin bir ürünüdür. Süreç araştırmacıyı, toplumsal cinsiyet normları, estetik idealler ve dijital temsillerin kadınların bedensel deneyimlerini nasıl şekillendirdiğini analiz etmeye yöneltmiştir. Bireysel bir farkındalıkla başlayan bu sorgulama, benzer deneyimleri paylaşan kadınlarla yaşanan karşılaşmalar sonucu kolektif bir boyut kazanmıştır. Çalışmanın amacı, bu sayede, yalnızca bedeni değil; kadınların güzellik tanımlarının etkisini, bedenleriyle kurdukları ilişkiyi ve bu ilişkinin sosyal medya gibi mecralarda nasıl şekillendiğini kavramsal bir zeminde ele almaktır.

İnsanların bedenleriyle olan ilişkileri uzun yıllardır gündemde olmakla birlikte özellikle son yıllarda araştırmacıların dikkatini daha çok çekmektedir. Thomas Cash gibi önemli araştırmacıların beden ve yeme bozuklukları üzerine araştırmalar yapmaya başlaması, yeme bozukluklarına dair önleyici müdahalelere olan ilginin artması ve feminist araştırmacıların bu alana yaptıkları katkılar ile başlayan bu araştırmalar günümüzde daha da hız kazanmıştır (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a). Beden imgesi ve beden değeri gibi kavramlar çokça çalışılır olmakla birlikte medya, sosyal medya, ince kadın bedeninin idealleştirilmesi ve idealleştirilen beden imgelerinin içselleştirilmesi gibi faktörlerin bu kavramlarla ilişkileri de araştırılmaktadır (Choukas-Bradley, Nesi, Widman ve Higgins, 2018; Choukas-Bradley ve diğeri, 2020; Tylka ve Iannantuono, 2016; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a, Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Tarihsel olarak bakıldığında, öncelikle, kişilerin bedenleriyle ilgili tutumları üzerine etki ettiği düşünülen medya konu alınmıştır (Fredrickson ve Roberts, 1997; Moradi ve Huang, 2008; Vandebosch ve Eggermont, 2016). Televizyondaki programlar, programların konuları ele alış biçimleri, diziler, reklamlar ve benzeri (vb.)

üzerinden yapılan araştırmalar kişilerin hayatlarına internetin girmesi ile birlikte, hızla gelişen sosyal medya platformlarına yönelmiştir. Çağın ruhuna kayıtsız kalamayan bu araştırma da yukarıdaki önemli konu başlıklarından üç tanesinin kesişim alanında yer almaktadır: güzellik, beden değeri ve sosyal medya.

Türk Dil Kurumu'nda imgenin tanımlarından biri olarak “Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri; hayal, imaj.” verilmiştir (“İmge”, t.y.). John Berger imgenin bir “yeniden üretim” olduğunu söyler ve “her imgede bir görme biçimi yattığının” altını çizerek (Berger, 2016). Bu iki tanım da imgenin, somut olanın nesnel olmayan bir yorumlanma yolu ile zihnimizde beliriyor oluşunu göstermektedir. Bu noktada, imgelerin bireyselliğini, kişiden kişiye değişebilirliğini; aynı zamanda, dışarıdan gelebilecek etkilere açık olduğunu fark etmek önemlidir. Günümüzde ruh sağlığı alanında yapılan araştırmalar beden imgesinin olumlu ve olumsuz olarak iki ayrı yapıda ölçüldüğünü göstermektedir (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Olumsuz beden imgesini ölçerken kişilerin kilolarıyla olan olumsuz ilişkileri, bedenlerinden memnun olmamaları, dış görünüşlerine ne kadar önem verdikleri/zaman ayırdıkları gibi kriterlere dikkat edilirken; olumlu beden imgesinde kişilerin bedenlerini oldukları gibi kabul etmelerine, bedenlerine değer vererek onu takdir etmelerine ve bedenlerinin ihtiyaçlarına karşılık veriyor olmalarına dikkat edilir (Cash, 2000; Cash ve diğerleri, 2004; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Tylka ve Wood-Barcalow (2015b) tarafından yapılan çalışmalar olumlu beden imgesinin olumsuzun tersi olarak ele alınmaması gerektiğine dikkat çekerken, olumlu beden imgesinin kendi başına ve çok yönlü bir yapı olduğuna değinmektedir. Ayrıca, olumlu beden imgesinin koruyucu bir faktör olabileceğine de dikkat çekilmektedir. Bu bağlamda, olumlu beden imgesini konu alan araştırmalarda çalışılan en önemli kavramlardan biri beden değeridir (Tylka ve Iannantuono, 2016). Beden değeri, kısaca bedenin biricik, kişiye ait özelliklerini; yapıp edebildiklerini ve bütüncül olarak sağlığını takdir edebilmeyi kapsar (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a). Bu bağlamda gerçekteştirilen çok sayıda araştırma, beden değerinin öz-şefkatten sezgisel yeme davranışına kadar uzanan çeşitli ruhsal ve bedensel sağlık göstergeleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Andrew, Tiggemann ve Clark, 2015; Homan ve Tylka, 2015). Bu noktada, güzellik geniş kavramsallaştırılması olumlu beden imgesine ve beden değerine etki eden faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Güzellik geniş kavramsallaştırılması

kavramı kadınların güzelliği içsel ve dışsal faktörlere atfederek nasıl bir çerçevede tanımladığı ile ilgilenmekte olup yapılan araştırmada, kadınların güzelliği kavramsallaştırmaları ile beden imgesi arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur (Tylka ve Iannantuono, 2016).

Son yıllarda güzellik, beden değeri gibi kavramlarla ilişkili olan bir diğer kavram da sosyal medyadır. Sosyal medyanın insanların hayatında gün geçtikçe daha da önemli bir yer kapladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Örneğin, Amerikalı gençlerle yapılan bir araştırmada, gençlerin %76'sının sosyal medya kullandıkları ve %92'sinin günlük olarak çevrimiçi oldukları bulunmuştur (Lenhart, 2015). DataReportal'a göre, son yıllarda çevrimiçi aktivitede belirgin bir artış vardır (Kemp, 2024a). Çalışma çağındaki kişilerin %97'den fazlasının boş zamanlarında en çok yaptıkları aktivitenin sosyal ağlarda ya da mesajlaşma uygulamalarında vakit geçirmek olduğu bulunmuştur. Türkiye ise küresel ortalamayı geride bırakarak 57 milyondan fazla sosyal medya hesabına ev sahipliği yapmaktadır ve bireyler bu platformlarda günde ortalama 164 dakika geçirmektedir (Kemp, 2024b).

İnsanlar, sosyal medyada yarattıkları sanal kişilikler ile hem tanıdıkları kişilerle iletişim kurabilmekte hem de tanımadıkları kişileri ve hesapları da takip ederek dünyanın geri kalanı hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler (Cataldo ve diğerleri, 2021). Ancak yaratılan sanal kimliklerle, sosyal medya platformları da kişilerin bedenleri sergiledikleri bir alan haline gelmiştir. Bu bağlamda sosyal medya, özellikle genç ve yetişkin kadınların kendi bedenlerine dair paylaşımında buldukları ve diğer kadın bedenleri ile kıyaslama yaparak kendi bedenlerine dair görüşlerinin etkilendiği ve bir alan olarak kabul edilmektedir (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020; Perloff, 2014). Bununla ilişkili yapılan bir araştırmada 19 yaş altındaki genç kadınların medyada idealleştirilen ince kadın bedenine dair içeriklere maruz kaldığında kendilerinin de ince olması gerektiğine dair düşüncelerden daha fazla etkilendiklerini ortaya koymuştur (Groesz, Levine ve Murnen, 2002). Benzer şekillerde, genç kadınların sosyal medyada nasıl görüldüğüne dair daha fazla düşündüğü ve bu düşünce ile ilişkili davranışları (örneğin, devamlı paylaştıkları fotoğrafları inceleme, bir fotoğrafı paylaşmadan filtrelerle düzenleme) daha fazla sergilediği bulunmuştur (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020). Bu düşünce ve davranışları kapsamına alan kavram ise sosyal medyada dış görünüş algısı olarak bilinmektedir (Choukas-Bradley

ve diğeri, 2020). Özellikle gençlerin gelişimsel olarak deneyimledikleri durumlardan biri olan hayali izleyici, diğeri bir deyişle sürekli izlendiğini düşünme, gençlerin sosyal medyadaki görünüşleri hakkında da endişelenmelerine sebep olmaktadır (Choukas-Bradley ve diğeri, 2020; Zheng, Ni ve Luo, 2019). Örneğin, genç kadınlarla yapılan bir çalışma, sosyal medyadaki öz-çekim paylaşımlarının sosyal medyada hayali izleyiciler tarafından izlendiğini düşünme tutumundan etkilediğini bulmuştur (Zheng ve diğeri, 2019). Bu araştırmalardan yola çıkarak genç kadınların idealize edilen bedenler, negatif beden imgesi ve sosyal medyada görünüş kaygısı geliştirmeye dair gelişimsel olarak daha hassas olduğu görülmektedir.

Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, beden değeri ve sosyal medyada dış görünüş algısı gibi kavramlar çok büyük oranda genç ve yetişkin kadınlarla çalışılmaktadır (Choukas-Bradley ve diğeri, 2018; Choukas-Bradley ve diğeri, 2020; Tylka ve Iannantuono, 2016; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a). Bu çalışmanın gündeme almak istediği ve bu paragrafta anlatılanların arkasında yatan en önemli sebeplerden biri olarak toplumsal cinsiyet görülmektedir. Toplumsal cinsiyet kadın ya da erkek olmaya toplumun ve kültürün yüklediği anlamları ve beklentileri ifade eder; (Dökmen, 2015). Toplumsal cinsiyet temelde kadınlara ve erkeklere nereye ait olduklarını, ne olduklarını, neler yapabileceklerini, neler söyleyebileceklerini, nasıl görüneceklerini ve bedenleri hakkında nasıl hissetmeleri gerektiğini söyler (Haskan-Avcı, 2021b). Aynı zamanda, Aktaş (2013), ataerkil toplum normlarının halen devam etmekte olduğunu ve toplumsal cinsiyet normlarının da bu normlara paralel olarak geliştiğine dikkat çekmektedir. Bu noktada, toplumsal cinsiyet normlarının egemen erkeklerin bakış açısını da yansıttığını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla, egemen erkeklerin gözünden kurulan dünya egemen olmayan erkeklere ya da kadınlara oldukları gibi var olabilecekleri imkânları sunmamaktadır (Haskan-Avcı, 2021a).

Bu noktada kadınlığa ve kadınların deneyimine bakıldığında, Simon de Beauvoir kadın olmanın doğuştan gelen bir özellik olmadığını, tarihsel birtakım süreçler sonucunda oluşan bir yapı olduğunu söylemektedir (Butler, 1986). Yani kadın olmayı doğada nehirlerin aşındırdığı bir kayaya benzetmek yerine taşların yıllarca üst üste konularak yapıldığı bir heykele benzetmek daha doğrudur. Bu noktada, erkek egemen toplumlar da taşları üst üste koymaktadırlar. Butler ise kadın olmayı

performatif bir eyleme benzetmektedir. Toplumsal cinsiyeti “*Kurgulanmış bir kimlik, gündelik toplumsal izleyicinin -oyuncuların kendileri de dahil olmak üzere- inanarak benimsediği ve inançla sahnelediği performatif bir başarı*” olarak tanımlamaktadır (Butler, 2020; s. 520). Bu tanıma göre, kadın bedeni devamlı sergilenen ve beraberinde gözlenen bir nesnedir ve kadın da bu gözlemcilerden biridir. Bu noktada, kadınlardan beklenen -tıpkı oyuncuların beklendiği gibi- onlar için yazılmış dış görünüş (ya da güzellik) senaryosuna uymaları ve bedenlerini bu şekilde düzenlemeleridir. Bu bilgilerden yola çıkarak kadınların bedenleri ile olan ilişkilerinin de tarihsel bir süreçle ve toplumsal cinsiyet beklentileri ile şekillendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Literatüre bakıldığında, araştırmaların genellikle sosyal medyanın, beden imgesi ve kişilerin güzellik standartları üzerindeki etkisine odaklandığı görülmektedir (Burnette, Kwitowski ve Mazzeo, 2017; de Valle ve diğerleri, 2021; Jarman ve diğerleri, 2022). Örneğin de Valle ve diğerleri (2021), sosyal medya ile beden imgesi arasındaki ilişkiyi analiz etmiş ve sosyal medyada idealize edilmiş bedenlere ve güzellik standartlarına maruz kalmanın beden imgesini olumsuz yönde etkilediğini bulmuşlardır. Benzer şekilde, Clay, Vignoles ve Dittmar (2005), genç kadınların dış görünüşlerini güzellik standartları çerçevesinde değerlendirdiklerinde kendilerini medyadaki idealize görünümle karşılaştırdıklarını ve bunun sonucunda beden imgesi puanlarının düştüğünü ileri sürmüşlerdir. Bunlar gibi araştırmalar bağlamında, toplumdaki güzellik algısının sosyal medya üzerinden nasıl aktarıldığı ve sosyal medyanın genç kadınların beden imgesini nasıl etkilediği birçok kez araştırılmış olmasına rağmen, genç kadınların güzelliği kavramsallaştırmaları, beden değerleri ve sosyal medyadaki görünüş bilinçleri arasındaki ilişkiye dayanan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu yüzden bu araştırmanın problemi “genç kadınlarda güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünün incelenmesi” olarak belirlenmiştir.

### **Araştırmanın Önemi**

Erik Erikson’ın psikososyal gelişim kuramına göre genç yetişkinlik 18-40 yaş arasındaki dönemi kapsamaktadır. Bu dönemin temel çatışması ise yakınlığa karşı yalnızlıktır. Erikson’a göre genç yetişkinler bu dönemde karşılıklı bakım ve güven bulabilecekleri, yakın bağlar kurabilecekleri ilişkiler ararlar (McLeod, 2018). Romantik ilişkiler kurmak, derin arkadaşlıklar oluşturmak isterler. Bu arayışta başarılı

olan kişiler yakınlığa ulaşırken başarısız olan kişiler yalnızlık ile yüzleşir. Bu çalışmayı Erikson'ın kuramını bağlamında değerlendirdiğimizde kişilerin yakın ve romantik ilişkiler kurmak istedikleri dönemde romantik partnerlerine (ve diğer herkese) nasıl göründüklerinin, kendi bedenleri hakkında nasıl hissettiklerinin büyük bir önem kazandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle de evlenme yaşının ilerlediği ve partner bulmanın daha ileriki yaşlarda da önem kazandığı bu yıllarda, kadınların toplumun güzellik beklentileri doğrultusunda çekici görünmeye çalışması ve bu doğrultuda, devamlı olarak, görünüşlerini kontrol etmeye çalıştıkları söylenebilir (Saardchom ve Lemaire, 2005). Örneğin, bir araştırmada heteroseksüel bir partner seçimi için, erkeklerin kadınların çekici dış görünüş özellikleri olmasına daha fazla dikkat ettiği görülmüştür (Fales ve diğerleri, 2016). Benzer şekilde erkeklerin %80'i partnerleri olabilecek kadınların ince vücuda sahip olması gerektiğini söylemişlerdir. Diğer bir araştırmada ise, çekici bir partnere sahip olmanın ve bu sebepten, çekici görünmeye çalışmanın evrimsel bir çaba olduğuna değinilmiştir (Gallup ve Frederick, 2010). Bu yüzden, genç yetişkinlik döneminde olan ve yakın bağlar arayan genç kadınların güzellik, beden değeri ve sosyal medya dış görünüş algısı arasındaki ilişkileri incelenmesi için kritik bir kitle olduğu düşünülmektedir.

Aynı zamanda, yapılan araştırmalarda sosyal medya görünüş kaygısı daha fazla olan genç kadınlarda düşük beden saygısı ve daha yüksek düzeyde depresif belirtiler olduğu bulunmuştur (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2018). Beden değerinin düşük olmasının da beden memnuniyetsizliği, bedeninden utanma, sosyal beden kaygısı ve bedeni gözetme gibi yapılarla ilişkili olduğu bilinmektedir (Avalos, Tylka ve Wood-Barcalow, 2005; Oktan ve Saylan, 2020). Öte yandan olumlu beden imgesine, beden değerine sahip olmak ise beden kabulü ve sevgisi, güzelliği sadece beden dışsal özellikleri ile sınırlandırmamak gibi pozitif psikolojik etmenlerle ilişkilendirilmektedir (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Halliwell (2013) tarafından beden imgesinin sosyal medyanın bazı negatif etkilerine karşı koruyucu bir faktör olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan bir çalışmada, idealleştirilen ince beden imgelerini içselleştiren kadınların medyadaki beden ilgili negatif içeriklere karşı daha hassas olduğu bulunmuştur. Bu bağlamda, var olan bedeni ile olmak istediği beden arasındaki farklar beden değeri daha düşük olan kadınları için daha fazlayken; beden değeri yüksek olan kadınlar için daha az olduğu hatta hiç olmadığı bulunmuştur. Bu da olumlu beden değerine ve olumlu beden imgesine sahip olmanın koruyucu bir

faktör olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Literatürde yer alan çalışmaların sonuçlarına göre, genç kadınların idealize edilen bedenlere, negatif beden imgesine ve sosyal medyada görünüşe ilişkin kaygılara karşı gelişimsel olarak daha duyarlı oldukları ve bu bağlamda olumlu bir beden değeri geliştirmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu yüzden bu çalışmanın, genç kadınların bedenleriyle ilişkilerine ve genel anlamda iyi oluşlarına katkı sunmak adına önleyici çalışmalar yapabilmek için önemli bir alan açacağı düşünülmektedir.

Buna ek olarak, yukarıdaki örneklerde ve literatürde görüldüğü üzere çoğunlukla araştırmaların sosyal medyanın beden imgesi ve güzellik standartları üzerindeki etkisine odaklandığı görülmektedir. Toplumdaki güzellik algısının sosyal medya aracılığıyla nasıl iletildiği ve sosyal medyanın genç kadınların beden imgesini nasıl etkilediği birçok kez araştırılmış olmasına rağmen, genç kadınların güzellik anlayışları, beden değerleri ve sosyal medyadaki görünüş bilincine ilişkin bir araştırmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla, bu araştırmanın literatürdeki bu boşluğun doldurulmasına katkı sağlayacağını düşünülmektedir.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmada Türkiye’de üniversitede okuyan genç kadınların güzelliği geniş kavramsallaştırması ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünü incelenmesi amaçlanmıştır. Kişilerin güzelliği hangi çerçevede tanımladığı; kendilerini güzel olarak görüp görmediklerini, bedenlerini beğenip beğenmediklerini ve bedenlerini ne derecede takdir ettiklerini; yani, ne derece değerli bulduklarını etkiler (Tylka ve Iannantuono, 2016). Güzelliği kavramsallaştırma ölçütleri genel olarak bize kişilerin beden değerleri hakkında bilgi vermektedir. Bu bağlamda, kişilerin bedenlerine karşı olan tutumlarının da kişilerin bedenlerini, fotoğraf ve videolarla sergilediği mecralardan biri olan sosyal medyadaki sürekli izleniyor ve eleştiriliyor düşüncesinin kişilerin hayatını ne derecede etkileyeceği düşünülmektedir. Bu nedenle kadınların güzelliği kavramsallaştırmasının sosyal medyada görünüş algısı ile ilişkisi ve bu ilişkide beden değerinin rolü incelenmiştir. Bu çerçevede çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

1. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasında negatif bir ilişki var mıdır?

2. Genç kadınların güzelliği geniş kavramsallaştırmaları ve beden değeri arasında pozitif bir ilişki var mıdır?
3. Beden değeri ile sosyal medyada görünüş algısı arasında negatif bir ilişki var mıdır?
4. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değeri aracı rol oynar mı?

Bu amaç doğrultusunda, Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Türkçeye uyarlanmıştır.

### **Araştırmanın Hipotezleri**

Literatürden edinilen bilgiler bağlamında araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

1. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında negatif bir ilişki vardır.
2. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında pozitif bir ilişki vardır.
3. Beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasında negatif bir ilişki vardır.
4. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değeri aracı rol oynar.

### **İşevuruk Tanımlar**

Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, güzelliğin kadınlar tarafından ne derecede içsel ve dışsal kavramlara atfedilerek anlamlandırıldığı ile ilgilidir ve kadınlara güzelliği nasıl tanımladıkları sorularak ölçülmektedir (Tylka ve Iannantuono, 2016). Güzelliği geniş kavramsallaştıran kadınlar güzelliği yalnızca kilo, beden tipi vb. ile algılamak yerine kişilik özellikleri, özgüven, öz kabul gibi içsel özelliklerle de açıklarlar (Tylka ve Iannantuono, 2016). Ancak, Türkçede güzelliğin geniş kavramsallaştırmasını ölçen bir ölçme aracı yoktur. Dolayısıyla, bu araştırmada, bu yapıyı ölçmek için Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Türkçeye uyarlanmıştır.

Sosyal medyada dış görünüş algısı ise kadınların, sosyal medyada kullanıcıları için çekici olup olmadığının sürekli olarak farkında olma durumunun düşünce ve davranışlarına ne derece yansıttıklarını ifade eder (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2018). Sürekli olarak sosyal medyada paylaşılan fotoğrafları düşünme, fotoğrafları düzenleyerek paylaşma gibi davranışlar ve sosyal medyada güzel görünüp görünmemeye dair endişeler bu kavram kapsamında değerlendirilir. Bu bağlamda araştırmada Yıldırım-Kurtuluş, Kalay-Usta ve Kurtuluş (2022) tarafından Türkçeye uyarlanan Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği kullanılmıştır.

Beden değeri bedene dair olumlu tutumları, bedeni olduğu gibi kabul etmeyi, bedene saygı duymayı ve medyadaki bedene dair gerçek dışı tanımlamaları kabul etmemeyi kapsar (Avalos ve diğerleri, 2005). Aynı zamanda, bedenin ihtiyacı olanları temin etmek, bedenin özgürlüğünü toplumsal değerlerle kısıtlamamak gibi eylemleri de içerir. Yüksek beden değerine sahip olmak olumlu beden imgesine sahip olmanın bir ölçütü olarak görülür. Beden değeri Tylka ve Wood-Barcalow (2015a) tarafından geliştirilen ve Oktan ve Saylan (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan Beden Değeri Ölçeği-2 kullanılmıştır.

