

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOİK DANIŞMA EĞİTİMİ BİLİM
DALI



LİSE ÖĞRENCİLERİNDE BEDEN MEMNUNİYETİ İLE
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE SOSYAL MEDYA
TUTUMU İLİŞKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MESUT SÖZEN

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Zeynep Deniz YÖNDEM

BOLU, HAZİRAN - 2022

KABUL VE ONAY SAYFASI

MESUT SÖZEN tarafından hazırlanan “**Lise Öğrencilerinde Beden Memnuniyeti ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu İlişkisi**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışma Eğitimi Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir. (09/05/2022)

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman

Prof. Dr. Zeynep Deniz YÖNDEM
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Üye

Prof. Dr. Nazmiye ÇİVİTCİ
Pamukkale Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Ayten EREN ARTAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin 02/06/2022 tarihinde Turnitin adlı intihal tespit programından enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %24 olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmalar Etik Kurulundan 25/05/2020 tarih ve 2020/04 sayılı protokol no ile etik izin alınmıştır.

.....

Mesut SÖZEN

ÖZET

LİSE ÖĞRENCİLERİNDE BEDEN MEMNUNİYETİ İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE SOSYAL MEDYA TUTUMU İLİŞKİSİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

MESUT SÖZEN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

**REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMA EĞİTİMİ BİLİM DALI
(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. ZEYNEP DENİZ YÖNDEM)**

BOLU, HAZİRAN- 2022

XI+ 123

Bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerini incelemek, beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmada betimsel ve ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcıları 925 lise öğrencisinden oluşmaktadır. Verilerin analizinde bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Pearson korelasyon tekniği testleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin yüksek, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük ve sosyal medya tutumlarının ise ortalama düzeyde olduğu bulunmuştur. Araştırmada bir diğer sonuç olarak, beden memnuniyet düzeyinin; cinsiyete göre farklılık gösterdiği; ancak sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne eğitim düzeyi ve baba eğitim düzeyine göre ise farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasında düşük düzeyde ve negatif; sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumu arasında ise orta düzeyde ve pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak, beden memnuniyet düzeyi ile çevresinden dış görünüşleriyle ilgili olumlu geribildirim alma durumu arasında orta düzeyde ve pozitif; olumsuz geribildirim alma durumu arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde ilişki olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde, beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu arasında düşük düzeyde ve pozitif; sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER: Beden memnuniyeti, sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya tutumu

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN BODY SATISFACTION AND SOCIAL MEDIA ADDICTION AND SOCIAL MEDIA ATTITUDE IN HIGH SCHOOL STUDENTS

MASTER THESIS

MESUT SÖZEN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF EDUCATIONAL SCIENCES

GUIDANCE AND PSYCHOLOGICAL COUNSELING EDUCATION

SCIENCE

(SUPERVIZOR: PROF. DR. ZEYNEP DENİZ YÖNDEM)

BOLU, JUNE- 2022

XI+ 123

The aim of this research is to examine the body satisfaction levels of high school students and to determine the relationship between body satisfaction, social media addiction and social media attitudes. Descriptive and relational scanning methods were used in the research. The participants of the study consisted of 925 high school students. Independent sample t-test, one-way analysis of variance (ANOVA) and Pearson correlation technique tests were used in the analysis of the data. As a result of the research, it was found that high school students' body satisfaction levels were high, social media addiction levels were low, and their attitudes towards social media were average. As another result of the research, the body satisfaction levels; differs according to gender; however, it was concluded that there was no difference according to grade level, general academic achievement level, mother's education level and father's education level. In addition, it was concluded that there is a low level and negative relationship between the body satisfaction levels and their social media addiction and social media attitudes; there is a moderate and positive relationship between social media addiction and social media attitudes. Finally, it was found that there is a moderate and positive relationship between the body satisfaction level and the positive feedback they received from their environment about their appearance; there is a low-level and negative relationship between receiving negative feedback from the environment about their appearance. Similarly, it was concluded that there is a low and positive relationship between the body satisfaction levels and the status of uploading photos to social media applications; there is a low-level and negative relationship between the status of playing/changing the photos uploaded to social media and social media.

KEYWORDS: Body satisfaction, social media, social media addiction, social media attitude

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	ix
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	x
TEŞEKKÜR	xi
1. GİRİŞ	1
1.1 Araştırmanın Problem Durumu	4
1.1.1 Araştırmanın Alt Problemleri	4
1.2 Araştırmanın Amacı	4
1.3 Araştırmanın Önemi	5
1.4 Varsayımlar (Sayıtlar).....	7
1.5 Sınırlılıklar.....	7
1.6 Tanımlar	8
1.6.1 Beden Memnuniyeti.....	8
1.6.2 Sosyal Medya Bağımlılığı	8
1.6.3 Sosyal Medya Tutumu	8
2. KURAMSAL TEMELLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	9
2.1 Ergenlerde Beden Memnuniyetine İlişkin Kuramsal Açıklamalar	9
2.1.1 Ergenlik Dönemi ve Beden Memnuniyeti	9
2.1.2 Beden Algısı ve Beden Memnuniyetinin Gelişimi	10
2.1.3 Beden Memnuniyetinin İlişkili Olduğu Faktörler	14
2.2 Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Kuramsal Açıklamalar.....	23
2.2.1 Sosyal Medyanın Özellikleri	26
2.2.2 Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları.....	27
2.2.3 Sosyal Medyanın Etkileri.....	28