# 1. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE LİTERATÜR TARAMASI

## 1.1. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bağlamını açıklamada öne çıkan iki teori vardır. Bunlardan ilki Avalos ve diğerleri (2005) tarafından geliştirilen Olumlu Beden İmgesi Teorisi, ikincisi ise Fredrickson ve Roberts (1997) tarafından ortaya konan Nesneleştirme Teorisidir. Olumlu Beden İmgesi Teorisi bize güzelliği toplumun dayattığı güzellik standartlarına göre değil de daha geniş biçimde tanımlayan kadınların kendi bedenlerini, toplum tarafından istenenden farklı olsa da eşsiz olan görünüşleriyle ve yapıp edebildikleriyle, işlevleriyle değerlendireceğini; bu yüzden de bedenlerine verdikleri değer daha yüksek olacağını söylemektedir (Avalos ve diğerleri, 2005; Tylka ve Iannantuono, 2016; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a). Öte yandan, feminist bir teori kabul edilen Nesneleştirme Teorisi kadınları etkileyen toplumsal koşulları ve kadınların toplumdaki varoluş biçimlerini incelemektedir (Roberts, Calogero ve Gervais, 2018). Bu teori esasen; gerçek dışı, katı ve genel geçer kabul görmüş görünüş ve güzellik standartlarını destekleyen kültürel bir çevrede, kadın bedenlerinin nesneleştirildiğini savunmaktadır (Fredrickson ve Roberts, 1997; Heflick ve Goldenberg, 2014). Teori, özellikle cinsel nesneleştirmeye maruz kalan veya cinsel nesneleştirici ortamlarda bulunan kadınların deneyimlerini incelemektedir. Bu bağlamda, cinsel nesneleştirme, kadın bedenini tıpkı sıradan bir obje gibi bakılan, gözlenen ve bu bağlamda değerlendirilen, arzu ve haz nesnesi olarak salt fiziksel bedenlere indirger; bireyselliklerini, kişiliklerini ve diğer tanımlayıcı özelliklerini yok sayar (Fredrickson ve Roberts, 1997; Roberts ve diğerleri, 2018). Araştırmacılar, ergen kadınların ve beliren yetişkin kadınların, bu dış gözlemcilerin fiziksel görünümüne (beden ölçüleri, kıyafet gibi unsurlar dahil) dair nesneleştirici bakışını kabul etmeye ve içselleştirmeye yatkın olduğunu ileri sürmektedir (Moradi, Dirks ve Matteson, 2005; Moradi ve Huang, 2008). Çünkü, dış gözlemcinin bakışı, toplumun yaygın beklentilerini ve normlarını yansıtır ve insan bedeni toplumsal bağlamından ayrı düşünülemez.

Bu durumun bu araştırmada geliştirilen model bağlamında üç ana etkisi olduğu söylenebilir. İlk olarak, kadın bedeninin nesneleştirildiği toplumlarda güzelliği toplumun sığ, katı ve kalıplaşmış biçimlerine göre tanımlayan kadınların kendini

nesneleştirme olasılıklarının daha fazla olduğu yorumu yapılabilir. Nitekim, bazı araştırmalar da kendini nesneleştirme ile güzelliğin geniş kavramsallaştırılması arasında negatif ilişki bulmuşlardır (Lin, Li ve Jiang, 2022). Örneğin, Çin’de kadın lisans öğrencileri ile yapılan bir çalışmada kendini nesneleştirme ve güzelliğin geniş kavramsallaştırılması arasında orta büyüklükte negatif bir ilişki bulunmuştur. Yani, güzelliği geniş kavramsallaştırma arttıkça kendini nesneleştirme azalma eğilimi göstermektedir (Lin, Li ve Jiang, 2022). Aynı zamanda, kendini nesneleştirmenin çevrimiçi ortamlarda da olduğunu gösteren çalışmada, güzelliği daha geniş kavramsallaştıran öğrencilerde çevrimiçi kişilerarası cinsel nesneleştirme ve kendini nesneleştirme arasındaki ilişki azalmıştır. İkinci olarak, beden değerinin olumlu beden imgesinin önemli bir parçası olduğu düşünüldüğünde, kendini nesneleştiren kadınların olumsuz beden imgesine ve düşük beden değerine sahip olabileceği düşünülmektedir. Örneğin, Türkiye’de lisans ve yüksek lisans öğrencileriyle yapılan bir araştırmada Saylan ve Soyuyğit (2023) kendini nesneleştiren öğrencilerin negatif beden değerine sahip olma olasılıklarının daha fazla olduğunu bulmuşlardır.

Son olarak, Nesneleştirme Teorisi’nin en güçlü savunduğu noktalardan biri kendini nesneleştiren kadınların bedenlerini gözetmeye daha yatkın olduğudur (Fredrickson ve Roberts, 1997). Yani teori, kadınların sürekli olarak bedenlerinin toplum tarafından kabul görüp görmediğini değerlendirme çabası içinde olduğunu söylemektedir (Moradi ve Huang, 2008). Araştırmalara göre, bu sürekli değerlendirme mekanizması, kadınlarda utanç, memnuniyetsizlik, kaygı ve stres gibi duygulara yol açarak onları depresyon, cinsel işlev bozukluğu, düzensiz beslenme ve yeme bozuklukları gibi çeşitli ruh sağlığı risklerine açık hale getirebilir (Arroyo, Segrin ve Harwood, 2014; Fredrickson ve Roberts, 1997). Nesneleştirme Teorisi, aslen televizyon, sinema ve reklamlar gibi kitlesel ve geleneksel medya araçlarının cinsel nesneleştirmeyi ve buna bağlı olarak öz-nesneleştirmeyi çeşitli biçimlerde sürdürdüğünü ileri sürmektedir. Ancak, günümüzde bireylerin yaşamında giderek daha merkezi bir konuma gelen sosyal medyanın, bu süreçteki işlevini değerlendirmek açısından da teori, önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2018). Örneğin de Vries ve Peter (2013), cinsel nesneleştirici içeriğe maruz kalan genç kadınların sosyal medyada kendini nesneleştirme yaşayabileceğini göstermiştir. Bununla birlikte, sosyal medyanın bedene dair kontrol mekanizmasını da harekete geçirdiği düşünülmektedir. Örneğin, Choukas-Bradley ve diğerleri (2018)

sosyal medya platformlarını Nesneleştirme Teorisi bağlamında ele aldıklarında, sosyal medyanın kişiler üzerindeki etkisini incelerken hayali izleyici etkisine odaklanmaktadırlar. Araştırmacılar, sosyal medyada gerçeğe dönüşen hayali izleyici etkisi ile kadınların, yayınlanmış ya da her an yayınlanma ihtimali olan fotoğrafları yüzünden bedenlerine dair o gözlem ve kontrol çabalarında artış olabileceğini; bunun da sosyal medyada dış görünüş algılarını olumsuz etkileyebileceğini savunmaktadırlar. Bu noktalar bağlamında değerlendirildiğinde bu araştırma, nesneleştirici ortamlarda bulunan kadınların bedenlerini nesneleştirileceğini ve kadınların bu nesneleştirilmiş imgeyi içselleştirerek güzelliği sığ bir şekilde kavramsallaştıracaklarını ve bu yüzden (hem de doğrudan içselleştirme yolu ile) kadınların beden değerlerinin olumsuz yönde etkileneceğini ve daha olumsuz beden değerine sahip olan kadınların (bedenlerini sosyal medya platformları üzerinde sürekli kontrol etmek ihtiyacı hissetmeleri yolu ile) sosyal medyada dış görünüş algılarının yüksek olacağını ileri sürmektedir.

Bunlara ek olarak, toplumsal cinsiyeti bu iki teoriden ayırmak mümkün değildir. Giriş bölümünde bahsedildiği üzere insanların hayatlarının her alanına etki edebilen ve var oluş biçimlerini belirleyen toplumsal cinsiyet, kadınların bedenleri ve kadınların bedenleriyle olan ilişkilerine de etki etmektedir. John Berger, Görme Biçimleri adlı kitabında, nesneleştirme teorisine paralel olarak şöyle yazmaktadır (Berger, 2016; s. 46-47):

*“Kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel, çevrelenmiş bir yerde doğmak demektir. Kadınların toplumsal kişilikleri, böylesine sınırlı, böylesine koşullandırılmış bir yerde yaşayabilme ustalıklarından dolayı gelişmiştir. Ne var ki bu kadının öz varlığının ikiye bölünmesi pahasına olmuştur. Kadın hiç durmadan kendisini seyretmek zorundadır. Hemen hemen her zaman kendi imgesiyle birlikte dolaşır. Bir odada yürürken ya da babasının ölüsünün başucunda ağlarken bile ister istemez kendisini yürürken ya da ağlarken görür. Çocukluğunun ilk yıllarından başlayarak hep kendi kendisini gözlemesi, bunun gerekli olduğu öğretilmiştir ona.... Bunu şöyle yalınlaştırabiliriz: Erkekler davrandıkları gibi, kadınlarsa göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederek. Kadınlarsa seyredilişlerini seyrederek. Bu durum, yalnız erkeklerle kadınlar arasındaki ilişkileri değil, kadınların kendileriyle ilişkilerini de belirler. Kadının içindeki gözlemci erkek, gözlenense kadındır. Böylece kadın kendisini bir nesneye -özellikle görsel bir nesneye- seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur.”*

Berger'in bahsettiği gibi, erkeklerden daha fazla biçimde kadınlar bedenleri ile olan ilişkilerini dışarıdan gelen ya da gelebilecek olan bakışlara göre şekillendirmelidir. Bu, kadınlar için toplumda var olabilmek adına gerekli bir eylemdir.

Bununla birlikte, bazı araştırmalar Berger'in kitapta bahsettiği deneyimin sıklıkla kadınlara özgü oluşunu doğrular niteliktedir. Moradi ve Huang'ın (2008) yaptığı bir derleme araştırmasında, mevcut araştırmalarda genç ve yetişkin erkeklerin genç ve yetişkin kadınlara kıyasla daha düşük düzeyde kendini nesneleştirme, bedeni gözetleme ve bedeninden utanma yaşadıkları söylenmektedir. Benzer şekilde Grabe, Hyde ve Lindberg (2007) tarafından yapılan çalışmada bedeni gözetleme, genç erkekler ve kadınlar için bedeninden utanma ile ilişkili bulunurken, bedeninden utanma, yalnızca genç kadınlar için beden gözetimi ile depresif semptomlar arasındaki pozitif ilişkiye aracılık etmiştir. Strelan ve Hargreaves (2005) ise çalışmalarında kendini nesneleştirmenin erkeklerin beden memnuniyetsizliği ile ilişkili olmadığı bulunmuştur. Öte yandan, Beyaz erkekler ve kadınlar ve Asyalı erkek ve kadınlar ile yapılan bir çalışmada ise kendini nesneleştirme ve depresif semptomlar arasındaki ilişkiler beyaz kadınlar için anlamlı ve pozitif bulunurken beyaz erkekler ve Asyalı kadın ve erkekler için anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Grabe ve Jackson, 2009). Bu bulgular, bu araştırma ekseninde toplumsal cinsiyetin etkisini belirgin kılarak kadınların erkeklerden daha fazla kendini nesneleştirme yaşama ihtimali olduğunu göstermekte ve bu ihtimalin çeşitli kültürlerdeki kadınlar için farklı olduğuna işaret etmektedir.

## **1.2. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması**

Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması toplumsal, bireysel, sosyal ve psikolojik bütün faktörler göz önüne alındığında kadınların güzelliğin ne olduğunu nasıl algıladıkları ve ne şekilde açıkladıkları ile ilgilidir. Bu bağlamda kadınlar, güzelliği sadece dış görünüş özelliklerine atfedilebilir ya da daha kapsamlı bir şekilde ele alarak fiziksel özellikleriyle birlikte karakter özelliklerini de kapsayacak şekilde "geniş" bir perspektifte değerlendirebilirler (Tylka ve Iannantuono, 2016; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Bu kavram, giriş bölümünde bahsedildiği gibi, bedenle ilgili yapılan çalışmalarda çoğunlukla olumsuz beden imgesine yönelmesine karşı durarak, bu çalışmalara alternatif bir bakış açısı geliştirmek ve kadınların var olan olumlu

özelliklerini keşfederek ve güçlendirerek bu alana katkı sunmak adına geliştirilmiştir (Tylka ve Iannantuono, 2016; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Bu kavramın gelişim sürecine ilham olan yaklaşım, başka araştırmacıların da çalışma yönünü belirlemede önemli rol oynamıştır. Bu araştırmacılara geçmeden önce, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması kavramını daha iyi anlamak adına toplamda 1086 Amerikalı kadınla yapılan Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin geliştirme çalışmasını incelemek önemlidir. Bu çalışmaya bakıldığında, ölçekten alınan puanlar ile bedeni gözetleme, sosyal nedenlerle estetik cerrahiye onay verme ve beden, yeme ve egzersiz yönelik sosyal karşılaştırmalar negatif yönde orta düzeyde ilişkili olarak bulunmuştur. Öte yandan, bu kavramın öz-şefkat ile güçlü ve pozitif, bedeni kıyaslama ile güçlü ve negatif; kilo karşıtı tutumlarla ve ideal ince beden imgelerini içselleştirmeleri ile orta ve negatif düzeyde bir ilişkisi olduğu görülmüştür (Tylka ve Iannantuono, 2016). Bu bilgilerden hareketle, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması kavramı da kadınların pozitif beden imgesi için önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yukarıda bahsedilen yaklaşımdan ilham alarak idealize edilmemiş medya içeriklerinin ve olumlu mekanizmaların kadınlar üzerindeki muhtemel etkilerini incelemek isteyen bir çalışmada, kadınların güzelliği kavramsallaştırma kapsamının maruz kaldıkları görsellerden etkilendiğini göstermiştir. Bu çalışmada, idealize edilmemiş Instagram ve dergi içerikleri, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve ilham arasındaki ilişkiler araştırılmıştır (de Lenne, Vanhoffelen ve Vandenbosch, 2022). Araştırma sonucunda, idealize edilmemiş içeriklere maruz kalan kadınların güzelliği daha geniş kavramsallaştırma eğilimde oldukları görülmüştür. Ayrıca, ilhamın idealize edilmemiş içerikler ve güzelliğin geniş kavramsallaştırılması arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur. Araştırma sonucunda, idealize edilmemiş içeriklerin kişilere çeşitli güzelliklerin mümkün olduğu konusunda ilham vererek güzelliğe olan bakış açılarını değiştirebileceği yorumu yapılmıştır. Çin’de yapılan başka bir çalışma ise güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve çevrimiçi kişiler arası cinsel nesneleştirme arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Luo, Niu, Kong ve Chen, 2019). Bu bilgiye göre, genç kadınların güzelliği tanımlama kapsamı genişledikçe çevrimiçi kişiler arası cinsel nesneleştirme yaşama olasılıklarının düşeceği söylenebilir.

### 1.3. Beden Değeri

Beden imgesi, kişilerin kimlik gelişimi ve benlik psikolojisi açısından oldukça önemli bir kavramdır (Mills, Minister ve Samson, 2022). Tarihsel olarak bakıldığında, araştırmacılar çalışmalarında beden imgesinin negatif özelliklerine (beden tatminsizliği, düşük zgven, gibi) daha fazla ağırlık vermişlerdir ve Menzel ve Levine'a (2011) göre bu çalışmalar da bilimsel yazına birçok katkı sunmuştur. Ancak, beden imgesi kavramını derinlemesine anlamak ve iyileştirmek için olumlu beden imgesi çalışmalarını arttırmak gerektiğine inanan araştırmacıların sayısı gün geçtikçe artmaktadır (de Lenne, Vanhoffelen ve Vandenbosch, 2022; Menzel ve Levine, 2011; Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Olumlu beden imgesi, doğrudan olumsuz beden imgesinin karşıtı olarak tanımlanmamakta; çok daha katmanlı ve karmaşık bir yapı olarak ele alınmaktadır (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015b). Olumlu beden imgesine dair yapılan çalışmalarda karşımıza en çok çıkan kavramlardan biri beden değeridir.

Beden değeri, bireyin kendi bedenini kabul edip ona saygı duyması ve aynı zamanda toplumda kabul gören ve medya tarafından yayılan idealleri reddetmesi olarak tanımlanır (Tylka ve Wood-Barcalow, 2015a, s. 53). Bedenine değer veren kişiler bedenini sever, ona karşı olumlu bir tutum geliştirir, onun değişen ihtiyaçlarına saygı gösterir ve bu ihtiyaçları karşılamak için hareket ederler. Aynı zamanda, sadece bedenlerinin dış görünüşüne odaklanmak yerine işlevselliğini (yapıp edebildiklerini) de göz önüne alırlar (Mulgrew ve Hennes, 2015). Frisn ve Holmqvist (2010) gençlerle yaptıkları nitel bir araştırmada, gençlerin olumlu beden imgesi tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda, gençlerin kendi görünümlerinden duydukları memnuniyetin (beden değeri tutumu), bedeni işlevsel bir bakış açısıyla değerlendirme (beden değeri tutumu) ve algıladıkları bedensel kusurları kabul etme ile ilişkili olduğunu ortaya konulmuştur. Aynı zamanda, fiziksel aktivite ve egzersizlerini düzenli olarak yapan gençlerden bazıları, aileleri ve arkadaşlarından dış görünüşleriyle ilgili olumsuz yorumlar almış olsalar da bu yorumların bedenleri ile ilgili görüşlerini değiştirmedeğinden (beden değeri tutumu) bahsetmişlerdir.

Beden değeri ile ilişkili birçok faktör bulunmaktadır. Yapılan bir çalışma, beden değerinin görsel içeriklerden etkilendiğini göstermektedir. 374 kadınla yapılan bu çalışmada, katılımcılar rastgele iki gruba bölünmüş ve katılımcılara idealleştirilmiş ince bedene sahip olan veya ideal bedene sahip olmayan modellerin görünüm odaklı

ya da işlevsellik odaklı poz verdikleri fotoğraflar gösterilmiştir (Williamson ve Karazsia, 2018). İdeal olmayan, toplum standartları karşılamayan bedenlere sahip olan modellerin fotoğrafını gören kadınlarda beden değerinin arttığı görülmüştür. Öte yandan, kimi çalışmalar, beden değerinin kişilerin idealize edilmiş güzellik görselleri sunan medya içeriklerine nasıl tepki vereceğini tahmin ettiğini göstermektedir. Örneğin, Andrew, Tiggemann ve Clark (2015) tarafından yapılan çalışmada, beden değeri ile bedenin başkaları tarafından kabul edilmesine olan inanç (beden kabulü) arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki, beden değeri ile sosyal görünüm kıyaslaması ve kendini nesneleştirme arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda, yapılan aracı değişken analizlerinde hem sosyal görünüm kıyaslamasının hem de kendini nesneleştirmenin beden kabulü ile beden değeri ve sezgisel yeme arasındaki ilişkiyi yordadığı görülmüştür. Halliwell'in (2013) araştırmasına göre, düşük beden değerine sahip kadınların, çok zayıf bedenli modelleri gördüklerinde, kontrol grubundaki kadınlara kıyasla daha belirgin bir şekilde daha fazla görünüm tutarsızlıkları deneyimlediklerini bildirmiştir. Benzer şekilde, Türkiye'de yapılan yeni bir çalışmada, beliren yetişkinlik dönemindeki heteroseksüel ve LGBi+'ların beden değerinin öz şefkat ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkiyi yordadığı bulunmuştur (Deveci, Toplu Demirtaş ve Bulgan, 2025). Bir meta analiz çalışmasında ise kullanılan sosyal medya platform tipinin sosyal medya kullanımı ve beden imgesi bozuklukları arasındaki ilişkide aracı rol oynadığı bulunmuştur (Saiphoo ve Vahedi, 2019). Özellikle görünüş odaklı sosyal medya sitelerini kullanan katılımcılar ile yapılan çalışmaların genel sosyal ağ sitelerini kullanan katılımcılarla yapılan araştırmalara göre daha güçlü bir etki bulunmuştur.

Beden değeri ile diğer olumlu beden imgesi yapıları arasındaki ilişkileri gösteren bazı araştırmalar mevcuttur. Öncelikle, Avalos ve diğerleri (2005) tarafından yapılan çalışma bedenini nesneleştirmeyen kadınların beden takdirinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Homan ve Tylka (2015) bir çalışmada kişilerin bedene yönelik tehditlere maruz kaldığında (örneğin; beden kıyaslaması ve dış görünüme bağlı öz değer) neyin beden değerlerini koruduğu araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, öz şefkatin bedene yönelik tehditler ile beden değeri arasındaki ilişkiye aracılık ettiği; öz şefkati daha yüksek olan kadınların, bedene yönelik tehditler karşısında bedenlerine değer vermeyi devam ettirdiği bulunmuştur. Öte yandan, Andrew Tiggemann ve Clark'ın (2016) çalışmasında test edilen model, görünüş odaklı medyanın, daha düşük

düzyeyde beden değeri ile ilişkili olan kendini nesneleştirme, sosyal kıyaslama ve ince beden idealinin içselleştirilmesi değışkenleriyle negatif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşılık, görünüş odaklı olmayan medya ve öz-şefkatin, söz konusu değışkenlerle pozitif yönde ilişkilendiğı ve bu yolla daha yüksek beden değeri ile bağlantılı olduğu bulunmuştur. Ayrıca, başkaları tarafından bedenın kabul edildiğinin algılanması ise beden değeri ile doğrudan ilişkili olduğu görülmüştür. Bu bulgular ışığında, beden değerinin müdahale edilebilecek ve müdahale edildiğı durumlarda genç kadınların bedenle ilişkilerine olumlu katkı sağlayacak bir değışken olduğu düşünölmektedir.

#### **1.4. Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması ve Beden Değeri: İlgili Araştırmalar**

Olumlu bir beden imgesinin önemli bir özelliğı olarak tanımlanan beden değerinin bilimsel yazındaki yeri nispeten yenidir ve kapsamlı bir şekilde incelenememiştir (Belton, 2019). Mevcut araştırmaların büyük bir kısmı ağırlıklı olarak beden imgesini ele aldığı için, beden değeri ve araştırmanın ilgili değışkenleri arasındaki ilişkinin anlaşılmasında önemli bir boşluk bulunmaktadır. Bu yüzden, bu kısımda güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve beden değerine dair çalışmaların yanı sıra, iki değışken arasındaki ilişkinin daha derinlikli bir şekilde anlamlandırılabilmesi için güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve olumlu beden imgesi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara da yer verilmiştir.

Öncelikle, güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda iki kavram arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmuştur. Örneğın, Luo ve diğierleri (2019) güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Yaşları 11-15 arasında değışen genç kadınlarla yapılan bu çalışmada, aynı zamanda, güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve beden değerinin, çevrimiçi kişiler arası cinsel nesneleştirme ile sezgisel yeme arasındaki ilişkiye aracılık ettiğı görülmüştür. Genç kadınlarla yapılan diğier bir çalışmada, Instagram'daki bedene dair olumlu içeriklere maruz kalmanın arttıkça kişilerin güzelliğe olan bakış açılarının genişleyerek, beden değerinin arttığı ve bedeni gözetlemenin azaldığı görülmüştür (Rousseau, 2024). Yakın zamanda Almanya'da Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin faktör yapısı ve iç tutarlığını kültürel bağlamda test etmek için yapılan bir çalışmada yaklaşık

1400 kadından boylamsal veriler toplanmış ve güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri, görünüş kıyaslaması ve kilo endişeleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir (Behrend ve Warschburger, 2025). Bu çalışma sonucunda, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında anlamlı ve pozitif, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve görünüş kıyaslaması ve kilo endişeleri arasında ise anlamlı ve negatif ilişkiler bulunmuştur. Aynı zamanda, ölçekten alınan yüksek puanların, zaman içinde kilo endişelerindeki büyük düşüşleri öngördüğü ve yüksek beden takdirinin (görünüş kıyaslaması ve kilo endişelerinin etkileri hesaba katıldıktan sonra bile) ölçek puanlarında daha büyük artışları tek başına anlamlı biçimde öngördüğü bulunmuştur.

İkinci olarak, yapılan birçok araştırma güzelliği geniş kavramsallaştırılması ve olumlu beden imgesi arasındaki ilişkilere dikkat çekmektedir ve bu araştırmalar güzelliği geniş kavramsallaştırmanın olumlu beden imgesine sahip olmanın bir bileşeni olduğunu göstermektedir (Bailey vd., 2015; Frisén ve Holmqvist, 2010; Holmqvist ve Frisén, 2012; Saraç ve Aynacı, 2020). Omurga hasarı almış ve bedenlerinde belirgin değişimler yaşamış kişilerin olumlu beden imgesi deneyimlerini araştırmak amacıyla yapılan bir çalışmada, beden değerini yalnızca dış görünüş ile değil (güzelliği geniş olarak kavramsallaştırmak) vücudun farklı işlevlerini ve yönlerini takdir etmek olarak tanımlayan katılımcıların, bu tutumlarının olumlu beden imgesine dair deneyimlerine katkı sağladığı söylenmiştir (Bailey vd., 2015). 14 yaşındaki gençlerle yapılan bir başka nitel bir çalışma, olumlu beden imgesine sahip olan gençlerin sosyal medyada, televizyonlarda karşımıza çıkan veya çevremizdekiler aracılığıyla duyduğumuz mevcut güzellik standartlarını eleştirdikleri (beden değeri tutumu), onları “gerçek dışı ve yapay” bulduklarını ortaya koymuştur (Holmqvist ve Frisén, 2012). Bunlara ek olarak, olumlu beden imgesine sahip olan gençler, güzelliği daha esnek ve kapsamlı bir çerçevede tanımlayarak, kişilerin kendi gibi görünmelerinin ve karakterlerinin görünüşlerinden daha önemli olduğuna dikkat çekmişler ve güzelliğin öznel olduğuna inandıklarına değinmişlerdir. Benzer şekilde, olumlu beden imgesine sahip üniversite öğrencisi kadınlarla yapılan bir çalışmada, ergenlik dönemlerinde bedenlerinden memnun olmayan genç yetişkinlerin, bedene ve güzelliğe bakış açıları değiştikçe ve güzelliği daha kapsamlı tanımlamaya başladıkça beden beğenilerinin arttığı (beden değeri tutumu) bulunmuştur (Wood-Barcalow, Tylka ve Augustus-Horvath; 2010). Araştırma ayrıca, genç kadınların gerçekçi

olmayan güzellik algısını ve medyanın kadın bedenini nesneleştirmesini eleştirdiklerini de göstermektedir (beden değeri tutumu). Bununla birlikte son yıllarda Türkiye’de üniversitede okuyan kadın öğrenciler ile yapılan bir çalışmada güzelliğın geniş kavramsallaştırılmasının bedeni beğenme, kendini güzel bulma (beden değeri tutumları) ve zgven ile pozitif bir ilişkide olduğu ve güzelliğın geniş kavramsallaştırılması arttıka diğerklerinin de arttığı bulunmuştur (Saraç ve Aynacı, 2020).

### **1.5. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı**

Sosyal medyada dış görünüş algısı, artan sosyal medya kullanımının gençler üzerindeki etkisinin araştırılması ile ortaya çıkan yeni bir kavramdır. Bu bağlamda sosyal medyada dış görünüş algısı bir kişinin sosyal medyada nasıl göründüğünü sürekli olarak düşünmesi şeklinde tanımlanabilir (Choukas-Bradley ve diğerkleri, 2020). Bu, kişinin görünüşünü düşünmesini ve bu konuda endişelenmesini, buna bağlı olarak fotoğraflarını paylaşmadan önce filtreler, fotoğraf düzenleme uygulamaları gibi araçlarla ideale uygun olarak düzenlemesini ve fotoğraf paylaştıktan sonra tekrar tekrar fotoğraflarına bakması gibi bilişsel ve davranışsal öğeleri kapsar (Choukas-Bradley ve diğerkleri, 2018; Maheux ve diğerkleri, 2022). Choukas-Bradley ve diğerkleri (2018) tarafından yaklaşık 400 niversiteli kadınla yapılan çalışmada sosyal medyada dış görünüş algısı ve (kendini nesneleştirme sonucu) bedeni gözetleme, bedeni kıyaslama, beden saygısı, sosyal medyada harcanan zaman ve depresif belirtiler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Öncelikle, araştırmaya katılan genç kadınların %92’den fazlası Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı leğindeki her maddeyi, “hiçbir zamandan” daha sık deneyimlediklerini söylemiştir. Bu bulgu, sosyal medyada dış görünüş algısının, genç kadınlar için oldukça sık deneyimlenen bir durum olduğunu göstermesi açısından dikkat çekicidir. İkinci olarak, sosyal medyada dış görünüş algısı, ölçülen bütün diğerk değişkenlerle ilişkili bulunmuştur. Bu bağlamda, sosyal medyada dış görünüş algısı ve bedeni gözetleme (kendini nesneleştirme), bedeni kıyaslama, sosyal medyada harcanan zaman ve depresif belirtiler arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler, sosyal medyada dış görünüş algısı ve beden saygısı arasında ise anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Sosyal medyada dış görünüş algısını ölçmek için geliştirilen ölçek çalışmalarında ise lise grubu gençlerle çalışılmış ve benzer şekilde, toplanan veriler ışığında bu yaş grubu için de sosyal medyada dış görünüş algısı ve kendini nesneleştirme, beden gözetimi, bedeninden utanma, bedeni

kıyaslama, yeme bozuklukları ve depresif belirtiler arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmuştur (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020).

Yukarıdaki birçok faktör ile ilişkisinin yanı sıra sosyal medyada dış görünüş algısı ile yeme bozuklukları, depresif semptomlar ve kaygı gibi psikiyatrik durumlarla da arasında ilişki bulunmuştur. 18-26 yaş arasındaki beliren yetişkinlerle yapılan başka bir çalışmada, katılımcıların sosyal medyada görünüş algısı ile görünüş kaygıları ve bilişleri, depresif semptomlar ve yeme bozukluğu arasında orta ve büyük derecede pozitif ilişki bulunmuştur (Maheux ve diğerleri, 2022). Depresif semptomlar ve yeme bozuklukları arasındaki ilişki cinsel kimlik, yaş, ırk, sosyal medyada harcanan zaman, gibi değişkenler kontrol edildiğinde de devam etmiştir. Geçtiğimiz yıl yapılan bir boylamsal çalışmada ise, 11-15 yaş arasındaki gençlerde sosyal medyada dış görünüş algısı ve depresif semptomların kişi-içi (within-person) değişimleri incelenmiştir (Maheux ve diğerleri, 2024). Çalışmada sosyal medyada dış görünüş algısı ve depresif semptomlar ilişkili bulunmuş, sosyal medyada dış görünüş algısında yaşanan değişimlerin depresif semptomları negatif yönde etkilediği görülmüştür. Ancak, incelenen model depresif semptomlardaki değişimin sosyal medyada dış görünüş algısına bir etkide bulunduğunu göstermemiştir. Aynı zamanda, sosyal medyada geçirilen zaman ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki de bulunmuştur. Benzer şekilde, sosyal medyada dış görünüş algısındaki değişimin kendini nesneleştirme tutumlarında da değişim yarattığı ve bu ilişkinin diğer yönde de var olduğu görülmüştür. Ek olarak, Türkiye'deki 15-18 yaş arası gençlerle yapılan bir çalışmada gençlerin sosyal görünüş kaygısının artması sosyal medyada dış görünüş algılarındaki artışla ilişkilendirilmiştir (Üstündağ, Kanik ve Çınar, 2024). Bu bölümde verilen bulgular ışığında, sosyal medyada dış görünüş algısının özellikle (genç) kadınların bütüncül sağlığı ve iyilik halleri açısından önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

## **1.6. Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı: İlgili Araştırmalar**

Beden değeri ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişki konu alındığında, alandaki araştırmaların çoğu beden imgesi üzerine yürütüldüğü için literatürün sosyal medyada dış görünüş algısı ile beden değeri arasındaki ilişkiyi tanımlamak için yetersiz olabileceğini bilmek önemlidir. Yapılan araştırmaları bu bağlamda değerlendirdiğimizde, nitel bir araştırmada, gençlerin güzel göründüklerini

düşünüp düşünmemeleri (beden imgesi) ile sosyal medyadaki paylaşım davranışları arasında ilişki olduğu görülmüştür (Burnette ve diğerleri, 2017). Araştırmanın katılımcılarını oluşturan ön ergen grupta, genç kadınlar kendilerini beğenmediklerini daha fazla ifade ederken, bazıları güzel gözüktüklerini düşünmedikleri ya da çirkin olduklarını düşündükleri için öz çekim fotoğraflarını paylaşmamayı seçtiklerinden bahsetmişlerdir. Geçtiğimiz yıllarda Türkiye’de 12-18 yaş arası öğrencilerle yapılan bir çalışmada, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve olumsuz beden imgesi algıları arttıkça, sosyal medyada dış görünüş algısının da artma eğiliminde olduğu görülmüştür ve yapılan analizlerde, genç kadınların (genç erkeklere kıyasla) sosyal medyada dış görünüş algısının, sosyal medya bağımlılığının ve olumsuz beden imgesi düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Çimke ve Yıldırım Gürkan, 2023). Ayrıca, çalışmada gençlerin sosyal medya bağımlılığı ve olumsuz beden imgesi düzeylerinin, sosyal medyada dış görünüş algısının güçlü bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Bunlara ek olarak, beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişki, Türkiye’de yapılan ve sosyal medyada dış görünüş algısı ölçeğini Türkçeye adapte eden bir çalışmada karşımıza çıkmaktadır (Öngören ve diğerleri, 2021). Bu araştırma sonucuna göre, üniversite öğrencilerinden alınan veriler doğrultusunda beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasında anlamlı, negatif ve orta derecede bir ilişki bulunmuştur ( $r = -.47; p < .001$ ).

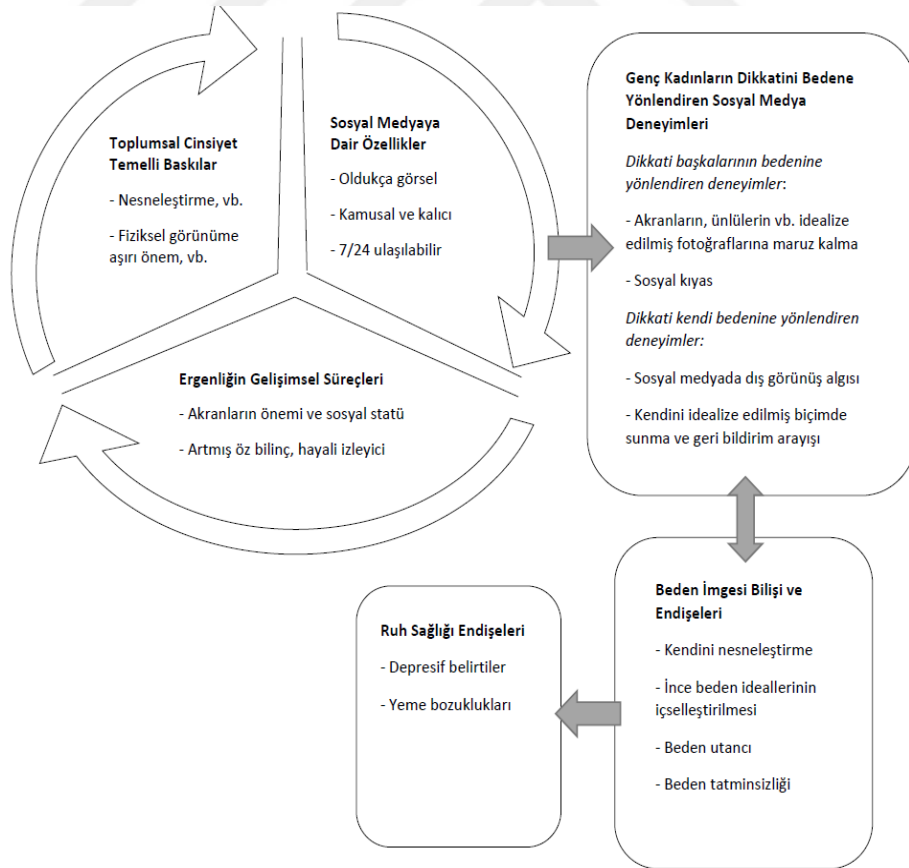
### **1.7. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Sosyal Medyada Görünüş Algısı İlgili Araştırmalar**

Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkiye bakıldığında, bu araştırma devam ettiği sırada, literatürde iki kavramı aynı örnekleme birlikte inceleyen çalışmalar bulunamamıştır. Mevcut kanıtlar, güzelliğin geniş kavramsallaştırılmasının koruyucu (beden takdirinin artması, beden kıyaslamasının düşmesi, gibi) ve sosyal medyada dış görünüş algısının ise riskle ilişkili (sosyal görünüş kaygısının, depresif semptomların artması, gibi) olduğunu göstermektedir (Behrend ve Warschburger, 2025; Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020; Maheux ve diğerleri, 2022; Tylka ve Iannantuono, 2016). Bu yüzden, iki kavram arasında negatif bir ilişki hipotezini destekleyen dolaylı bulgular sunulduğu söylenebilir.

İki kavram için literatür incelendiğinde doğrudan bir çalışma bulunamasa bile iki kavramın da çalışıldığı ortak bir teori bulunmaktadır: Kendini nesneleştirme, kadın bedenlerini cinsel nesnelere olarak kabul eden bağlamlarda, kadın ve genç kadınların fiziksel görünümü ile ilgili diğer kişilerin algılarını ve toplumdaki güzellik standartlarının içselleştirilmesini ifade eder (Fredrickson ve Roberts, 1997). Kendini nesneleştiren kadınlar beden görünüşlerinin çok önemli olduğuna inanırken güzelliklerini başkalarının gözünden değerlendirip toplumsal standartlara da uymadıklarını düşünmektedirler (Choukas-Bradley vd., 2018; Zheng vd., 2019). Sosyal medyada görünüş algısı kendini nesneleştirme bağlamında incelendiğinde, kavramsal çerçeve kısmında detaylıca bahsedildiği üzere, literatür kadınların ve genç kadınların görünüşleriyle ilgili deneyimlerinde hayali izleyici etkisine odaklanmaktadır (Choukas-Bradley vd., 2018). Kadın bedeninin toplumlarda çokça konu edildiği ve eleştirildiği göz önüne alındığında, hayali izleyiciler sosyal medya platformlarında bir gerçeğe dönüşüyor görünmektedir. Bu yüzden kadınların, tıpkı diğer sosyal ortamlarda olduğu gibi sosyal medya mecralarında da görünüşlerinden endişe duyduğu ve toplum standartlarına uygun olarak bedenleri sergileme ve bu bağlamda harekete geçme (örneğin, fotoğraflarına filtreler uygulama) eğiliminde olduğu düşünülmektedir.

Bununla birlikte yapılan bir çalışmada araştırmacılar, genç kızların çevrimiçi kişilerarası cinsel nesneleştirme ve kendini nesneleştirme arasında pozitif ilişki bulunduğunu ve bu ilişkinin güzelliği geniş kavramsallaştıran gençlerde azaldığını ortaya koymuşlardır (Lin, Li ve Jiang, 2022). Genç kadınlarla yapılan benzer bir çalışmada, çevrimiçi kişilerarası cinsel nesneleştirme ile güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sezgisel yeme arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür (Luo ve diğerleri., 2019). İncelenen yapısal eşitlik modelinde, beden değeri ve güzelliğin geniş kavramsallaştırılmasının çevrimiçi kişilerarası cinsel nesneleştirme ile sezgisel yeme arasındaki ilişkiyi yordadığı bulunmuştur. Aynı zamanda, çevrimiçi ve gerçek yaşamdaki kişilerarası nesneleştirme deneyimleri arasında farklılıklar olsa da araştırmalar her iki deneyimde de bireylerin beden görünüşlerine daha fazla önem verme eğilimlerinde artış görüldüğünü ve bu konuda yaşanan endişedeki artışla ilişkili olduğu bulunmuştur (Lin ve diğerleri., 2022; Luo ve diğerleri., 2019). Bu bulgular çerçevesinde güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasında doğrudan ve/veya dolaylı bir ilişki olabileceği düşünülmektedir.

Son yıllarda yapılan çalışmalardan bir diğ erinde “Mükemmel Fırtına” adında bir model geliştirilmiştir (Ş ekil 1.7.1, Choukas-Bradley ve diğ erleri, 2022). Bu modelin, güzelliğ in geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkiye dolaylı yoldan da olsa ış ık tutabileceğ i düşünölmektedir. Söz konusu modelde, sosyal medyanın sürekli ulaşılabilir olması, güzelliğ e çokça dayanması, sosyal medyada yer alan toplumsal cinsiyet rollerine dayalı paylaşımların (zayıf kadın bedeni idealleştirilmesi, bedenlerin nesneleştirilmesi, vb.) çoğ alması gibi sosyal medyaya dayalı özelliklerin ergenlik döneminin getirdiğ i dış görünüş hassasiyeti ile birleşmesinin; genç kadınların hem başkalarının bedenlerine (önlöler, akranlar, vb.) hem de kendi bedenlerine (sosyal medyada görünüş algısı, bedeni idealize ederek sergileme) olan ilgilerinin artmasına ve sürekli bunları algılamaya açık hale gelmelerine sebep olarak beden imgesi ile ilgili problemlere (bedeni nesneleştirme, bedeninden utanma, vb.) yol açtığ ı ve beden imgesi ile ilgili problemlerin de depresyon ve yeme bozukları gibi psikolojik problemleri beraberinde getirdiğ i öne sürölmüştür.



Ş ekil 1.7.1: ‘Mükemmel Fırtına’ Modeli (Choukas-Bradley ve diğ erleri, 2022)

Sonuç olarak, bu kısımda incelenen araştırmalar ışığında güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, sosyal medyada görünüş algısı ve beden imgesi ayrı ayrı çalışılan kavramlar olmakla birlikte üç kavramın bir arada ele alındığı ve incelendiği çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu yüzden, bu araştırmada güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişkide beden imgesi aracı rolünün incelenmesi hedeflenmektedir.



## 2. YÖNTEM

Yöntem kısmında çalışmanın amacı doğrultusunda, araştırma sorularına cevap aramak adına izlenen yol özetlenmiştir. Öncelikle araştırmanın deseni açıklanmış, ardından araştırma grubunun özelliklerine değinilmiştir. Bununla birlikte bu kısımda, veri toplama sırasında kullanılan Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği, Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği ve Beden Değeri Ölçeği-2 'ye ve veri toplama sürecine dair bilgilere de yer verilmiştir. Bu kısımda, aynı zamanda, Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Türkçeye uyarlanma süreci de yazılmıştır.

### 2.1 Araştırma Modeli

Bu araştırmada, genç kadınlarda güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırma modeli nicel olarak tasarlanmış ve araştırmada korelasyonel desen kullanılmıştır. Korelasyonel desenler iki ya da daha fazla değişken arasında ilişki olup olmadığını; ilişki varsa bu ilişkinin derecesini ve yönünü araştırmada kullanılır (Mills ve Gay, 2016). Sadece değişkenler arasındaki ilişkiyi belirttiği için korelasyonel desende değişkenler arasındaki nedenselliğe dair bilgi verebilmek mümkün değildir.

### 2.2 Araştırmanın Örnekleme

Araştırma verileri, Türkiye'deki üniversitelerde ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyelerinde eğitim gören, daha önce sosyal medya hesaplarından fotoğraf paylaşımı yapmış 18-40 yaş arasındaki kadın öğrencilerden toplanmıştır. Çevrimiçi ankete toplamda 408 kişi katılmış, bu katılımcılardan üniversitede öğrenci olmayan 45, sosyal medyada daha önce fotoğraf paylaşmamış 12 ve dikkat sorusunu yanlış yanıtlayan 22 katılımcı çalışma dışı bırakılmıştır. Böylece geriye kalan 329 kadın üniversite öğrencisi çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Örneklem seçiminde, çalışmanın temel katılım ölçütleri olan 18-40 yaş arası, sosyal medyada fotoğraf paylaşımı yapmış üniversiteli kadınlara ulaşma şansını artırmak amacıyla kolay ulaşılabilirlik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolay ulaşılabilirlik yöntemi, araştırmaya katılmaya uygun olan, ulaşılabilen kişilerden veri toplanmasını içerir (Mills ve Gay, 2016). Diğer

katılım kriterleri gönüllülük esasına göre katılmak ve Türkiye’de üniversite öğrencisi olmaktır.

Katılımcıların yaşları 18-40 arasında değişmekte olup, yaş ortalamaları 25.84’tür (medyan = 25; mod = 22) ve standart sapma 4.86’dır. Katılımcıların %56.83’ü lisans, %40.73’ü lisansüstü ve %2.44’ü ön lisans seviyesinde öğrenim görmektedir. Araştırmaya Türkiye’nin 51 ilinden öğrenciler katılmıştır. Bu iller arasında en çok katılımcı, sırasıyla, İstanbul (%38.90), Ankara (%16.41) ve İzmir’den (%5.16) gelmiştir. Aynı zamanda kadın öğrencilerin %80.55’i en çok kullandıkları sosyal medya platformu Instagram olduğunu belirtmişlerdir.

### **2.3 Veri Toplama Araçları**

Bu çalışmada katılımcılardan nicel veriler toplanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ve araştırma örnekleme dahil olup olmadıklarına ilişkin bilgiler Kişisel Bilgi Formu (Ek A) aracılığıyla toplanmıştır. Kadınların bedenlerine değer verip vermediklerini ölçmek adına Tylka ve Wood-Barcalow (2015a) tarafından geliştirilen ve Oktan ve Saylan (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan Beden Değeri Ölçeği-2 (Ek B) ve sosyal medyada görünüş algısını ölçmek için Choukas-Bradley ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilen ve Yıldırım-Kurtuluş ve diğerleri (2022) tarafından Türkçeye uyarlanan Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği (Ek C) kullanılmıştır. Kadınların güzelliği ne derecede kavramsallaştırdığını ölçebilmek için Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği (Ek D) Türkçeye uyarlanmıştır (Ek E). Bu kısımda, araştırmada kullanılan bütün ölçekler detaylı olarak açıklanmıştır.

#### **2.3.1 Kişisel Bilgi Formu**

Kişisel Bilgi Formu, katılımcıların örneklem kriterlerine uygun olup olmadıklarını öğrenmek için araştırmacı tarafından geliştirilecek olan katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, öğrenim durumları ve sosyal medya kullanımları hakkında bilgi edinmeyi amaçlayan bir formdur. Form, katılımcının cinsiyeti, yaşı, öğrenim düzeyi ve öğrenim gördükleri şehir gibi bilgileri edinmeye yönelik sorular içermektedir. Ayrıca, katılımcılara daha önce sosyal medya kullanıp kullanmadıkları, sosyal

medyada fotoğraf paylaşımı yapıp yapmadıkları ve en sık kullandıkları sosyal medya platformu da sorulmuştur.

### **2.3.2 Beden Değeri Ölçeği-2**

Araştırmada, beden değerini ölçmek için Tylka ve Wood-Barcalow (2015a) tarafından geliştirilen ve Oktan ve Saylan (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan Beden Değeri Ölçeği-2 kullanılmıştır. Ölçek, bireylerin bedenlerine yönelik tutumlarının ve bilişlerinin ne derecede olumlu olduğunu ölçmeyi amaçlayan bir kendini değerlendirme ölçeğidir (“Bedenime karşı olumlu bir tutum sergilerim”). Ölçek 10 maddeden ve tek faktörden oluşmaktadır. 5’li Likert türündedir ve “Asla” (1 puan) “Her zaman” (5 puan) arasında puanlanmaktadır ve tersten puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar 10 ile 50 arasında değişmekte olup alınan puanların yüksek olması olumlu beden değerine, düşük olması ise olumsuz beden değerine işaret eder.

Ölçeğin uyarlama aşamasında, ölçek Psikolojik Danışmanlık ve Yabancı Diller alanlarında görev alan öğretim üyeleri tarafından Türkçeye çevrilmiş ve çevrilen form tekrar İngilizceye çevrilerek tutarlığa bakılmıştır. Sonrasında ölçeğin maddelerine karar verilerek dil geçerliğini kanıtlayabilmek için pilot uygulama yapılmıştır. Kapsam geçerliği için 10 uzmanın görüşü alınmış, kapsam geçerlik indeksi bağlamında değeri düşük bulunan maddeler yenilenmiş ve ölçek son halini almıştır. Ölçeğin faktör analizlerine bakıldığında, açıklayıcı faktör analizi sonucunda, orijinal ölçekte olduğu gibi, tek boyutlu faktörlü bir yapı elde edilmiş ve bu yapının toplam varyansın %49.8’ini açıkladığı bulunmuştur (Oktan ve Saylan, 2020). Doğrulayıcı faktör analizi ise tek boyutlu modeli doğrulamıştır. Güvenirlik çalışmalarında ise iç tutarlığa bakılmış Cronbach Alfa katsayısı .90 olarak ölçülmüştür (Oktan ve Saylan, 2020). Bu araştırmada ise ölçeğin Cronbach alfa değeri .95 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin kullanım izni ilgili araştırmacıdan alınmıştır (Ek G).

### **2.3.3 Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği**

Araştırmada, sosyal medyada görünüş algısını ölçmek için Choukas-Bradley ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilen ve Yıldırım- Kurtuluş ve diğerleri (2022) tarafından Türkçeye uyarlanan Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeğinden

yararlanılmıştır. Ölçek, gençlerin sosyal medyadaki görünüşlerine dair algılarını ölçmeyi hedefleyen bir kendini değerlendirme ölçeğidir (“Birisi sosyal medyada yayınlanabilecek bir fotoğrafımı çekerse, olabildiğince çekici görünmek için belirli bir şekilde poz veririm”). Toplamda 13 maddeden oluşan ölçek tek faktörlü bir yapıya sahiptir. 7’li Likert türündedir ve “Hiçbir zaman” (1 puan) ile “Her zaman” (7 puan) arasında puanlanmaktadır, tersten puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar 7 ile 91 arasında değişmektedir. Ölçek üzerinden elde edilen puanların yüksek oluşu, gençlerin sosyal medyada görünüş algılarının yüksek olduğunu ifade eder. Bu durum, gençlerin sosyal medyada dış görünüşlerine, güzel ve alımlı olmaya dikkat ettiğini ifade etmektedir (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020; Yıldırım-Kurtuluş ve diğerleri, 2022).

Ölçeğin geçerliği ve güvenilirliğini test etmek için bazı çalışmalar yapılmıştır. Ölçeğin dil güvenilirliğini sağlamak için, Psikolojik Danışmanlık ve dil alanında yeterliği olan 5 uzman tarafından çevrilen ölçek daha sonrasında yine alan uzmanları tarafından incelenmiş ve uzman görüşleri çerçevesinde değişiklikler yapılarak Türkçe bir form oluşturulmuştur. Türkçe form tekrar ana dile çevrilmiş ve çeviri uygun bulunmuştur. Sonrasında, İngilizce dil yeterliliği olan gençlere iki farklı zamanda orijinal form ve geliştirilen Türkçe form uygulanmış ve iki form arasındaki ilişkinin .94 olduğu bulunmuştur (Yıldırım-Kurtuluş ve diğerleri, 2022). Böylece dil geçerliği sağlanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliğini test etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda var olan tek boyutlu modelin toplam varyansın %60.7 sini açıkladığı bulunmuştur (Yıldırım-Kurtuluş ve diğerleri, 2022). Doğrulayıcı faktör analizinde ise ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanabilmiştir. Ölçüt geçerliğini ölçmek adına gençlere hem Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği hem de Hart vd. (2008) tarafından geliştirilen Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği verilmiş ve iki ölçekten elde edilen puanlar istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. İki ölçek arasında .30-.69 arasında değişen, orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur (Yıldırım-Kurtuluş ve diğerleri, 2022). Güvenirlik için yapılan çalışmalara bakıldığında, Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeğinin maddelerinin ayırt ediciliğini belirlemek adına madde analizleri yapılmıştır. İç tutarlılık Cronbach Alfa ile ölçülmüş ve .92 bulunmuştur. Test-tekrar test çalışmaları sonucunda güvenilirlik ise  $r = .83$  ( $p < .001$ ) bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar kapsamında ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu söylenmiştir. Bu araştırmada ise ölçeğin Cronbach

alfa değeri .93 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin kullanım izni ölçeğin halka açık olarak erişilebilen uygulama belgesinde verilmiştir (Ek H).

### 2.3.4 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği

Araştırmada, genç kadınların güzelliği nasıl kavramsallaştırdığını ölçmek adına Türkiye uyarlanarak kullanılan Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen bir kendini değerlendirme ölçeğidir ve kadınların kadın güzelliğini geniş ölçüde, içsel ve dışsal nitelikler çerçevesinde, ne derecede tanımladığını ölçmeyi amaçlamaktadır. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği toplam 9 madde ve tek faktörden oluşan bir tutum ölçeğidir (örnek; “Bir kadının iç dünyası veya ruh güzelliği, onun fiziksel güzelliğine dair algımı değiştirebilir.”). Ölçek 7’li Likert türündedir ve “Kesinlikle Katılmıyorum” (1 puan) ile “Kesinlikle Katılıyorum” (7 puan) arasında puanlanmaktadır. 4. madde (“Bence zayıf kadınlar, diğer vücut tiplerine sahip kadınlardan daha güzeldir.”) tersten puanlanır ve katılımcıların 1-9 arasındaki maddelere verdiği yanıtların ortalaması alınır. Alınabilecek puanlar 4.5 ile 31.5 arasında değişmektedir. Yüksek puanlar kadınların güzelliği geniş kavramsallaştırdığını yani güzelliği sadece dışsal faktörlerle sınırlandırmadığını ifade ederken düşük puanlar kadınların güzelliği daha dar kavramsallaştırdığını ifade etmektedir.

Ölçek iki çalışma sonucunda geliştirilmiştir. Birinci çalışmada, ilk olarak güzelliğin geniş kavramsallaştırılması yapısını ölçeceği düşünülen 20 madde geliştirilmiştir. İkinci olarak, maddelerin kapsamı ve netliği hakkında dışarıdan uzman ve katılımcı görüşü alınarak maddeler yeniden düzenlenmiş ve geriye 16 madde kalmıştır. Üçüncü olarak, yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda, maddelerin faktör yükleri göz önüne alınarak bazı maddeler ölçekten çıkarılmış ve geriye 9 madde kalmıştır. Dördüncü olarak, iç tutarlılığa bakıldığında, iç tutarlılığın üç ayrı örneklem için Cronbach alfanın .85 ile .91 arasında değiştiği görülmektedir. Test-tekrar test ölçümlerine bakıldığında, 92 katılımcıdan 3 hafta ara ile alınan verilerde sınıf içi korelasyon katsayısı .84 olarak bulunmuş ve bu durum verilerin zaman içinde tutarlılık gösterdiği şeklinde yorumlanmıştır. İkinci çalışmada silinen 7 madde sonrasında geriye kalan 9 madde kullanılmıştır. Burada ise 258 kadından toplanan veriler kullanılarak beden imgesinin yaşam niteliğine etkisi (yakınsak geçerlik) ve bedenle ilişkili gurur (ayrıt edici geçerlik) ile ilişkilerine

bakılarak Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin ölçüt bağımlı geçerliliği ölçülmüştür. Yakınsak geçerlik incelendiğinde beden imgesinin yaşam niteliğine etkisi ile Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği arasında orta derece bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte, bedenle ilişkili gurur ve Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği arasında önemsiz bir ilişki bulunmuştur. Bu çalışma sonucunda ayrıca, iç tutarlılık ölçülmüş ve Cronbach alfa .88 bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara bakılarak ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu söylenmiştir.

#### **2.3.4.1 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Türkçeye Çevirisi ve Uyarlaması**

Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin uyarlama süreci birkaç adımdan oluşmuştur. Ölçeğin Türkçeye adapte edilmesi için ilgili ölçek sahibinden gereken izin ölçeğin orijinal formunu, yönergesini ve uygulamasını içeren belge ile birlikte alınmıştır (Ek F). Süreçte sıkça kullanılan bir yöntem olan çeviri-geri çeviri yöntemi kullanılmıştır. İlk olarak, 9 maddelik ölçek, toplumsal cinsiyet, psikolojik danışmanlık ve rehberlik ve psikoloji alanlarında çalışan ve tamamı İngilizce bilen dört araştırmacıya gönderilmiştir. Araştırmacılardan ölçeğin çevirisini yapmaları istenmiştir ve yapılan çeviriler ortak bir dosyada toplanmıştır. Her maddenin çevirileri araştırmacı ve tez danışmanı tarafından incelenmiştir ve çeviriler arasında ortak olarak görülen ve her madde için orijinal anlamı en iyi yansıtan çeviriler dikkate alınarak Türkçe ölçeğin 8 maddesi oluşturulmuştur. Yalnızca, ölçeğin beşinci maddesindeki “soul or inner spirit” çevirisinde uzmanlar kesin olmayan görüşler belirtip fikir ayrılığı yaşadıkları için bu maddenin çevirisi için ana dili İngilizce olan ve Türkçe bilen iki araştırmacıdan daha görüş alınmıştır. Alınan görüşler doğrultusunda son madde de Türkçeye çevrilerek, geri çevirinin yapılması ve ölçeğin kültürel uygunluk, içerik, ifade biçimi ve düzen açısından değerlendirilmesi için psikolojik danışmanlık alanında uzman bir akademisyene gönderilmiştir. Yapılan geri çevirinin orijinal ölçek maddeleri ile kıyaslanarak incelenmesi sonrasında ölçek son haline ulaşmıştır.

### **2.3.4.2 Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği**

Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılması için; araştırmaya gönüllü katılımcı bulmanın güçlükleri göz önüne alınarak toplanan ana veriden rastgele 110 katılımcı seçilmiş ve bu katılımcıların verileri kullanılmıştır.

#### **2.3.4.2.1 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin orijinal ve kuramsal faktör yapısının Türkiye'deki kadın üniversite öğrencileri örnekleminde korunup korunmadığını test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin tek faktörlü yapısı, Jamovi programı kullanılarak değerlendirilmiştir (The jamovi project, 2024). Bu analiz öncesinde, doğrulayıcı faktör analizi varsayımları (örneklem boyutu ve normallik) test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinin varsayım testlerine dair detaylar aşağıda yer almaktadır.

#### **2.3.4.2.2 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizinin Varsayımları**

İlk aşamada, örneklem boyutunun doğrulayıcı faktör analizi yapmaya yeterli olup olmadığını test etmek için örneklem boyutuna dair incelemeler yapılmıştır. Minimum örneklem büyüklüğüne ilişkin çeşitli görüşler bulunmaktadır. Stevens (1996, s. 72), sosyal bilim araştırmaları için, güvenilir bir sonuç elde etmek adına madde başına 15'e yakın kişi gerektiğini önermektedir. Öte yandan, Bentler ve Chou (1987) madde başına 5 kişilik bir örneklem grubunun minimum olduğunu, 10 kişilik bir grubun ise kabul edilebilir olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde Kline (2016) da 10 kişilik bir grubun sıkça kullanılan bir ölçüt olduğuna değinmiştir. Bu değerlendirmelerden yola çıkarak, 9 maddelik bir ölçek için çalışma örnekleminin yaklaşık %30'unu oluşturan 110 kişilik bir örneklemin kabul edilebilir olduğu düşünülmüştür.

Tek değişkenli normallik SPSS aracılığı ile kontrol edilmiştir. Normallikten anlamlı bir sapma olup olmadığını görmek için çarpıklık (skewness, dağılımın simetrisi) ve basıklık (kurtosis, dağılımın sivriligi) endeksleri incelenmiştir. Tablo

2.3.4.2.2.1 Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin maddeleri için ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık ve basıklık değerlerini göstermektedir. Literatürdeki veriler, çarpıklık için  $\pm 2$  arasındaki değerlerin, basıklık için ise  $\pm 7$  arasındaki değerlerin kabul edilebilir olduğunu söylemektedir (Curran, West ve Finch, 1996; West, Finch ve Curran, 1995; Kline, 2016). Bu ölçek için çarpıklık değerlerinin -2.01 ile .32 arasında, basıklık değerlerinin ise -1.20 ile 5.40 arasında değiştiği gözlenmiştir. Yukarıdaki veriler ışığında maddelerin normallik dağılımlarının kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu söylenebilir, normallik varsayımı kabul edilmiştir.

Tablo 2.3.4.2.2.1: Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği İçin Betimleyici İstatistikler: Ortalamalar, Standart Sapmalar, Çarpıklık ve Basıklık

Madde	Madde Ortalamaları	Madde Standart Sapmaları	Tek Değişkenli Çarpıklık	Tek Değişkenli Basıklık
GGKÖ_M1	6.00	1.05	-1.44	2.81
GGKÖ_M2	5.82	1.29	-1.27	1.50
GGKÖ_M3	6.05	.99	-1.87	4.90
GGKÖ_M4	4.08	1.70	.32	-1.20
GGKÖ_M5	6.08	1.09	-2.01	5.40
GGKÖ_M6	5.64	1.30	-.98	.63
GGKÖ_M7	5.94	1.16	-1.36	1.91
GGKÖ_M8	5.99	1.11	-1.44	3.06
GGKÖ_M9	6.03	1.25	-1.33	1.15

Notlar. \* $p < .001$ . GGKÖ = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği ve GGKÖ\_M = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Madde.

Tüm varsayımlar analiz edildikten sonra, Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin tek boyutlu faktör yapısının Türkiye'deki 18-40 yaş arası kadın üniversite öğrencileri arasında uygunluğunu belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

### 2.3.4.2.3 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Model Tahminleri

Doğrulamalı faktör analizinde önerilen faktör yapısının kabul edilebilir olup olmadığını belirlemek için çeşitli uyum indeksleri kullanılır. Bu bölümde, hangi uyum indekslerinin seçildiği ve bu indeksler için kabul edilebilir eşik değerler tartışılmıştır.

Çeşitli uyum indeksleri önerileri arasında Brown'un (2006) sınıflandırması, diğer araştırmacılar tarafından da en sık önerilen uyum indekslerini içerdiği için genel model uyumu değerlendirmesinde bu yaklaşım tercih edilmiştir (Boomsma, 2000; Hair ve diğerleri, 2006). Brown (2006), uyum indekslerini mutlak uyum, sıkı (parsimoni temelli) uyum ve karşılaştırmalı uyum olmak üzere üç kategoride tanımlamıştır. Genel model uyumunu değerlendirmek için mutlak uyum indekslerinden Khi-Kare (chi square -  $\chi^2$ ) ve Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (standardized root mean square residual - SRMR) kullanılmasını önermiştir. Uyum indeksleri arasında en yaygın olanı olan  $\chi^2$ , örneklem büyüklüğüne çokça duyarlı olarak kabul edilmektedir. Katılımcı sayısı arttıkça  $\chi^2$  değeri de artmakta ve bu durum sıfır hipotezin reddedilmesine yol açmaktadır. Bu nedenle,  $\chi^2$  değerinin Serbestlik Derecesine (degree of freedom - df) bölünerek düzenlenmesi fazlasıyla tavsiye edilmektedir (Kline, 2005).

Brown (2006), mutlak uyum indeksleri olarak  $\chi^2$  ve SRMR'yi kullanmıştır. "Uyumsuzluk fonksiyonu" olarak da bilinen  $\chi^2$ 'de sıfır değeri mükemmel uyumu ifade etmektedir ve küçük değerler yüksek model uyumuna işaret etmektedir.  $\chi^2$  değeri örneklem büyüklüğünden ciddi şekilde etkilenmektedir (özellikle 200'ün üzerindeki örneklemelerde). Bu nedenle düzeltme amacıyla  $\chi^2/df$  oranı kullanılır. Bu oran için araştırmacılar arasında fikir birliği olmamakla birlikte, kabul edilebilir sınırlar genellikle 3'ün altı ile 5'in altı arasında değişmektedir. Örneğin, Schumacker ve Lomax (2004)  $\chi^2/df$  değerinin 5'ten küçük olması gerektiğini savunurken; Kline (1998) ve Ullman (2001)  $\chi^2/df$  değerinin 3'ten küçük olması gerektiğini söylemiştir.

Bir diğer mutlak uyum indeksi olan SRMR gözlenen ve model tarafından öngörülen kovaryans matrisleri arasındaki farkları göstermektedir. SRMR değeri 0.00 ile 1.00 arasında değişir. Sıfır, mükemmel uyumu ifade ederken kabul edilebilir üst sınır teorik olarak belirtilmemiştir. Ancak genel olarak, .08'den küçük değerler kabul

edilebilir uyum olarak değerlendirilir (Browne ve Cudeck, 1993; Hair ve diğerleri, 2010; Hu ve Bentler, 1999).

Brown (2006), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation - RMSEA) indeksini sıkı (parsimoni temelli) uyum indeksi olarak önermiştir. RMSEA, varsayılan modelin evrene ne kadar iyi uyduğunu değerlendirir. RMSEA değeri .10'dan büyükse uyumun kötü olduğu, .05'ten büyükse uyumun iyi olduğu bilgisi kabul görmektedir. Ancak bu sınırların arasındaki değerler tartışmalıdır. Browne ve Cudeck (1993), .05 ile .10 arasındaki değerleri orta düzey uyum olarak önermiştir. Başka araştırmacılar ise .05 ile .08 arasını makul uyum aralığı olarak görmektedir (Byrne, 2001; Kline, 1998). MacCallum, Browne ve Sugawara'ya (1996) göre .08 ile .10 arası değerler orta düzey uyumu gösterir.

Karşılaştırmalı ya da artımsal uyum indeksleri (ör. Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index - CFI) ya da Tucker-Lewis İndeksi (Tucker-Lewis Index- TLI), varsayılan (önerilen) model ile sıfır (bağımsız) model arasında karşılaştırma yapar. Başka bir deyişle, CFI önerilen modelin sıfır modele göre ne kadar daha iyi olduğunu gösterir. CFI değeri 0.00 ile 1.00 arasında değişir ve 1'e yaklaştıkça uyum kalitesi artar (Brown, 2006). Hu ve Bentler (1999) CFI değerinin .95'ten büyük, Byrne (1994) .93'ten büyük ve Hair ve diğerleri (2010) .92'den büyük olması gerektiğini savunarak çeşitli eşik değerler önermektedirler.

Sık kullanılan bir diğer karşılaştırmalı indeks olan TLI, Normsuz Uyum İndeksi (Non-Normed Fit Index - NNFI) olarak da bilinir. CFI'ye benzer şekilde çalışır ve yorumlanır. 0.00 ile 1.00 arasında değişir ve 1'e yaklaştıkça uyum kabul edilebilir sayılır (Brown, 2006). Hu ve Bentler (1999), .95'i eşik olarak önerirken, Hair ve diğerleri (2010) örneklem büyüklüğü 250'nin üzerinde ve değişken sayısı 12-30 arasında ise >.92 değerini yeterli kabul eder.

Bu çalışmada model uyumuna karar vermek için seçilen kriterler şunlardır:

- RMSEA için Browne ve Cudeck'in (1993) önerileri dikkate alınmıştır:  
RMSEA < .05 → iyi/mükemmel uyum  
.05 < RMSEA < .10 → orta düzey uyum  
RMSEA > .10 → kötü uyum

- $\chi^2/df$  oranı, için Kline (1998) referans alınmıştır ve oran  $\chi^2/df < 3$  olarak kabul edilmiştir.
- CFI ve TLI için Schumacker ve Lomax (1996) referans alınmıştır ve kritik değer  $\geq .90$  olarak kabul edilmiştir.
- SRMR için ise Hu ve Bentler (1999) önerileri temel alınmıştır: SRMR  $< .08$ .

Yukarıdaki yönergeler dikkate alındığında, uyum indeksleri modelin genel değerlendirilmesi için faydalıdır; ancak modelin değerlendirilmesinde tek başına yeterli değildir. Uyum indeksleri, genel değerlendirme için bir başlangıçtır. Modelin kabul edilebilirliği, yalnızca uyum indekslerine değil, aynı zamanda parametrelerin anlamlılığı, gücü ve yorumlanabilirliğine de bağlıdır (Brown, 2006).

#### **2.3.4.2.4 Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

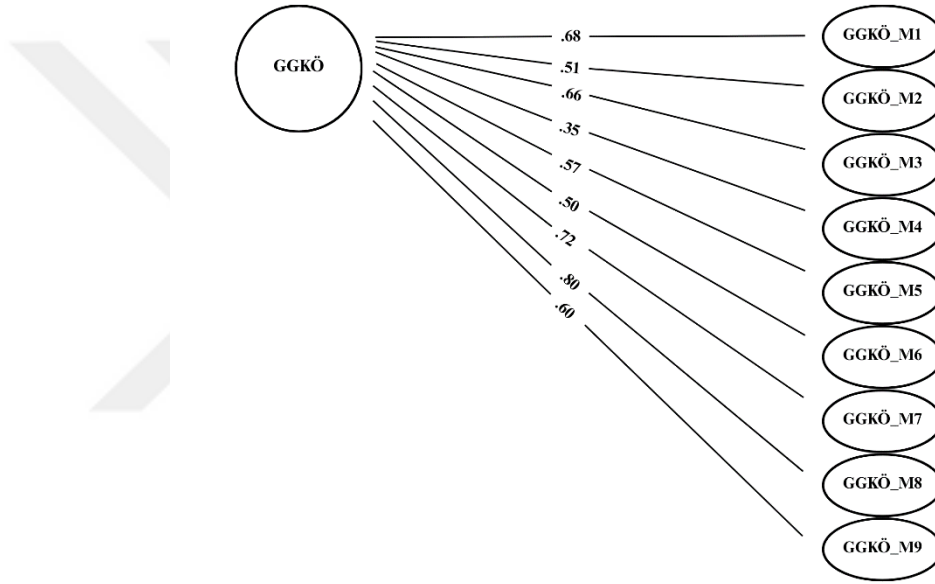
Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin tek faktörlü yapısının Türkiye’deki genç kadınlarda test edilmesi amacıyla Jamovi programı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır.

Model uyumunun  $\chi^2$  testi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur,  $\chi^2 = 52.8$  ( $N = 110$ ;  $p = .002$ ). Bu sonuç modelin veriye tam olarak uymadığını göstermektedir (Tablo 2.3.4.2.4.1). Daha önce bahsedildiği şekilde  $\chi^2$  değeri veri büyüklüğüne oldukça duyarlı olduğu için bu çalışmada model uyumu göstergelerinden biri olarak  $\chi^2/df$  oranı kullanılmıştır.  $\chi^2$  değeri 52.8 ve df değeri 27 olarak alındığında, elde edilen  $\chi^2/df$  oranı ( $\chi^2/df$ ) 1.95'tir; bu sonuç ise önerilen değer olan 3'ten oldukça düşüktür (Kline, 1998). RMSEA değeri ise .09 (%90 CI= .06–.13) bulunmuş ve orta değerde uyum sağladığı şeklinde yorumlanmıştır (Browne ve Cudeck, 1993). Analizlerde SRMR değeri .06 olarak saptanmış ve kritik maksimum değer olan .08'ten düşük olduğu görülmüştür. Son olarak, diğer bir model uyum istatistiği olan CFI değeri .87 olmuş ve kritik minimum değere çok yakın ancak önerilen kritik değer olan .90'ın altında olduğu görülmüştür. Bu noktada, Muthen ve Muthen (2007), nispeten düşük CFI ve iyi RMSEA değerleri görülmesinin nedeni olarak değişkenlerin (bu durumda maddelerin) arasındaki düşük korelasyonlardan kaynaklandığını ileri sürmektedir.

Tablo 2.3.4.2.4.1: Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum Dereceleri

	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	RMSEA	SRMR	CFI
Model	52.8	27	1.95	.09	0.06	.87

Şekil 2.3.4.2.4.1’de, Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi parametre tahminleri verilmiştir.



Şekil 2.3.4.2.4.1: Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Parametre Tahminleri

Tablo 2.3.4.2.4.2 ise Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin 9 parametresi için standardize edilmiş regresyon yüklerini,  $t$  değerlerini ve belirleme katsayısını ( $R^2$ ) sunmaktadır. Şekil 2.3.4.2.4.1 ve Tablo 2.3.4.2.4.2’de görüldüğü üzere maddelerin standardize edilmiş faktör yükleri .35 ile .80 arasında değişmektedir. Tabachnick ve Fidell (1996) genel kabul görmüş yaklaşımın faktör yükü .30 ve üzerinde olan maddelerin değerlendirmeye alınması olduğunu belirtmektedir. Buna ek olarak, .71 ve üzerindeki faktör yüklerini mükemmel, .63-.71 arasındaki faktör yüklerini çok iyi, .55-.63 arasındakilerin iyi, .45-.55 arasındaki faktör yüklerinin kabul

edilebilir ve .32-.45 arasındaki faktör yüklerini ise zayıf olarak sınıflandırılmışlardır. Bu sınıflandırmaya göre Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği maddelerinin faktör yükleri madde 4 dışında kabul edilebilir ve mükemmel arasında değişmektedir.

Tablo 2.3.4.2.4.2: Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Standardize Edilmiş Regresyon Yükleri ve Kareli Çoklu Korelasyonları

Faktör	Madde	Standardize Edilmiş Faktör Yükleri	<i>t</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>
GGKÖ	GGKÖ_M1	.68		0.47
	GGKÖ_M2	.51	7.60	0.26
	GGKÖ_M3	.66	8.92	0.43
	GGKÖ_M4	.35	4.64	0.13
	GGKÖ_M5	.57	7.37	0.33
	GGKÖ_M6	.50	7.22	0.25
	GGKÖ_M7	.72	9.93	0.52
	GGKÖ_M8	.80	10.37	0.63
	GGKÖ_M9	.60	6.46	0.36

*Not:* Bütün *t* değerleri istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p < .001$ ). GGKÖ = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği ve GGKÖ\_M = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Madde.

*R*<sup>2</sup> değeri, her bir maddedeki varyansın ne kadarının faktör tarafından açıklanabildiğini gösterir. Belirlenen kriter, her maddenin anlamlı bir *t* değeriyle birlikte en az %20 varyans açıklaması gerektiğini söyler (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008). Bu değerler, GGKÖ\_M4 (“Bence zayıf kadınlar, diğer vücut tiplerine sahip kadınlardan daha güzeldir.”) dışında (%13), %25 ile %63 arasında değişmekte olup beklenen %20’lik minimum eşik değerinin üzerindedir. Benzer şekilde 1.96’nın üzerinde olması beklenen *t* değerleri ise tüm maddelerde eşik değerinin üstündedir ve 4.64 ile 10.37 arasında değişmektedir.

Genel olarak, GGKÖ\_M4 dışındaki tüm maddelerde belirlenen kriterler karşılanmıştır. *R*<sup>2</sup> değeri beklenenden düşük olan GGKÖ\_M4 modele istatistiksel olarak katkı yaptığı; ancak, açıklayıcılığının zayıf olduğu söylenebilir. Söz konusu durumun, GGKÖ\_M4’ün ters kodlanmış bir madde olması ve negatif yönelimli ifade içermesiyle ilişkili olabileceği değerlendirilmektedir. Ölçekte yer alan diğer maddeler (örneğin, 'Bir kadının kendine ne kadar güvendiği, onun fiziksel güzelliğine dair algımı değiştirebilir.' ve 'Kadınlarda güzel bulduğum birden fazla vücut tipi vardır.') daha kapsayıcı ve çok boyutlu güzellik algılarını yansıtan ifadelerdir. Buna karşın,

GGKÖ\_M4 maddesi ('Bence zayıf kadınlar, diğer vücut tiplerine sahip kadınlardan daha güzeldir.') normatif ve tek boyutlu bir güzellik vurgusuna sahip, olumsuz yönelimli bir ifadedir. Bu kavramsal farklılık, katılımcıların maddeye verdikleri yanıtların ölçeğin genel yapısıyla tutarlılığını azaltmış ve ilgili maddenin varyansını düşürmüş olabilir. Bu nedenle GGKÖ\_M4 maddesi, faktör analizinde diğer maddelere kıyasla düşük faktör yükü göstermiştir.

İç tutarlılığı değerlendirmek amacıyla, yaygın olarak kullanılan Cronbach alfa katsayısı ( $\alpha$ ) hesaplanmıştır. Bu katsayı, maddelerin birbirleriyle ne derece ilişkili olduğunu gösterir. Nunnally'e (1978) göre, alfa katsayısı için genel olarak kabul edilen kural, .70'in üzerinde bir değer yeterli olduğudur. Bu çalışmada, Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğine ait Cronbach alfa katsayısı olarak .76 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2.3.4.2.4.3). Bu değer kritik önerilen kritik eşiğin üzerinde; ancak, alt sınıra yakındır. Bu değeri iyileştirebileceği varsayımı ile GGKÖ\_M4 ölçekten çıkarılmıştır. Ancak, Cronbach alfa katsayısı .77 olarak hesaplanmış ve değerinde önemli bir yükseliş olmamıştır. GGKÖ\_M4'ün çıkarılması ile iç tutarlık ölçümünde anlamlı bir değişim olmaması nedeniyle araştırmacı GGKÖ\_M4'ü ölçekten çıkarmamaya karar vermiştir.

Tablo 2.3.4.2.4.3: Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Ortalama, Standart Sapma ve Cronbach Alfa Değerleri

Faktör	Cronbach Alfa Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma
GGKÖ	.76	25.43	3.23

Not: GGKÖ = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği

## 2.4 Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri Türkiye'deki üniversitelerde ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyelerinde eğitim gören, daha önce sosyal medya hesaplarından fotoğraf paylaşımı yapmış 18-40 yaş arasındaki kadın öğrencilerden toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanması için ilk olarak MEF Üniversitesi Etik Kurulu'ndan etik onay alınmıştır (Ek I). Sonrasında verinin toplanabilmesi için Google Forms aracılığıyla bir anket oluşturulmuştur. Anket, çalışmaya dair bilgi veren ve katılımcıların gönüllü katılım beyanlarını almak üzere tasarlanan bilgilendirilmiş onam formu ile başlamıştır (Ek J). Bilgilendirilmiş onam formunda katılımcıların verdikleri cevapların kimse ile

paylaşılmayacağı, yalnızca araştırma verisi olarak kullanılacağı ve istedikleri takdirde araştırmaya katılmaktan vazgeçebilecekleri ifade edilmiştir. Aynı zamanda formda, araştırmanın olası faydaları (farkındalık, müdahale alanı tespiti, vb.) ve olası tetiklenme durumları hakkında da bilgi verilmiştir. Bu olası risklerden birini tecrübe etmeleri halinde öğrencilerin üniversitelerin rehberlik servislerine başvurmaları ya da yönlendirme için araştırmacı ile iletişime geçmeleri söylenmiştir. Ardından katılımcıların sırasıyla kişisel bilgi formu, Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğini, Beden Değeri Ölçeği -2'yi ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeğini yanıtlamaları istenmiştir. Katılımcılardan ad soyad ve okul ismi gibi bilgiler toplanmamış; ancak, verilerin eşleştirilebilmesi için katılımcılardan doğum aylarının ilk üç harfi ve soyadlarının son üç harfinden oluşan bir rumuz oluşturmaları istenmiştir.

Anketin hazırlandıktan sonra katılımcılara ulaşmak için kolay ulaşılabilirlik yöntemi kullanılmış ve sosyal medya platformları üzerinden gönüllü katılımcılara çağrı yapılmıştır. Bu şekilde veriler toplamda beş aylık bir süre içinde toplanmıştır. Toplanan veriler yalnızca araştırmacının ulaşabildiği dosyalarda tutulmuştur. Bu veriler araştırma bitimine kadar muhafaza edilecektir. Araştırma sonlandıktan sonra beş yıl içinde imha edilecektir.

## **2.5 Veri Analizi**

Bu çalışmanın temel amacı, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünü test etmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırma korelasyonel desende tasarlanmıştır; bağımsız değişken güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, bağımlı değişken sosyal medyada görünüş algısı ve aracı değişken beden değeri olarak belirlenmiştir. Bu değişkenler arasındaki ilişkiler, Türkiye'de üniversiteye giden ve sosyal medya hesaplarından en az bir kere fotoğraf paylaşımı yapmış 18-40 yaş arası kadın öğrenciler için test edilmiştir. Bu amaçla, temel analiz olarak aracı değişkenli modeli test etmek için IBM SPSS programına eklenen bir makro PROCESS (Hayes, 2013) yazılımı kullanılarak basit aracı değişkenli model analizi yapılmıştır. Bu aşama öncesinde, çeşitli amaçlar doğrultusunda sırasıyla birçok analiz gerçekleştirilmiştir.

İlk olarak, ham veriler üzerinde veri tarama işlemleri yapılmıştır. Veri taramanın ardından, SPSS ve Jamovi programları kullanılarak varsayım testleri (normal dağılım, doğrusallık, eş varyanslılık dağılımı, aykırı değer ve çoklu doğrusal

bağlantı) tamamlanmıştır. İkinci olarak, katılımcıların demografik özelliklerini ve sosyal medya kullanım özelliklerini tanımlamak amacıyla tanımlayıcı istatistikler (frekanslar, yüzdeler, ortalamalar, standart sapmalar vb.) SPSS kullanılarak yürütülmüştür. Üçüncü olarak, kadın üniversite öğrencileri arasında Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğine ait belirlenen faktör yapısını test etmek amacıyla, Jamovi programı aracılığı ile doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Son olarak, bağımsız değişken, bağımlı değişken ve aracı değişken arasındaki ilişkilerin incelenbilmesi adına SPSS üzerinden Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. En sonunda, temel analize geçilmiştir.

Hayes PROCESS analizinde tek aracı değişkenli Model 4 kullanılmıştır (Şekil 3.3.1). Model 4 basit aracılı modeli temsil etmektedir. Basit aracılı model en az bir bağımsız değişkenin, tek bir aracı değişken ile bağımlı değişkeni etkilediğinin tahmin edildiği önermelerde kullanılır (Hayes, 2013).

Alfa değeri araştırma sonuçların ne ölçüde araştırma kaynaklı, yani istatistiksel olarak anlamlı ve ne ölçüde rastlantısal olarak elde edildiğini belirlemede kullanılır.  $p < .05$  araştırmada %0.05'lik bir hata payı bulunduğu anlamına gelir ve araştırmacıların alfa kullandığı alfa değeri  $p = .05$ 'e eşit ya da küçük değilse araştırma sonucunda bulunan farkların araştırmadan kaynaklandığı sonucuna varamayacakları söylenmiştir (McMillan, 2016). Bu yüzden, korelasyon analizi, basit aracılı modeli analizi gibi analizlerde kullanılan alfa değeri  $p < .05$  olarak belirlenmiştir. Ayrıca, 10000 bootstrap örnekleme yöntemi de kullanılmıştır.

### 3. BULGULAR

Bu kısımda çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular özetlenmiştir. Öncelikli olarak normal dağılım, doğrusallık, eş varyanslılık dağılımı aykırı değer ve çoklu doğrusal bağlantı varsayımları için analizler yapılmıştır. Sonrasında, çalışma değişkenleri arasındaki iki değişkenli korelasyonlara yer verilmiştir. Son olarak, araştırma sorularına cevap aramak ve araştırmanın hipotezlerini test etmek için geliştirilen modeldeki doğrudan ve dolaylı ilişkiler incelenmiştir.

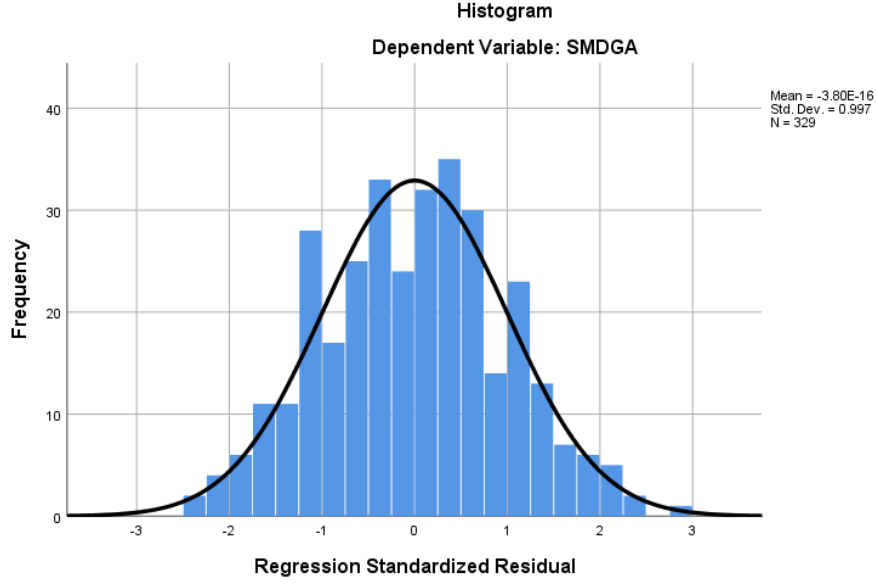
#### 3.1. Basit Aracılık Değişken Analizi Varsayımlarının Test Edilmesi

Bu bölümde basit aracı değişken analizinin normallik, doğrusallık, eş varyanslılık, aykırı değerler ve çoklu doğrusal bağlantı varsayımlarının test sonuçlarına yer verilmiştir.

##### 3.1.1. Normallik Varsayımı

Verilerin normallik varsayımı tek değişkenli ve çok değişkenli olarak incelenmiştir. Tek değişkenli normallik için SPSS ve çok değişkenli normallik için Zhang ve Yuan (2018) tarafından geliştirilen WebPower kullanılmıştır.

Öncelikle araştırmanın üç değişkeni için Şekil 3.1.1.1’de gösterilen histogram elde edilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı bir histograma bakarak incelendiğinde, verilerin normal dağılması için histogram grafiğinin simetrik olması beklenir (Kline, 2005). Ayrıca, grafiğin çan eğrisi şeklinde olması bu varsayımın karşılanması için önemli kabul edilen ölçütlerden biridir (George ve Mallery, 2010). Şekil 3.1.1.1’deki histograma bakıldığında grafiğin beklenen çan eğrisi şeklini aldığı görülmektedir. Bu şekilde normallik varsayımının karşılandığı söylenebilir.



Şekil 3.1.1.1: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenleri İçin Veri Dağılımını Gösteren Histogram

Histografa ek olarak, tek değişkenli normalliğini değerlendirmek için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması, beden değeri ve sosyal medyada dış görünüş algısına dair basıklık ve çarpıklık değerleri Tablo 3.1.1.1’de verilmiştir. Tablo 3.1.1.1 bu değişkenler için ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık ve basıklık değerlerini göstermektedir. Tabloda gösterildiği gibi, değerler çarpıklık için  $-0.97$  ile  $0.05$  arasında ve basıklık için  $-0.42$  ile  $2.06$  arasında değişmektedir. Normal dağılıma sahip olan verilerde çarpıklık ve basıklık değerlerinin genel olarak  $-1.5$  ile  $+1.5$  arasında olması kabul edilebilirdir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Mevcut çarpıklık ve basıklık değerleri bu açıdan ele alındığında maksimum basıklık değeri dışındaki bütün değerler normal bir dağılıma işaret etmektedir. Ancak, çarpıklık ve basıklık için belirtilen eşik değerler yalnızca  $-1.5$  ile  $+1.5$  ile sınırlı değildir. Kline (2005) özellikle çok değişkenli modellerde ancak 3’ten büyük olan herhangi bir çarpıklık değerinin “aşırı” çarpıklığa işaret ettiğini söylerken, basıklık değerleri için bu “aşırı” değeri 10 olarak belirler. Dolayısıyla,  $2.06$  olan basıklık değeri kabul edilebilir olarak yorumlanmaktadır. Ek olarak, Hayes PROCESS analizleri parametrik analizlerde olduğu gibi normal dağılım varsayımına dayanmaz; çünkü bu makro, tahminlerde bootstrapping yöntemini kullanmaktadır (Hayes, 2018). Dolayısıyla, verinin normal dağılım varsayımını karşılamaması, PROCESS analizlerinde istatistiksel olarak bir sorun teşkil etmez.

Tablo 3.1.1.1: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenleri İçin Betimleyici İstatistikler: Ortalamalar, Standart Sapmalar, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

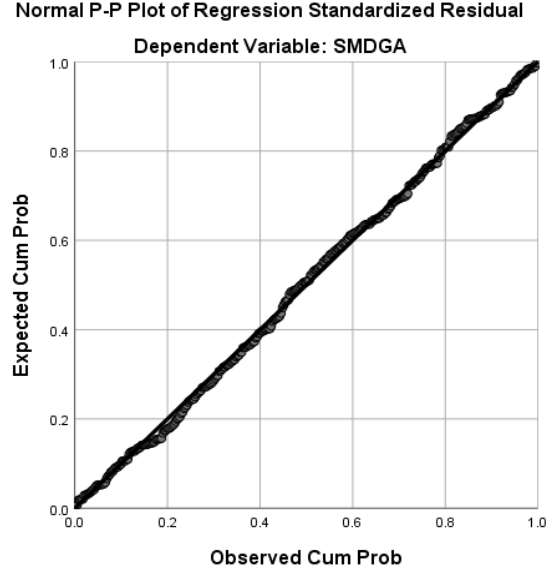
Değişken	Ortalamalar	Standart Sapmalar	Tek Değişkenli Çarpıklık	Tek Değişkenli Basıklık
GGK	51.62	.86	.05	-.42
Beden Değeri	36.75	.46	-.55	.46
SMDGA	51.11	.33	-.97	2.06
Çok değişkenli			1.55*	17.08*

Notlar. \* $p < .001$ . GGK = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve SMDGA = Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı.

Diğer yandan, çok değişkenli normallik ve çok değişkenli basıklık Mardia'nın (1970) katsayısı ile test edilmiştir. Araştırmacılar, 3 ve 10'dan büyük bir Mardia katsayısı sırasıyla küçük ve ciddi bir normal dışılığı işaret ettiğini söylemektedir (Bentler, 1990; Kline 2005; Ullman, 2006). Mevcut veri setinde, Mardia'nın katsayısı 17.08'dir; bu da normallikten bir sapma olduğu anlamına gelmektedir. Ancak, yukarıda bahsedildiği gibi Hayes PROCESS analizleri normal dağılım varsayımına dayanmaz ve verinin normal dağılım varsayımını karşılamaması, PROCESS analizlerinde istatistiksel olarak bir soruna neden olmamaktadır (Hayes, 2018).

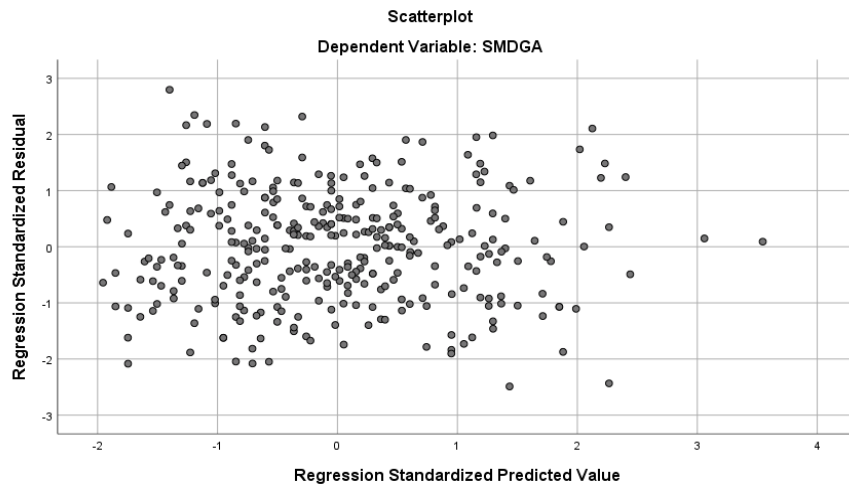
### 3.1.2. Doğrusallık ve Eş Varyanslılık Varsayımları

Değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu söyleyen doğrusallık varsayımı doğrusallık diyagramı kullanılarak incelenmiştir (Kline, 2005). Şekil 3.1.2.1'deki doğrusallık diyagramı incelendiğinde, oluşan doğrusal çizginin de işaret ettiği gibi değişkenler arasında doğrusal ilişkiler olduğu gözlemlenmiştir; bu da doğrusallık varsayımının karşılandığı anlamına gelmektedir.



Şekil 3.1.2.1: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenlerini İçin Doğrusallık Diyagramı

Bağımlı değişkenin; bağımsız değişkenler ile ilişkisini tanımlayan regresyon çizgisi boyunca varyansın eşit olarak dağıldığını söyleyen eş varyanslılık varsayımı ise dağılım grafiği kullanılarak incelenmiştir (Kline, 2005). Şekil 3.1.2.2’de görüldüğü gibi varyansların beklenen dikdörtgen gibi dağıldığı gözlemlenmiştir; bu da doğrusallık ve eş varyanslılık dağılımı varsayımların karşılandığı anlamına gelmektedir.



Şekil 3.1.2.2: Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Değişkenlerini İçin Saçılım Diyagramı

### 3.1.3. Aykırı Değerler Varsayımı

Aykırı değerlerin incelenmesi için Cook Uzaklığı değeri hesaplanmıştır. Cook uzaklığı, regresyon analizinde gözlemlerin modelin tahminlerinden ne derece saporak tüm modelin sonuçlarını ne ölçüde etkilediğini gösterir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tabachnick ve Fidell (2013) bu değerin 1'den küçük olması gerektiğini söylemiştir. Bu araştırma için maksimum Cook Uzaklığı .07 olarak hesaplanmış ve model tahminlerinde önemli bir sapma olmadığı görülmüştür. Aykırı değerler varsayımı karşılanmıştır.

### 3.1.4. Çoklu Doğrusal Bağlantı

Çoklu bağlantı, değişkenler arasında kabul edilemeyecek derecede yüksek korelasyonlar bulunması durumu olarak tanımlanır. Bu model için çoklu doğrusal bağlantı varsayımı tek değişkenli ve çok değişkenli düzeyde test edilmiştir. Tek değişkenli çoklu bağlantı, değişkenler arası korelasyonlar taranarak incelenmiştir. Stevens (2002),  $r \geq .80$  değerini sınır olarak önerirken; Tabachnick ve Fidell (2007) bu sınırın  $r \geq .90$  olabileceğini vurgulamıştır. Değişkenlerin korelasyon matrisi incelendiğinde değişkenler arası ikili korelasyonların bu kritik eşikleri aşmadığını göstermiştir (en yüksek  $r = -.22$ ).

Çok değişkenli çoklu bağlantı testi için varyans büyüklük faktörü (variance inflation factor - VIF) ve tolerans değerleri gibi çoklu bağlantı tespit ölçütleri kullanılmıştır. Mevcut modelin VIF değeri 1.020 olup, yaygın olarak kabul edilen sınır olan 5'in oldukça altındadır. Pallant (2020) tolerans değerlerinin .10'dan büyük olması gerektiğini söylemiştir. Bu modelde tolerans değeri .98'dir. Bütün bulgular göz önüne alındığında çoklu doğrusal bağlantı varsayımı karşılanmıştır.

## 3.2. Değişkenler Arasındaki İki Değişkenli Korelasyonlar

Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek adına bağımsız değişkene (güzelliğin geniş kavramsallaştırılması), aracı değişkene (beden değeri) ve bağımlı değişkene (sosyal medyada dış görünüş algısı) dair kişi tutumlarını ölçmek için kullanılan ölçeklerden elde edilen toplam puanlar, ölçek puanlarının ortalamaları,

standart sapmaları ve ölçekten elde edilen minimum ve maksimum değerler hesaplanmıştır. Bu değerlere Tablo 3.2.1’de yer verilmiştir.

Tablo 3.2.1: Araştırma Değişkenleri Arası Korelasyon Değerleri, Ölçeklerden Elde Edilen Toplam Puanlar, Puan Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Minimum ve Maksimum Değerler

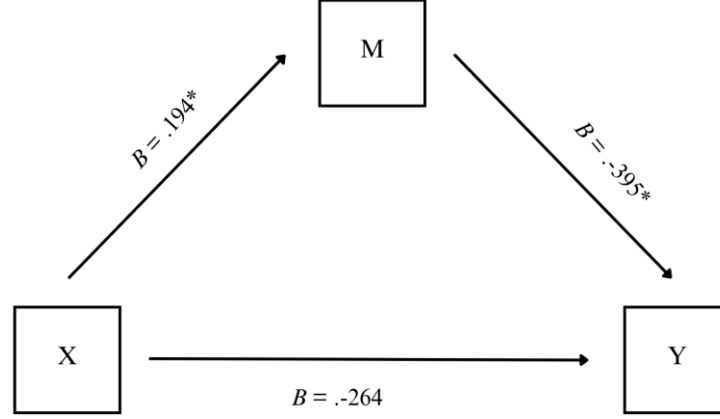
	Değişkenler	1	2	3
1	GGK	1		
2	Beden Değeri	.14*	1	
3	SMDGA	-.13*	-.22**	1
	Ortalama	25.81	36.75	51.11
	Standart Sapma	2.95	8.28	15.52
	Min-Max	12.50-31.50	11-50	13-91
	Cronbach Alpha	.71	.95	.93

Notlar: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ . GGK = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması; SMDGA = Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı; Min-Max = Minimum - Maksimum Değerler.

Diğer yandan, değişkenler arası korelasyonlar da hesaplanmıştır. Değişkenler arasındaki bağlantının ne kadar güçlü olduğunu tespit etme konusunda farklı araştırmacılar farklı görüşler belirtmişlerdir. Bu araştırmacıardan Cohen (1988),  $r = .10$ -.29 veya  $r = (-.10)$ - $(-.29)$  arasındaki değerlerin zayıf,  $r = .30$ -.49 veya  $r = (-.30)$ - $(-.49)$  arasındaki değerlerin orta ve  $r = .50$  - 1.0 veya  $r = (-.50)$ - $(-1.0)$  arasındaki değerleri ise güçlü korelasyona işaret ettiğini söylemiştir.

Yukarıdaki bilgiler ışığında Tablo 3.2.1’de yer alan sonuçlara göre güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında anlamlı, pozitif ve zayıf bir ilişki bulunmuştur ( $r = .14$ ,  $p < .05$ ). Bu, kadınların güzelliği geniş kavramsallaştırdıkça bedenlerine verdikleri değerlerin artma eğilimi gösterdiği anlamına gelmektedir. Beden değeri ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında ise anlamlı, negatif ve zayıf bir ilişki bulunmuştur ( $r = -.22$ ,  $p < .01$ ). Bu ilişki, beden değeri artan kadınların sosyal medyada dış görünüş algısının azalma eğiliminde olduğuna işaret eder. Son olarak, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında anlamlı, negatif ve zayıf bir ilişki bulunmuştur ( $r = -.13$ ,  $p < .05$ ). Bu bulgu, güzelliği daha geniş kavramsallaştıran kadınların sosyal medyada daha az dış görünüş algısı yaşama eğiliminde olduğunu gösterir.

### 3.3. Üniversiteli Genç Kadınlarda Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması, Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısına Dair İlişkiler



Notlar: \*  $p = .05$ , X = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması; Y = Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı; M = Beden Değeri.

Şekil 3.3.1: Basit Aracı Değişkenli Modelinin İstatistiksel Diyagramı

Şekil 3.3.1’te gösterilen aracı değişken analizinin sonuçlarına göre, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ile beden değeri arasında ve beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasında anlamlı ilişkiler bulunmuşken, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tablo 3.3.1: Bağımlı, Bağımsız ve Aracı Değişkenler Arasındaki Doğrudan Etkilere Dair Bootstrap ve Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcılar	Model 1 (Sonuç Değişkeni = Beden Değeri)			Model 2 (Sonuç Değişkeni = SMDGA)		
	B	LLCI	ULCI	B	LLCI	ULCI
GGK	<b>.194</b>	.043	.345	-.264	-.545	.017
Beden Değeri				<b>-.395</b>	-.595	-.195

Notlar: Model 1:  $R^2 = .019$ ,  $F(1, 327) = 6.384$ ,  $p < .05$ ; Model 2:  $R^2 = .060$ ,  $F(2, 326) = 10.449$ ,  $p < .001$ . GGK = Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması; SMDGA = Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı.

Tablo 3.3.1’teki doğrudan etkilere dair yapılan analiz sonuçlarına bakıldığında, kadınların güzelliği geniş kavramsallaştırmasının beden değerini yordadığı Model 1’in

anlamli olduğu grlmŖtir,  $R^2 = .019$ ,  $F(1, 327) = 6.384$ ,  $p < .05$ . Güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması beden değerini anlamli ve pozitif olarak yordamaktadır. Bu Ŗekilde, araŖtırmanın ikinci hipotezi (“Güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması ve beden değeri arasında pozitif bir iliŖki vardır.”) dođrulanmıŖtır. Bu modele bakıldığında, güzelliği daha geniŖ kavramsallaŖtıran genç kadınların beden değerlerinde olumlu Ŗekilde artma eğilimi olduğu söylenebilir.

Benzer Ŗekilde, güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması ve beden değerinin, sosyal medyada dıŖ grnŖ algısını yordadığı Model 2 genel olarak anlamli bulunmuŖtur,  $R^2 = .060$ ,  $F(2, 326) = 10.449$ ,  $p < .001$ . Öte yandan, tabloda ve Ŗekil 3.3.1’de görüleceği üzere güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması, sosyal medyada dıŖ grnŖ algısını doğrudan yordamamaktadır,  $B = -.264$ ,  $t(327) = -1.850$ ,  $p > .05$ . Bu yzden, araŖtırmanın birinci hipotezi (“Güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması ve sosyal medyada dıŖ grnŖ algısı arasında negatif bir iliŖki vardır.”) dođrulanmamıŖtır. Model 2’nin diğer deđiŖkeni olan beden değeri ele alındığında bu deđiŖkenin sosyal medyada dıŖ grnŖ algısını yordadığı grlmŖtir. Beden değerini, sosyal medyada dıŖ grnŖ algısını anlamli ve negatif olarak yordamaktadır,  $B = -.395$ ,  $t(327) = -3.884$ ,  $p < .001$ . AraŖtırmanın nc hipotezi (“Beden değerini ile sosyal medyada dıŖ grnŖ algısı arasında negatif bir iliŖki vardır.”) dođrulanmıŖtır. Genç kadınların beden değerindeki artıŖın, sosyal medyada dıŖ grnŖ odaklı algı düzeylerinde azalmayla iliŖkili olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3.2: Bağımlı ve Bağımsız DeđiŖken Arasındaki Dolaylı Etkilere Dair Bootstrap Analizi Bulguları

Yol		$\beta$	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
GGK →	Beden Değerini → Sosyal Medyada DıŖ GrnŖ Algısı	<b>-.077</b>	.041	-.168	-.011

Notlar: LLCI = %95 güven aralığı alt sınır, ULCI = %95 güven aralığı üst sınır, bootstrap örneklem büyüklüğü = 10000. GGK = Güzelliğin GeniŖ KavramsallaŖtırılması.

Tablo 3.3.2’te gösterilen bulgulara bakıldığında güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması ve sosyal medyada dıŖ grnŖ algısı arasındaki iliŖkide beden değerinin aracı rolünün anlamli olduğu görülmektedir,  $\beta = -.077$ , %95 CI (-.168; -.011). AraŖtırmanın dördüncü hipotezi (“Güzelliğin geniŖ kavramsallaŖtırılması ve sosyal medyada dıŖ grnŖ algısı arasındaki iliŖkide beden değerini aracı rol oynar.”)

doğrulanmıştır. Elde edilen bulgular, genç kadınların güzelliği daha kapsayıcı biçimde kavramsallaştırmalarının beden değerleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu ve böylece, sosyal medyada dış görünüş odaklı algı düzeyleriyle negatif yönde bir ilişkisi olabileceğini göstermektedir.



## SONUÇ

Bu araştırmada üniversiteli genç kadınlarda güzelliğın geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği Türkçeye uyarlanmıştır. Sonuç kısmı toplamda dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğine dair bulgular tartışılmıştır. İkinci bölümde, araştırma bulguları araştırma hipotezleri bağlamında değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde, araştırmanın sınırlılıklarına yer verilmiş ve son bölümde, uygulama ve araştırmaya yönelik öneriler sunulmuştur.

### **Türkçe Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği**

Tylka ve Iannantuono (2016) tarafından geliştirilen Güzelliğın Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amacı doğrultusunda ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Önceki araştırmacıların işaret ettiği üzere, madde başı 10 kişilik bir örneklem havuzu yeterli bulunmuş ve 110 kişilik pilot bir veri havuzu oluşturulmuştur. Sonrasında, doğrulayıcı faktör analizi varsayımları test edilmiş ve bütün varsayımlar doğrulanmıştır. Ardından, Jamovi kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve uyum indeksleri eşik değerleri dikkate alındığında modelin uyumlu olduğu görülmüştür (Browne ve Cudeck, 1993; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 1998; Schumacker ve Lomax, 1996). Ölçeğin iç tutarlığını ölçmek için, Cronbach alfa katsayısına bakılmış ve sonuç .76 bulunmuştur. Nunnally (1978) .70'in üzerindeki değerlerin tamamının kabul edilebilir olduğunu söylemiştir. Bu bakımdan, ölçek kabul edilebilir bir iç tutarlığa sahiptir.

Yapılan madde analizlerine bakıldığında neredeyse tüm maddelerin faktör yüklerinin, belirleme katsayılarının ( $R^2$ ) ve  $t$  değerlerinin beklenen aralıklarda olduğu görülmüştür. Yalnızca, tersten kodlanan dördüncü maddenin faktör yükü beklenenden düşük bulunmuştur ( $R^2 = 0.13$ ). Ölçeğin dördüncü maddesi diğer maddelerden farklı olarak tektipleştirici bir güzellik algısını yansıtan, negatif bir ifadedir. Bu yüzden, katılımcıların maddeye verdikleri yanıtların ölçeğin genel yapısıyla tutarlılığını azalttığı ve bu maddenin varyansında düşüşe neden olduğu düşünölmektedir. Bu madde ölçekten çıkarıldığında, ölçeğin uyum indekslerinde bir iyileşme

gözlemlenmemiştir. Ek olarak, bu madde çıkarıldığında ölçeğin Cronbach alfa katsayısı yalnızca .01 artmaktadır. Bu bilgiler göz önüne alındığında, dördüncü maddenin ölçekte çıkarılmasının ölçeğe önemli bir katkı sunmayacağı düşünülerek ölçek dokuz maddeli olarak bırakılmıştır. Sonuç olarak, Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği pratik ve uygulaması kolay bir ölçektir. Yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda ölçeğin Türkiye'deki kadınların güzelliği ne düzeyde kavramsallaştırdıklarını ölçebileceği görülmüştür. Öte yandan, Vurkun, Behrend ve Akçabozan-Kayabol (2025) tarafından da eş zamanlı olarak Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin uyarlanma çalışması yapılmıştır. Vurkun ve diğerleri (2025), her ne kadar bu çalışmadakine benzer bir örneklem ile (örneklem; 18-35 yaş arası üniversiteli ya da üniversite mezunu kadınlar olarak belirlenmiştir) çalışmış olsalar da iki araştırmada farklı sonuçlar elde edilmiştir. Vurkun ve diğerleri (2025) yaptıkları çalışma sonucu ölçeğin orijinal yapısından farklı olarak iki faktörlü bir yapı elde etmiş ve ölçekteki üç maddeyi düşük faktör yükleri nedeniyle ölçekten çıkarmışlardır. Dolayısıyla, bu çalışmanın örneklemindeki ve bulgularındaki farklılık (halen üniversiteye giden kadınlarla çalışılması, ölçeğin tek faktörlü yapısı, madde bütünlüğünün korunması) literatürde yeni alanlar açabilecek bir zenginlik yaratmaktadır.

## **Hipotezler**

### **Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Arasındaki İlişkiye Dair Sonuçlar**

Öncelikle, araştırmanın ilk hipotezi “Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında negatif bir ilişki vardır.” test edilmiştir. Bunun için iki değişken arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunması beklenmiştir. Korelasyon analizine bakıldığında, iki değişken arasında küçük fakat anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu görülmüştür ( $r = -.13, p < .05$ ). Dolayısıyla, birinci hipotez doğrulanmıştır. Öte yandan, aracı değişken analizinde beden değeri de analize eklendiğinde ve iki değişken arasındaki doğrudan ilişki incelendiğinde anlamlı bir sonuç bulunamamıştır. Fakat, dördüncü hipotezde kurgulandığı üzere iki değişken arasında beden değerinin aracı rolü anlamlı çıkmıştır. Bu bulgular, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında (ham ölçümlere göre) negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu; ancak, bu ilişkinin büyük ölçüde beden

değeri aracılığı ile gerçekleştirdiğini göstermektedir. Diğer bir deyişle bu durum, güzelliğin geniş kavramsallaştırılmasının sosyal medyada dış görünüş algısı üzerindeki etkisinin aslen beden değeri aracılığı ile ortaya çıktığına işaret etmektedir.

Var olan bilgiye göre, güncel araştırmalarda, iki değişken arasındaki ilişki doğrudan araştırılmamıştır. Ancak, mevcut araştırmalar güzelliğin geniş kavramsallaştırılmasının öz-şefkat gibi olumlu yapılarla pozitif, kilo karşıtı tutumlar, çevrimiçi nesneleştirme gibi olumsuz yapılarla negatif ilişkide olduğunu göstermiştir (Behrend ve Warschburger, 2025; Luo ve diğerleri, 2019; Tylka ve Iannantuono, 2016). Sosyal medyada dış görünüş algısına bakıldığında ise bu değişkenin bedeni gözetleme ve depresif belirtiler gibi olumsuz durumlarla pozitif, beden saygısı gibi olumlu bir tutumlarla ise negatif olarak ilişkili bulunmuştur. Bu araştırma çıktıları ışığında güzelliğin geniş kavramsallaştırılmasının koruyucu ve sosyal medyada dış görünüş algısının ise risk faktörü olduğu, bu yüzden iki değişken arasında negatif bir ilişki olabileceği düşünülmüştür (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020; Maheux ve diğerleri, 2022). Bu yüzden, iki değişken arasındaki ilişkiye dair mevcut bulgu, güncel araştırmalar bağlamında değerlendirildiğinde anlamlı olabilecek niteliktedir.

Ek olarak, iki değişken arasındaki ilişkinin büyük oranda dolaylı etkiler/aracı bir değişken üzerinden kuruluyor olması kendini nesneleştirme ve mükemmel fırtına teorisi bağlamında tartışılmıştır. Bu bulgu kendini nesneleştirme kuramı çerçevesinde incelendiğinde toplumun belirlediği güzellik tanımına kıyasla güzelliği daha geniş kavramsallaştıran kadınların, bu geniş güzellik tanımını içselleştirmeleri yolu ile fiziksel ya da sosyal bir ortamda görünüşlerine dair endişelerinin azalma eğilimde olacağı söylenebilir. Benzer şekilde, bu bulguyu mükemmel fırtına teorisi üzerinden incelediğimizde sosyal medyadaki toplumsal cinsiyet rollerine dayalı paylaşımlara maruz kalan genç kadınların, kendi beden görünüşlerine dair ilgilerinin artmasına ve devamlı olarak ideal bedenleri ya da kendi bedenlerini algılamaya açık hale gelmeleri yolu ile sosyal medyadaki dış görünüşlerine dair de endişe duyabileceklerini söylemek mümkündür. Dolayısıyla, bu kuramların da iki değişken arasındaki ilişkinin, başka bir değişken aracılığı ile kurulma ihtimalinden bahsettiği görülmektedir.

## **Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Beden Değeri Arasındaki İlişkiye Dair Sonuçlar**

İkinci olarak, “Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında pozitif bir ilişki vardır.” hipotezi test edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan analizler sonucunda, iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki korelasyonel analiz için  $r = .14$  ( $p < .05$ ) ve aracı değişkenli model analizi için  $B = .19$  ( $p < .05$ ) olarak bulunmuştur. Dolayısıyla, araştırmanın ikinci hipotezi doğrulanmıştır. Bu bulgu, güzelliği yalnızca dış görünüşe dayalı olarak kavramsallaştırmayan genç kadınların bedenlerine verdikleri değerlerin artma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Bu sonuç, aynı zamanda, var olan literatür ile uyumludur. Örneğin, Luo ve diğerleri (2019) 11-15 yaş arasındaki genç kadınlarla yaptıkları çalışmada güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Benzer şekilde, Almanya’da yaklaşık 1400 kadınla yapılan bir başka çalışmada da güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve beden değeri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür (Behrend ve Warschburger, 2025). Diğer bir çalışmada ise, Instagram’da pozitif beden içeriklerine maruz kalan genç kadınların güzelliğe olan bakış açılarının genişleyerek, beden değerlerinin artma eğiliminde olduğu görülmüştür (Rousseau, 2024). Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular da önceki araştırmalardan elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Bu da güzelliği kavramsallaştırma kapsamının, kadınların bedenleri ile kurdukları ilişkide önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Benzer şekilde, genç kadınların güzelliği kavramsallaştırma kapsamını etkileyen diğer bileşenlerin de (örneğin, sosyal medyada maruz kalınan içerikler) kadınların iyi oluşları açısından önemine dikkat çekmektedir.

## **Beden Değeri ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Arasındaki İlişkiye Dair Sonuçlar**

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan “Beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasında negatif bir ilişki vardır.” da test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, iki değişken arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişkinin korelasyonel analiz için  $r = -.22$  ( $p < .01$ ) ve aracı değişkenli model analizi için  $B = .40$  ( $p < .05$ ) olarak bulunmuştur. Bu şekilde, araştırmanın üçüncü hipotezi de doğrulanmıştır. Üçüncü hipotez ile elde edilen bu bulgu, beden değeri yüksek olan

genç kadınların, sosyal medyada dış görünüş ile ilgili kaygılar yaşama eğilimlerinin azaldığını göstermektedir. Bu sonucun, beden imgesi ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkiye odaklanan mevcut literatür verileri ile tutarlı olduğu görülmüştür. Örneğin, Türkiye’deki üniversite öğrencileri ile yapılan bir çalışmada beden değeri ile sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Paralel olarak, 12-18 yaş arasındaki Türkiye’den katılımcılarla yapılan bir çalışmada, katılımcıların olumsuz beden imgesi algıları arttıkça, sosyal medyada dış görünüş algısının da artma eğiliminde olduğu görülmüştür (Çimke ve Yıldırım Gürkan, 2023). Bu noktada, mevcut araştırmalardan elde edilen bulguların, araştırma sonucunda elde edilen bu bulgu ile uyumlu olduğu söylenebilir. Bu çıktıların tamamı, aynı zamanda, genç kadınların bedenlerine verdikleri değerin, sosyal medyada yaşadıkları görünüş endişeleri ve buna bağlı olarak fotoğraf paylaşım tutumları bağlamında önemli olduğunu göstermektedir. Bu da beden değeri düşük olan genç kadınların sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafları ideale uygun biçimde düzenleme eğilimlerinin ve bu fotoğraflar hakkında diğer genç kadınlara kıyasla daha fazla endişelenme eğilimlerinin artabileceği anlamına gelmektedir. Burada, genç kadınların yaşadıkları endişelerin kaynağını ve bu endişeleri etkileyen faktörleri iyi tanımlamak, genç kadınlara sunulacak psikososyal destek hizmetlerinin doğru hedefler çerçevesinde verilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

### **Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Arasındaki İlişkide Beden Değeri Aracı Rolüne Dair Sonuçlar**

Araştırmanın dördüncü hipotezi olan “Güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değeri aracı rol oynar.” test edilmiştir. Bu hipotez bağlamında, güzelliği geniş kavramsallaştıran kadınların beden değerlerinin daha yüksek olması ve buna bağlı olarak, sosyal medyada dış görünüş algılarının daha düşük olması beklenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide, beden değerinin aracı rolü anlamlı bulunmuştur. Birinci ve dördüncü hipotezdeki bulgular, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkinin büyük ölçüde beden değeri aracılığı ile dolaylı bir biçimde kurulduğunu göstermiştir. Bu şekilde, araştırmanın dördüncü hipotezi doğrulanmıştır.

Bu bulgular kavramsal çerçeve bağlamında ele alındığında, özellikle de kadın bedeninin nesneleştirildiği toplumlarda yaşayan genç kadınların, toplumsal cinsiyet rolleri ile eşgüdümlü şekilde üretilen ideal görünüm beklentilerine maruz kaldığı söylenebilir. Bu beklentilere maruz kalan genç kadınların güzelliği toplumun ürettiği ideal görünüm beklentileri çerçevesinde tanımlayarak daha dar kalıplara sığdırması ve aynı zamanda, bu tanımları içselleştirerek kendi bedenlerine verdikleri değerler daha düşük olması beklenebilir. Örneğin, toplumdaki ideal beklentilere göre “güzel” olmayan bir kadın, o beklentileri karşılayabilmek adına şok diyetler ve aşırı egzersizler yapabilir ya da daha “çekici” görünmek için estetik ameliyatlara başvurabilir. Bu yüzden, kendi bedenine sevgi ve saygı göstermeyerek, bedeninin gerçek ihtiyaçlarını yeterince karşılamayabilir. Beden değerleri daha düşük olan genç kadınların ise hem bedenlerine karşı daha olumsuz bir tutum sergileyerek hem de sosyal medya gibi günümüzde kamusal bir alan haline gelmiş mecralarda da bedenlerinin toplumun ideal görünüm beklentileriyle uyumlu olup olmadığını sıkça kontrol etme ihtiyacı duyarak sosyal medyada dış görünüş algılarının yüksek olacağı söylenebilir. Bu tartışmalara dayanarak, ayrıca, beden değerinin, genç kadınların sosyal medyadaki olumsuz deneyimlerini ve bu deneyimlere eşlik etme potansiyeli olan kimi psikolojik sorunları iyileştirmek adına önemli bir yapı olduğunu söylemek mümkündür. Beden değerine dair yapılacak araştırmalar ve geliştirilecek müdahaleler önemli değişimler yaratma potansiyeline sahiptir.

Sonuç olarak, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkinin doğrudan çalışıldığı ve bu ilişkide beden değerinin aracı rolünün incelendiği bilinen ilk çalışma olması nedeniyle, bu araştırmanın literatüre özgün ve önemli bir katkı sağladığı düşünülmektedir. Ele alınması önemli olan noktalardan biri bu çalışmanın kadınlar için anlamlı çıkmasının bir tesadüf olmayışıdır. Kadınların ve egemen olmayan erkeklerin hayatını olumsuz biçimde etkilemeye devam eden toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentileri ile paralel biçimde şekillenen günlük yaşam ve güzellik tanımları sonucunda kadın bedeni cinsel bir obje olarak görülmeye devam etmektedir. Kadınlar da bedenleri ile olan ilişkilerini bu objeyi içselleştirerek düzenlemektedirler. Bu durumdan çeşitli şekillerde etkilenen genç kadınların ise buna bağlı birçok sorunla baş etmek zorunda bırakıldığı bilinmektedir. Bu araştırma, bu sorunlardan bazılarının çözüm arama motivasyonu ile yola çıkmıştır. Dolayısıyla, bu sorunların çözümüne birer kapı aralama umudunu da

taşınmaktadır. Ayrıca, araştırmanın dört hipotezini test etmek adına yapılan analizler ve bu analiz bulgularının incelenmesi ile elde edilen çıktılar genç kadınların güzelliği kavramsallaştırma biçimleri ve sosyal medyadaki görünüşleriyle ilgili yaşadıkları endişeler arasındaki ilişkiyi daha iyi bir şekilde açıklamak için beden değerinin önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir. Bu yüzden, sonraki bölümde ileriki uygulama ve araştırmalara dair önerilere yer verilmiştir. Ayrıca, araştırmanın sınırlılıkları da tartışılmıştır.

### **Çalışmanın Sınırlılıkları**

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları vardır. Bu sınırlılıklarından ilki örneklem grubu ile ilgilidir. Katılımcıların demografik istatistiklerine bakıldığında çoğunlukla büyük şehirlerde okuyan üniversiteli genç kadınlar oldukları görülmektedir. Bu durum, araştırma örnekleminin demografik açıdan çeşitliliği sağlayamadığına işaret etmektedir. Verilerin çoğunluğunun büyük şehirlerde yaşayan üniversiteli kadınlardan toplanmış olması araştırma bulgularının kırsal kesimlerde yaşayan ve/veya üniversite altı eğitim alan kadınları kapsamadığını göstermektedir.

Araştırmanın diğer sınırlılıkları örnekleme ve ölçme yöntemleri ile ilgilidir. Bu araştırmada, yeterli sayıda katılımcıya ulaşabilmek adına kolay ulaşılabilirlik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, sadece gönüllü olan katılımcılara ulaşıldığı için bu katılımcıların konuya olan ilgilerinin daha yüksek olabileceği göz önünde bulundurulduğunda sonuçlar taraflı olabileceği, araştırma sonuçlarının genellenmesi açısından dikkate alınmalıdır (McMillan, 2016; Mills ve Gay, 2016). Ayrıca, araştırma verilerinin çevrimiçi anketle toplanması da internete erişimi olmayan genç kadınlara ulaşamadığına işaret etmektedir. Bunlarla bağlantılı olarak, diğer bir sınırlılık da öz değerlendirme ölçeklerinin kullanılmış olmasıdır. Araştırmada kendilerine dair bireysel bir ölçüm yapıldığını düşünen kimi katılımcılar araştırmacının beğenisine ya da beklentisine uyacağını düşündükleri, gerçek tutumlarını yansıtmayan cevapları vermiş olabilirler. Ya da cevapları rastgele işaretleme eğiliminde olabilirler. Ancak, bu sınırlılığın etkisini azaltmak için ölçek sorularının arasına kontrol sorusu eklenerek, kontrol sorusunu yanlış işaretleyen katılımcılar araştırmadan çıkarılmıştır.

Araştırmanın diğer bir sınırlılığı araştırma deseni ile ilgilidir. Bu araştırmada, nicel bir yöntem olan korelasyonel desen kullanılmıştır. Korelasyonel desenler iki ya da daha fazla değişken arasında ilişki olup olmadığını araştırmada kullanılır (Mills ve Gay, 2016). Dolayısıyla, korelasyonel desende değişkenler arasındaki nedenselliğe dair bilgi verilememektedir. Diğer bir deyişle, değişkenlerin hangisinin diğeri üzerinde değişikliğe sebep olduğu bilinmemektedir. Bu yüzden, söz konusu değişkenlerle ileride yapılacak çalışmalarda boylamsal ya da deneysel desenler kullanılması değişkenler arasındaki nedenselliği açıklamada öncü olabilir.

Son sınırlılık, özellikle de güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı değişkenleri ile ilgili yapılan çalışmaların azlığıdır. Literatürde nispeten yeni yer alan bu iki değişkenin birlikte araştırılmamış olması aralarındaki ilişkinin tanımı ve sınırlarını netleştirmeyi ve teorik öngörülerde bulunmayı güçleştirmekte ve mevcut çalışmanın sonuçlarının literatür ile kıyaslanmasını zorlaştırmaktadır.

## **Uygulamaya ve Araştırmaya Yönelik Öneriler**

### **Uygulamaya Yönelik Öneriler**

Bu çalışma sonucunda, güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rol oynadığı görülmüştür. Bu bulgu, güzelliği daha geniş kavramsallaştıran kadınların beden değerlerinin daha yüksek olabileceğini ve bu sayede sosyal medyadaki görünüşleri ile ilgili endişe düzeylerinin daha düşük olacağını göstermektedir. Bu araştırmanın bulguları, genç kadınlarla çalışan eğitimciler ve ruh sağlığı çalışanları için önemli bilgiler vermektedir.

Yapılabilecek uygulamalar öncelikle araştırmanın değişkenlerine dair bulguları ele alabilir. İlk olarak, sosyal medyadaki dış görünüş endişeleri ile depresyon, yeme bozuklukları gibi kimi psikolojik problemler arasındaki ilişkiler göz önüne alındığında genç kadınlarla çalışan ruh sağlığı uzmanlarının genç kadınların yalnızca fiziksel ortamlardaki yaşantılarına değil sosyal medya platformlarındaki deneyimlerine de odaklanması önemlidir (Choukas-Bradley ve diğerleri, 2018; Choukas-Bradley ve diğerleri, 2020; Maheux ve diğerleri, 2022; Maheux ve diğerleri,

2024). Bu bağlamda, ruh sağlığı danışanları ile yapılacak seans içi uygulamalar ya da geniş kitlelerde yapılacak tarama çalışmaları geliştirilebilir.

İkinci olarak, yukarıda belirtilen dış görünüş endişesi ve kimi psikolojik problemleri önlemek adına müdahaleler yapılabilir. Örneğin, genç kadınların güzelliği tanımlama kapsamlarını genişletmek adına projeler ve önleyici programlar geliştirilebilir. Zira, Rousseau (2024) tarafından yapılan bir çalışmada olumlu beden içeriklerine maruz kalan kadınların güzelliği tanımlama kapsamlarının genişleyerek bedenlerine verdikleri değerin arttığı görülmüştür. Bu yüzden, genç kadınlara güzelliğin farklı tanımlarının mümkün olduğunu göstermek önemlidir. Benzer şekilde, çalışmanın bulgularına göre beden değeri güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasında bir tampon görevi görmektedir. Yani, genç kadınların beden değerlerine müdahale etmek (beden değerlerini arttırmaya yönelik destekleyici çalışmalar geliştirmek gibi) psikolojik problemleri önleyici olma potansiyeline sahiptir. Örneğin, Homan ve Tylka (2015) yaptıkları araştırmada öz-şefkatın beden değerini koruyucu bir rol oynadığını bulmuşlardır. Bu bağlamda, yerel ruh sağlığı merkezlerinde ya da üniversitelerin rehberlik merkezlerinde yapılabilecek beden değeri ve öz-şefkat çalışmalarının yaygınlaştırılması, beden değerinde olumlu gelişmelere neden olabilir.

Yapılabilecek diğer uygulamalar, güzellik algısının toplumsal etmenlerle şekillenmesi üzerine odaklanabilir. Bunun için, genç kadınların güzellik algılarının toplumsal beklentilerden etkilendiğini ve bu çerçevede gelişmeye eğilimli olduğunu fark etmek önemlidir. Bu bağlamda, ruh sağlığı müdahalelerinde genç kadınların bedenleri konusunda diğer kadın ve erkeklerden farklı tecrübelere/zorlanmalara sahip olabileceğini bilmek, bu tecrübelerde toplumun payını fark edebilmek ve müdahaleleri bu bakış açısı ile geliştirmek mümkündür. Örneğin, üniversitelerde toplumsal cinsiyet rollerine ve bu rollerle gelen beklentilere dair eleştirel ders içerikleri, etkinlikler ve/veya programlar geliştirilebilir. Ek olarak, üniversite rehberlik merkezlerinde yapılabilecek grup çalışmalarında genç kadınların kendilerini ifade edebilecekleri bir alan bulmaları ve ortak deneyimlerini paylaşmaları bir bilinç yükseltme imkanını da ortaya çıkarabilir.

Sonuç olarak, araştırma bulguları toplumsal düzlemde ele alındığında genç kadınlarla çalışan eğitimcilere ve ruh sağlığı uzmanlarına, araştırma değişkenleri

çerçevesinde önleyici, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında ise eleştirel ve açıklayıcı müdahaleler geliştirmeleri önerilmektedir. Bu yaklaşımların geliştirilmesinin ve uygulanmasının genç kadınların bütüncül ruh sağlığına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

### **Araştırmaya Yönelik Öneriler**

Bu çalışmada, bulgular üniversiteli genç kadınlardan toplandığı için ileride genç erkeklerle ve genç LGBTİ+'larla yapılacak çalışmaların da özellikle gençlerle çalışan ruh sağlığı uzmanları adına, farklı bir önleyici müdahale alanı açabileceği düşünülmektedir. Bu sayede, mevcut toplumsal düzen içerisinde genç LGBTİ+'ların ve erkeklerin bedenleriyle olan deneyimlerinin ve cinsiyete ve cinsel yönelime bağlı değişkenlerin de anlaşılması mümkün olabilir.

Araştırma bulgularının genellenebilirliğini güçlendirmek adına, bu çalışmanın genç olan/olmayan, kırsal kesimde yaşayan ve/veya üniversite altı eğitim düzeylerindeki kadınlarla yapılması da önemlidir. Benzer şekilde, bu değişkenlerin ele alındığı ileri bir çalışmada, rastgele örnek yöntemi ile katılımcılara ulaşmak örneklem yönteminde oluşabilecek herhangi bir sınırlılığı en aza indirecektir. Araştırma bulgularına dair değerlendirmeleri desteklemek adına ise bu değişkenler Türkiye'de yapılacak çalışmalarda ayrı ayrı ve birlikte, farklı değişkenlerle birlikte araştırılmalıdır.

Diğer bir öneri, gençlerin sosyal mecralardaki deneyimlerine daha derinlemesine odaklanmak olacaktır. Sosyal medya yıldan yıla hayatımızın daha önemli bir parçası haline gelmektedir. Bu yüzden, kişilerin bedenleriyle olan ilişkilerini etkileyebilecek ve bundan etkilenebilecek bir mecradır. Örneğin, literatür taraması bölümünde daha detaylı anlatılan bir çalışmada özellikle görünüş odaklı sosyal medya ile beden değeri arasında daha güçlü ve negatif bir etkisi olduğu bulunmuştur (Saiphoo ve Vahedi, 2019). Bu çalışmada da katılımcılarının %80'den fazlasının görünüş odaklı bir sosyal medya mecrası olan Instagram'ı kullandıkları göz önüne alındığında gençlerin sosyal medya kullanımı üzerine daha fazla araştırma yapılmasının elzem olduğu görülmektedir. Özellikle de gençler için bir sosyalleşme ve bedeni sergileme alanı olan sosyal medyanın Türkiye'deki gençlerin bedenleriyle olan ilişkilerini nasıl etkilediği ve gençlerin sosyal medyadaki görünüşlerine dair

tutumların bu ilişkiden nasıl etkilendiği araştırılabilir. Örneğin, sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların içeriğinin ya da bu fotoğraflara gelen yorumların bu çalışmadaki değişkenlere nasıl etki ettiği incelenebilir. Böylece, sosyal medya okuryazarlığı alanına da yeni bir bakış açısı getirilebilir.



## KAYNAKÇA

- Andrew, R., Tiggemann, M. ve Clark, L. (2015). Predictors of intuitive eating in adolescent girls. *Journal of Adolescent Health*, 56, 209–214. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.09.005>
- Aktaş, G. (2013). Feminist söylemler bağlamında kadın kimliği: Erkek egemen bir toplumda kadın olmak. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30(1). <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/605702>
- Arroyo, A., Segrin, C. ve Harwood, J. (2014). Appearance-related communication mediates the link between self-objectification and health and well-being outcomes. *Human Communication Research*, 40(4), 463-482.
- Avalos, L. C., Tylka, T. L. ve Wood-Barcalow, N. (2005). The body appreciation scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, 2, 285–297. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002>
- Bailey, K. A., Gammage, K. L., van Ingen, C. ve Ditor, D. S. (2015). “It’s all about acceptance”: A qualitative study exploring a model of positive body image for people with spinal cord injury. *Body Image*, 15, 24–34. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.010>
- Behrend, N., ve Warschburger, P. (2025). Broad conceptualizations of beauty: Scale validation and longitudinal associations with appearance comparison, body appreciation, and body image concerns in women from Germany. *Body Image*, 53, 101898. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2025.101898>
- Belton, S. (2019). *Body appreciation, self-esteem, and social media engagement* (Yayımlanmamış doktora tezi). Liberty Üniversitesi, Davranış Bilimleri Enstitüsü, Lynchburg, VA, ABD.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychology Bulletin*, 107, 256–259.
- Bentler, P. M. ve Chou, C. P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78–117. <https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>
- Berger, J. (2016). *Görme biçimleri* (21. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Boomsma, A. (2000). Reporting analyses of covariance structures. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 7, 461–483.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Spring Street, NY: The Guilford Press.
- Browne, M. W. ve Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. K. A. Bollen ve J. S. Long (Ed.), *Testing structural equation models* içinde (ss. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.

- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A. ve Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23 (114-125). <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>
- Butler, J. (1986). Variations on sex and gender: Beauvoir. *Yale French Studies*, 72, 35-49. <https://www.jstor.org/stable/2930225>
- Butler, J. (2020). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. *Feminist theory reader* içinde (ss. 353-361). Routledge.
- Byrne, B. M. (1994). *Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cash, T. F. (2000). *The multidimensional body-self relations questionnaire*. Unpublished test manual, 2, 1-12.
- Cash, T. F., Phillips, K. A., Santos, M. T. ve Hrabosky, J. I. (2004). Measuring "negative body image": validation of the Body Image Disturbance Questionnaire in a nonclinical population. *Body image*, 1(4), 363-372.
- Cataldo, I., Lepri, B., Neoh, M. J. Y. ve Esposito, G. (2021). Social media usage and development of psychiatric disorders in childhood and adolescence: A review. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 1332-1347. <https://dx.doi.org/10.3389/fpsy.2020.508595>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L. ve Galla, B. M. (2020). The appearance-related social media consciousness scale: Development and validation with adolescents. *Body Image*, 33, 164-174. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.017>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L. ve Higgins, M. K. (2018). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 473-481. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000196Cohen>
- Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A.J. ve Nesi, J. (2022). The perfect storm: A developmental-sociocultural framework for the role of social media in adolescent girls' body image concerns and mental health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25, 681- 701. <https://doi.org/10.1007/s10567-022-00404-5>
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x>

- Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. baskı). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Curran, P. J., West, S. G. ve Finch, J. F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1(1), 16–29.
- Çimke, S. ve Yıldırım Gürkan, D. (2023). Factors affecting body image perception, social media addiction, and social media consciousness regarding physical appearance in adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 73, 197–203. <https://doi-org.ezproxy.mef.edu.tr/10.1016/j.pedn.2023.09.010>
- de Lenne, O., Vanhoffelen, G. ve Vandenbosch, L. (2022). # BeautyInspo: Unraveling the relationships between nonidealized content on different media platforms, inspiration, and a broad conceptualization of beauty. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(8), 481–488.
- de Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P. ve Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, 39, 276–292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
- de Vries, D. A. ve Peter, J. (2013). Women on display: The effect of portraying the self online on women’s self-objectification. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1483–1489. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.015>
- Deveci, A. N., Toplu Demirtaş, E. ve Bulgan, G. (2025). Body appreciation matters: The associations between self-compassion, body appreciation, and disordered eating behaviors among heterosexual and LGBi+ emerging adults in Türkiye. *Psychological Reports*, 332941251365879. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/00332941251365879>
- Dökmen, Z. Y. (2015). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Fales, M. R., Frederick, D. A., Garcia, J. R., Gildersleeve, K. A., Haselton, M. G. ve Fisher, H. E. (2016). Mating markets and bargaining hands: Mate preferences for attractiveness and resources in two national US studies. *Personality and Individual Differences*, 88, 78–87.
- Fredrickson, B. L. ve Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Frisén, A. ve Holmqvist, K. (2010). What characterizes early adolescents with a positive body image? A qualitative investigation of Swedish girls and boys. *Body Image*, 7, 205–212. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.04.001>

- Gallup, G. G., Jr. ve Frederick, D. A. (2010). The science of sex appeal: An evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 14(3), 240–250. <https://doi.org/10.1037/a0020451>
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple study guide and reference* (10. baskı). Pearson Education.
- Grabe, S., Hyde, J. S. ve Lindberg, S. M. (2007). Body objectification and depression in adolescents: The role of gender, shame, and rumination. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 164–175.
- Grabe, S. ve Jackson, B. (2009). Self-objectification and depressive symptoms: Does their association vary among Asian American and White American men and women?. *Body Image*, 6(2), 141-144.
- 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. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7. baskı). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6. baskı). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Halliwell, E. (2013). The impact of thin idealized media images on body satisfaction: Does body appreciation protect women from negative effects? *Body Image*, 10, 509–514. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.004>
- Haskan-Avcı, Ö. (2021a). Erkeklik çalışmaları. Haskan-Avcı, Ö (Ed.), *Toplumsal cinsiyet, psikolojik danışma ve rehberlikte güncel konular* içinde (ss. 1-73). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Haskan-Avcı, Ö. (2021b). Toplumsal cinsiyet, tanım ve temel kavramlar. Haskan-Avcı, Ö (Ed.), *Toplumsal cinsiyet, psikolojik danışma ve rehberlikte güncel konular* içinde (ss. 1-73). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression based approach*. The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2. baskı). New York, NY: The Guilford Press.
- Heflick, N. A. ve Goldenberg, J. L. (2014). Seeing eye to body: The literal objectification of women. *Current Directions in Psychological Science*, 23(3), 225–229. <https://doi.org/10.1177/0963721414531599>

- Holmqvist, K. ve Frisén, A. (2012). "I bet they aren't that perfect in reality": Appearance ideals viewed from the perspective of adolescents with a positive body image. *Body Image*, 9, 388–395. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.03.007>
- Homan, K. J. ve Tylka, T. L. (2015). Self-compassion moderates body comparison and appearance self-worth's inverse relationships with body appreciation. *Body Image*, 15, 1–7. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.007>
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6, 53–60.
- Hu, L. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *İmge*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>. (Son Erişim Tarihi: 5 Eylül, 2025)
- Jarman, H. K., McLean, S. A., Griffiths, S., Teague, S. J., Rodgers, R. F., Paxton, S. J., Austen, E., Harris, E., Steward, T., Shatte, A. B., Khanh-Dao Le, L., Anwar, T., Mihalopoulos, C., Parker, A. G., Yager, Z. ve Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Critical measurement issues in the assessment of social media influence on body image. *Body Image*, 40, 225–236. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.007>
- Kemp, S. (2024a, 31 Ocak). *Digital 2024: Global overview report - DataReportal – global digital insights*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Kemp, S. (2024b, 23 Şubat). *Digital 2024: Turkey - DataReportal – global digital insights*.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2. baskı). New York: The Guilford Press.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4. baskı). The Guilford Press.
- Lenhart, A. (2015, 9 Nisan). Mobile access shifts social media use and other online activities. *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/mobile-access-shifts-social-media-use-and-other-online-activities/#fn-13249-4>. (Son Erişim Tarihi: 19 Haziran, 2025)

- Lin, S., Li, L. ve Jiang, L. (2022). Online interpersonal sexual objectification experiences and teenage girls' self-objectification: The role of broad conceptualization of beauty. *Behavioral Sciences*, 12(7), 210. <https://doi.org/10.3390/bs12070210>
- Luo, Y., Niu, G. F., Kong, F. C. ve Chen, H. (2019). Online interpersonal sexual objectification experiences and Chinese adolescent girls' intuitive eating: The role of broad conceptualization of beauty and body appreciation. *Eating Behaviors*, 33(55–60). <https://doi-org.ezproxy.mef.edu.tr/10.1016/j.eatbeh.2019.03.004>
- MacCallum, R. C., Browne, M. W. ve Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130–149. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.2.130>
- Maheux, A. J., Laurenceau, J. P., Roberts, S. R., Nesi, J., Widman, L. ve Choukas-Bradley, S. (2024). Longitudinal change in appearance-related social media consciousness and depressive symptoms: A within-person analysis during early-to-middle adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 53(10), 2287–2299.
- Maheux, A. J., Roberts, S. R., Nesi, J., Widman, L. ve Choukas-Bradley, S. (2022). Psychometric properties and factor structure of the appearance-related social media consciousness scale among emerging adults. *Body Image*, 43, 63–74. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.08.002>
- Mardia, K. V. (1970). Measures of multivariate skewness and kurtosis with applications. *Biometrika*, 57, 519–530.
- McLeod, S. (2018). Erik Erikson's stages of psychosocial development. *Simply Psychology*, 3(2), 1–3. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.15241647>
- McMillan, J. H. (2016). *Fundamentals of educational research* (7. Baskı). Pearson.
- Menzel, J. E. ve Levine, M. P. (2011). Embodying experiences and the promotion of positive body image: The example of competitive athletics. R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn ve J. K. Thompson (Ed.), *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions* içinde (ss. 163–186). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12304-008>
- Mills, G. E. ve Gay, L. R. (2016). *Educational research: Competencies for analysis and applications* (11. baskı). Pearson.
- Mills, J. S., Minister, C. ve Samson, L. (2022). Enriching sociocultural perspectives on the effects of idealized body norms: Integrating shame, positive body image, and self-compassion. *Frontiers in Psychology*, 13, 983534.
- Moradi, B. ve Huang, Y. P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32(4), 377–398. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>

- Moradi, B., Dirks, D. ve Matteson, A. V. (2005). Roles of sexual objectification experiences and internalization of standards of beauty in eating disorder symptomatology: A test and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 52(3), 420–428. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.3.420>
- Mulgrew, K. E. ve Hennes, S. M. (2015). The effect of functionality- and aesthetic-focused images on Australian women's body satisfaction. *Sex Roles*, 72(3), 127–139.
- Muthen, L. K. ve Muthen, B. O. (2007). *MPlus user's guide* (5th ed.). Los Angeles, CA: Muthen & Muthen.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2. baskı). McGraw-Hill.
- Oktan, V. ve Saylan, E. (2020). Beden değeri ölçeği-2'nin (BDÖ-2) Türkçe adaptasyonu: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 94–103. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.631242>
- Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ., Bayar, B. ve Bayar, K. (2021). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Karya Journal of Health Science*, 2(2), 33–38.
- Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. Routledge.
- 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). <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Roberts, T.-A., Calogero, R. M. ve Gervais, S. J. (2018). Objectification theory: Continuing contributions to feminist psychology. C. B. Travis, J. W. White, A. Rutherford, W. S. Williams, S. L. Cook ve K. F. Wyche (Ed.), *APA handbook of the psychology of women: History, theory, and battlegrounds* içinde (ss. 249–271). American Psychological Association.
- Rousseau, A. (2024). Body-positive Instagram exposure and young women's body image: The mediating role of appearance comparison and broadly conceptualizing beauty. *Health Communication*, 39(8), 1520–1531. <https://doi.org/10.1080/10410236.2023.2222460>
- Saardchom, N. ve Lemaire, J. (2005). Causes of increasing ages at marriage: An international regression study. *Marriage & Family Review*, 37(3), 73–97.
- Saiphoo, A. N. ve Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275.
- Saraç, E. ve Aynacı, G. (2020). Üniversitelerdeki genç kızlarda güzelliğin algılanması; Türkiye'de güzelliğin geniş kavramsallaştırılması. *OPUS International*

- Saylan, E. ve Soyyiğit, V. (2023). Self-objectification and subjective well-being: A serial mediation analysis on the role of social appearance anxiety and body image. *Journal of Evidence-Based Psychotherapies*, 23(2), 119–136.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2. baskı). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Stevens, J. (1996). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (3. baskı). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Stevens, J. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (4. baskı). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Strelan, P. ve Hargreaves, D. (2005). Reasons for exercise and body esteem: Men's responses to self-objectification. *Sex Roles*, 53, 495–503.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3. baskı). New York: Harper Collins.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5. baskı). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson.
- The jamovi project. (2024). *jamovi* (Version 2.6) [Computer software]. <https://www.jamovi.org>
- Tylka, T. L. ve Iannantuono, A. C. (2016). Perceiving beauty in all women: Psychometric evaluation of the broad conceptualization of beauty scale. *Body Image*, 17, 67–81. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.005>
- Tylka, T. L. ve Wood-Barcalow, N. L. (2015a). The body appreciation scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, 12, 53–67. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>
- Tylka, T. L. ve Wood-Barcalow, N. L. (2015b). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition [Special series]. *Body Image*, 14, 118–129. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- Ullman, J. B. (2001). Structural equation modeling. B. G. Tabachnick ve L. S. Fidell (Eds.), *Using multivariate statistics* içinde (4. baskı, ss. 653–771). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

- Ullman, J. B. (2006). Structural equation modeling: Reviewing the basics and moving forward. *Journal of Personality Assessment*, 87(1), 35–50. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8701\\_03](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8701_03)
- Üstündağ, A., Kanik, R. ve Çınar, Y. R. (2024). The effect of Turkish adolescents' social appearance anxiety on their appearance-related social media consciousness: A cross-sectional descriptive study. *Journal of Pediatric Nursing*, 79, e141–e147. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2024.10.010>
- Vandenbosch, L. ve Eggermont, S. (2016). The interrelated roles of mass media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept: A longitudinal study. *Communication Research*, 43(8), 1116–1140.
- Vurkun, B., Behrend, N. ve Akçabozan-Kayabol, N. B. (2025). Psychometric properties of the turkish version of the broad conceptualization of beauty scale. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 15(78), 624-641. <https://doi.org/10.17066/tpdrd.1532311>
- West, S. G., Finch, J. F. ve Curran, P. J. (1995). Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies. R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* içinde (ss. 56–75). Los Angeles: Sage.
- Williamson, G. ve Karazsia, B. T. (2018). The effect of functionality-focused and appearance-focused images of models of mixed body sizes on women's state-oriented body appreciation. *Body Image*, 24, 95–101.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L. ve Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I like my body”: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7(2), 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>
- Yıldırım-Kurtuluş, H., Kalay-Usta, T. ve Kurtuluş, E. (2022). Ergenlerde sosyal medyada görünüş algısı ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 9, 545–563. <https://doi.org/10.30900/kafkasegt.974005>
- Zhang, Z. ve Yuan, K.-H. (2018). *Practical statistical power analysis using Webpower and R*. Granger, IN: ISDSA Press. <https://webpower.psychstat.org>
- Zheng, D., Ni, X. ve Luo, Y. (2019). Selfie posting on social networking sites and female adolescents' self-objectification: The moderating role of imaginary audience ideation. *Sex Roles*, 80(5–6), 325–331. <http://dx.doi.org/10.1007/s11199-018-0937-1>

## EKLER

### A. Kişisel Bilgi Formu

1. Lütfen kendinize doğum ayınızın ilk üç harfi ve soyadınızın son üç harfinden oluşan bir rumuz oluşturun (Örneğin; doğum ayınız ocak, soyadınız Çelik ise rumuzunuz OCALİK olacaktır.)

2. Yaşınız:

3. Cinsiyetinizi nasıl tanımlıyorsunuz:

Seçenekler: Kadın/Erkek/Cinsiyetimi ikili tanımlamıyorum

4. Öğrenim durumunuz (Lütfen devam ettiğiniz/mevcut dereceyi yazın).

Seçenekler: Lise, lise mezunu, lisans, lisans mezunu, yüksek lisans, yüksek lisans mezunu, doktora, doktora mezunu, diğer.

5. Öğrenim gördüğünüz il?

Seçenekler: İstanbul, diğer.

6. Sosyal medya hesabınız var mı?

Seçenekler: Var/Yok

7. Daha önce hiç sosyal medya hesaplarınızdan fotoğraf paylaştınız mı?

Seçenekler: Evet paylaştım/ Hayır paylaşmadım

8. En çok hangi sosyal medya platformunu kullanıyorsunuz?

Seçenekler: Instagram, X (Twitter), YouTube, Facebook, LinkedIn, Snapchat, WhatsApp, Telegram.

## B. Beden Değeri leği-2

	Aşağıdaki anlatımlarla ilgili olarak size en uygun seçeneği işaretleyiniz.	Asla	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1	Bedenime sayęı duyarım.	1	2	3	4	5
2	Bedenim hakkında iyi hissederim.					
3	Bedenimin en azından bazı iyi nitelikleri olduğunu düşünürüm.					
4	Bedenime karşı olumlu bir tutum sergilerim.					
5	Bedenimin ihtiyaçlarına zen gösteririm.					
6	Bedenime hayranım.					
7	Bedenimin farklı ve eşsiz özelliklerine değer veririm.					
8	Davranışlarım bedenime karşı olan olumlu tutumlarımı belli eder; örneğin başımı dik tutar ve gülümserim.					
9	Bedenimden memnunum.					
10	çekici insanların (rneğin, modeller, aktrisler/aktörler) medyadaki görüntülerinden farklı olsam bile güzel olduğumu hissederim.					

\*lekte ters madde yoktur.

\*Tek boyutludur.

### C. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği

Aşağıdaki sorular sosyal medya ile ilgili deneyiminizle ilgilidir. Bu ölçekte “sosyal medya” ile kastedilen Facebook, Snapchat ve Instagram gibi fotoğrafa dayalı sosyal medya siteleridir. Tinder gibi flört web sitelerinden veya uygulamalardan bahsetmiyoruz.

Lütfen her bir ifadeyi okuyunuz ve bunun sizin için ne sıklıkta olduğuna karar veriniz. 1=Hiçbir zaman, 2=Neredeyse hiçbir zaman, 3=Nadiren, 4=Bazen, 5=Sık sık, 6=Neredeyse her zaman, 7=Her zaman	Hiçbir zaman	Neredeyse hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Neredeyse her zaman	Her zaman
1. İnsanlar fotoğraflarımı çekerken, bunlar sosyal medyada paylaşırsa nasıl görüneceğimi düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
2. İnsanlar sosyal medyada fotoğraflarımı gördüklerinde, vücudumun belirli bölgelerinin nasıl görüneceğini düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
3. Yalnız olduğumda bile, bir sosyal medya fotoğrafında vücudumun nasıl görüneceğini hayal ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
4. Gün içerisinde, insanların sosyal medyada benim fotoğraflarımı gördüklerinde onlara ne kadar güzel görüneceğimi düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
5. Sosyal medyadaki insanların fotoğraflarımdaki fiziksel görünümümü nasıl tepki vereceğini tahmin etmeye çalışırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
6. Fotoğraflardaki çekiciliğim sosyal medyada yaptığım diğer bütün şeylerden daha önemlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

7. Sosyal etkinliklere katıldığında, eğlenceli vakit geçirmenin yanında insanların sosyal medyada paylaşacağı fotoğraflarda güzel görünüp görünmediğimle meşgul olurum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
8. Sosyal medyada beğenmediğim bir fotoğraf yayınlanırsa kendimi kötü hissederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
9. Sosyal medyadaki fotoğraflarıma tekrar tekrar bakarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
10. Vücudumun belli bölgelerinin nasıl görüldüğünü incelemek için sosyal medyadaki fotoğraflarımı yakınlaştırırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
11. Birisi sosyal medyada yayınlanabilecek bir fotoğrafımı çekerse, iyi görüldüğümde emin olmak için (yayınlamadan önce) fotoğrafı kontrol etmek isterim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
12. Fotoğrafları sosyal medyada yayınlamadan önce, kendimi daha iyi göstermek için onları kırpyorum veya filtreler uyguluyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
13. Birisi sosyal medyada yayınlanabilecek bir fotoğrafımı çekerse, olabildiğince çekici görünmek için belirli bir şekilde poz veririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

\*Ölçekte ters madde yoktur.

\*Tek boyutludur.

#### **D. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği**

Instructions: How do YOU define women's beauty? Please indicate the extent to which you agree with each statement. Focus on YOUR beliefs, which may or may not be reflected by others or society.

1. Even if a physical feature is not considered attractive by others or by society, I think that it can be beautiful.
2. A woman's confidence level can change my perception of her physical beauty.
3. I think that a wide variety of body shapes are beautiful for women.
4. I think that thin women are more beautiful than women who have other body types. \*
5. A woman's soul or inner spirit can change my perception of her physical beauty.
6. I define a woman's beauty different than how it is portrayed in the media.
7. A woman's acceptance of herself can change my perception of her physical beauty.
8. I appreciate a wide range of different looks as beautiful.
9. I think that women of all body sizes can be beautiful.

*\*Ters kodlanan madde.*

#### **Cevap Ölçeği**

Strongly Disagree = 1, Moderately Disagree = 2, Slightly Disagree = 3, Neither Agree nor Disagree = 4, Slightly Agree = 5, Moderately Agree = 6, Strongly Agree = 7.

## E. Türkçe Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeği\*

Yönerge: Kadınların güzelliğini SİZ nasıl tanımlarsınız? Lütfen aşağıdaki her bir ifadeye ne derecede katıldığınızı belirtiniz. KENDİ fikirlerinize odaklanın; bu fikirler, diğer kişiler ya da toplum tarafından paylaşılan veya paylaşılmayan fikirler olabilir.

1. Bence, bir fiziksel özellik başkaları veya toplum tarafından çekici bulunmasa bile, güzel olabilir.
2. Bir kadının kendine ne kadar güvendiği onun fiziksel güzelliğine dair algımı değiştirebilir.
4. Bence zayıf kadınlar, diğer vücut tiplerine sahip kadınlardan daha güzeldir.\*\*
8. Çok çeşitli, farklı görünümleri güzel buluyorum.

\* Ölçeğin tamamını kullanmak için [REDACTED] adresine mail atarak izin alabilirsiniz.

\*\* Tersten kodlanan madde.

### Cevap Ölçeği

Kesinlikle Katılmıyorum = 1, Katılmıyorum = 2, Kısmen Katılmıyorum = 3, Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum = 4, Kısmen Katılıyorum = 5, Katılıyorum = 6, Kesinlikle Katılıyorum = 7.

## F. Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanma İzni



MELIKE BOZ

to

Thu, Jun 27, 2024, 2:14 PM



Dear Dr. Tylka,

My name is Melike. I am a psychological counselor and a graduate student pursuing a master's degree in the field of psychological counseling at MEF University, Turkey. For my master's thesis, I aim to investigate the mediating role of body appreciation in the relationship between the broad conceptualization of beauty and appearance related social media consciousness among young women.

With your permission, I would like to adapt the Broad Conceptualization of Beauty Scale into Turkish as part of my research.

Thank you for your time and consideration.

Sincerely,

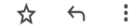
Melike Boz Akarslan



Tylka, Tracy

to me

Jun 27, 2024, 11:24 PM



Hi Melike,

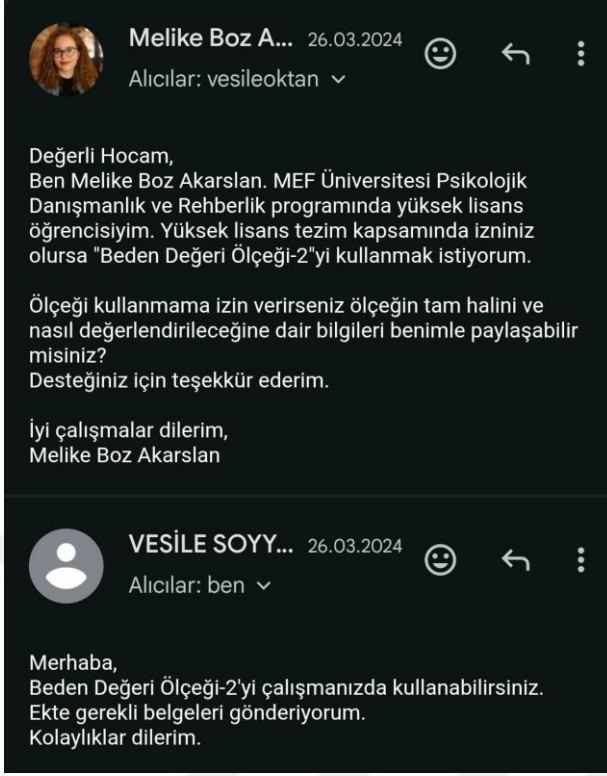
You have permission to use the BCBS in your research. Your topic sounds interesting. 😊

The attached chapter may be helpful.

Warmly,

Tracy

## G. Beden Değeri Ölçeği-2 Kullanım İzni



## H. Sosyal Medyada Dış Görünüş Algısı Ölçeği Kullanım İzni

Ölçeği kullanım izni ölçeğin uygulama dosyasında verilmiştir.

*Atf için*

Yıldırım-Kurtuluş, H., Kalay-Usta, T. ve Kurtuluş, E. (2022). The Turkish adaptation of the adolescents' appearance-related social media consciousness scale: The validity and reliability study. eKafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi, 9, 545-563. doi:10.30900/kafkasegt.974005

Mail için: [REDACTED]

- Not: Ölçeği atf verildiği üzere kullanılmasında bir sakınca yoktur.



# I. Etik Kurul Belgesi

Evrak Tarih ve Sayısı: 08.09.2024-3769



T.C.  
MEF ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Etik Kurul



Sayı : E-47749665-050.04-3769  
Konu : Etik Kurul Onayı (Melike Boz)

08.09.2024

Sayın Melike Boz

Melike Boz'un yürütücülüğünü üstleneceği "Güzelliğin Geniş Kavramsallaştırılması ve Sosyal Medyada Görünüş Algısı Arasındaki İlişkide Beden Değerinin Aracı Rolünün İncelenmesi" başlıklı proje Etik Kurul 02/09/2024 tarihli toplantısında değerlendirilmiş ve etik açıdan uygun bulunmuştur.

Prof.Dr. Mustafa ÖZCAN  
Etik Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : BSV69JN14 Pin Kodu : 99781

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/mef-universitesi-ebys>

Adresi: Aynazaga Cad. No:4 Maslak-Sarıyer-İstanbul

Telefon: 0212 395 3619 Faks: 0212 395 3692

Web: 0212 395 3692

Keşif Adresi: mefuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için: İpek Yazar

Unvanı: Etik Kurul Sekreteri



## **J. Bilgilendirilmiş Onam**

Değerli katılımcı,

Bu çalışma Psk. Dan. Melike Boz-Akarlar tarafından Doç. Dr. Ezgi Toplu-Demirtaş danışmanlığında, MEF Üniversitesi bünyesinde yürütülmektedir. Bu çalışmanın amacı üniversitede okuyan genç kadınlarda güzelliğin geniş kavramsallaştırılması ve sosyal medyada dış görünüş algısı arasındaki ilişkide beden değerinin aracı rolünü incelemektir. Sizlerden toplanacak veriler, kimseyle paylaşılmayacak yalnızca araştırmacı ve danışmanı tarafından bilimsel çalışma yürütmek amaçlı kullanılacaktır. Bu bilgilerin, genç kadınların sosyal medya ve bedenleriyle ilişkilerine dair farkındalık oluşturacağı ve genel anlamda psikolojik gelişimlerini destekleyecek önleyici müdahaleler için bir alan açılmasına katkı sunacağı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalıdır. Bu araştırmaya, Türkiye'deki üniversitelerde okuyan ve sosyal medya hesaplarından en az bir kez fotoğraf paylaşımı yapmış bütün kadınlar katılabilir. Gönüllü katılım sağladığımız takdirde sizden öncelikle onam formunu okumanız ve gönüllü olarak katıldığınızı onaylamanız istenecektir. Sonrasında yaş, cinsiyet kimliği, öğrenim durumu, öğrenim ili ve sosyal medya kullanımınız hakkında bilgi almak için bir kişisel bilgi formu doldurmanız ve doğum ayınızın ilk üç harfi ve soyadınızın son üç harfinden oluşan bir rumuz oluşturmanız rica edilecektir. Bilgileriniz bu rumuz ile eşleştirilecektir.

Son olarak, güzelliği tanımlama kapsamınızı, sosyal medyada görünüş algınızı ve beden değerinizi ölçmek için toplamda 32 maddeden oluşan üç tane ölçek doldurmanız istenecektir. Ölçeklerde yer alan maddelerin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Cevaplar sizin görüş ve deneyimlerinizi yansıtmalıdır; bu yüzden, kişiden kişiye değişebilir. Lütfen soruları boş bırakmayınız ve yalnızca tek bir seçenek işaretleyiniz. Tüm soruları cevaplamak yaklaşık 10 dakika sürmektedir. Uygulama sırasında sizi tetikleyen herhangi bir durum olursa cevaplamayı bırakabilir ve yardım alabilmeniz için üniversitelerin psikolojik danışmanlık ve rehberlik birimlerine başvurabilir veya sizi yönlendirmesi için araştırmacıya mail atabilirsiniz.

İlginiz ve çalışmaya katılmanız için teşekkür ederiz.

Bu formda anlatılan araştırmanın etik yönleriyle ve/veya araştırma detaylarıyla ilgili sorularınız, sorunlarınız veya önerileriniz varsa lütfen MEF Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu ile [REDACTED] adresinden temasa geçiniz.

Psk. Dan. Melike Boz-Akarşlan

Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik YL Öğrencisi

MEF Üniversitesi

E-posta: [REDACTED]