2.2.4 Sosyal Medya Uygulamaları.....	31
2.2.5 Sosyal Medya Bağımlılığı	40
2.3 Beden Memnuniyeti Konusunda Yurt Dışında ve Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar.....	41
2.4 Sosyal Medya Konusunda Yurt Dışı ve Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar	54
3. YÖNTEM.....	63
3.1 Araştırmanın Modeli	63
3.2 Evren ve Örneklem.....	63
3.3 Veri Toplama Araçları.....	67
3.3.1 Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ).....	67
3.3.2 Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ).....	68
3.3.3 Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ).....	68
3.3.4 Bilgi Formu.....	69
3.4 Verilerin Toplanması.....	69
3.5 Verilerin Analizi.....	70
4. BULGULAR.....	72
4.1 Beden Memnuniyeti Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumları Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler.....	72
4.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin; Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Genel Akademik Başarı Düzeyi ve Anne-Baba Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular	73
4.2.1 Beden Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular	74
4.2.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular	74
4.2.3 Beden memnuniyet düzeyinin genel akademik başarı düzeyine göre incelenmesine ilişkin bulgular	75
4.2.4 Beden Memnuniyet Düzeyinin Anne Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular	75
4.2.5 Beden Memnuniyet Düzeyinin Baba Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular	76

4.3 Beden Memnuniyet Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	77
4.4 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Aile Yakınlarından, Akranlardan ya da Öğretmenlerden Alınan Dış Görünüşleriyle İlgili Olumlu/Olumsuz Geri Bildirimler Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	77
4.5 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Sosyal Medya Uygulamalarına Fotoğraf Yükleme ve Yüklenen Fotoğraflarda Oynama/Değişiklik Yapma Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	78
5. TARTIŞMA	80
5.1 Beden Memnuniyeti, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumlarına İlişkin Betimsel Bulgularının Tartışılması Ve Yorumu	80
5.2. Beden Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Genel Akademik Başarı Düzeyi ve Anne-Baba Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması Ve Yorumu.....	83
5.2.1 Beden Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu	83
5.2.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu	84
5.2.3 Beden Memnuniyet Düzeyinin Genel Akademik Başarı Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu.....	85
5.2.4 Beden Memnuniyet Düzeyinin Anne Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu.....	86
5.2.5 Beden Memnuniyet Düzeyinin Baba Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu.....	87
5.3 Beden Memnuniyet Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu	88
5.4 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Aile Yakınlarından, Akranlardan ya da Öğretmenlerden Alınan Dış Görünüşüyle İlgili Olumlu/Olumsuz Geri Bildirimler Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu..	90
5.5 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Sosyal Medya Uygulamalarına Fotoğraf Yükleme ve Yüklenen Fotoğraflarda Oynama/Değişiklik Yapma Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu	92

6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	94
7. KAYNAKLAR	97
8. EKLER	114
Ek-1. Vücut Algısı Ölçeği Örnek Maddeler.....	114
Ek-2. Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Örnek Maddeler.....	115
Ek-3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Örnek maddeler	116
Ek-4. Bilgi Formu.....	117
Ek-5. Gönüllü Katılım Formu	119
Ek-6. Etik Kurul Onay Raporu.....	120
Ek-7. MEB Araştırma İzni	121
ÖZGEÇMİŞ.....	122

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 3.1. Araştırma katılımcılarının kişisel ve demografik özelliklere göre dağılımı (n=897)	64
Tablo 3.2. Araştırma katılımcılarının kullandıkları sosyal medya uygulamalarının dağılımı (n=925)	66
Tablo 3.3. Ergenler için Vücut Algısı Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeğine ilişkin normallik testi sonuçları	71
Tablo 4.1. Araştırma katılımcılarının ESMBÖ, VAÖ, SMTÖ puanlarına ilişkin betimsel istatistikler (N=897).....	72
Tablo 4.2. Beden memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre incelenmesine ilişkin t testi sonuçları (n=897)	74
Tablo 4.3. Beden memnuniyet düzeyinin sınıf düzeyine göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)	74
Tablo 4.4. Beden memnuniyet düzeyinin genel akademik başarı düzeyine göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)	75
Tablo 4.5. Beden memnuniyet düzeyinin anne eğitim durumuna göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)	76
Tablo 4.6. Beden memnuniyet düzeyinin baba eğitim durumuna göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)	76
Tablo 4.7. Beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları (n=897).....	77
Tablo 4.8. Beden memnuniyet düzeyleri ile aile yakınlarından, akranlardan ya da öğretmenlerden alınan dış görüşleriyle ilgili olumlu/olumsuz geri bildirimler arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyonu analizi sonuçları (n=897)	78
Tablo 4.9. Beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumları arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyonu analizi sonuçları (n=897)	79

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

ESMBÖ	: Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
SMTÖ	: Sosyal Medya Tutum Ölçeği
VAÖ	: Vücut Algısı Ölçeği
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
PDR	: Psikolojik Danışma ve Rehberlik
SPSS 20.0	: Statistics Packages For Socials Sciences 20.0
SY	: Sosyal Yetkinlik
Pİ	: Paylaşım İhtiyacı
Öİ	: Öğretmenlerle İlişki
Sİ	: Sosyal İzolasyon

TEŞEKKÜR

Tez sürecimin başlangıcından sonuna kadar her aşamasında büyük emekleri olan, beni sabırlı bir şekilde dinleyen, alan bilgilerinden ve bilimsel araştırma sürecindeki tecrübelerinden yararlandığım, lisansüstü eğitimimde emeği olan, bu yorucu süreçte bana ışık tutan, gerek akademisyen kimliğiyle gerekse kişiliğiyle örnek aldığım ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum tez danışmanım, Saygıdeğer hocam Prof. Dr. Zeynep Deniz YÖNDEM'e sonsuz teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim. Aynı zamanda jürimde yer alarak araştırmama katkı sağlayan Sayın Prof. Dr. Nazmiye ÇİVİTCİ ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ayten EREN ARTAN hocalarıma ayrı ayrı teşekkür ederim.

Tez verilerinin toplanması aşamasında gönüllü araştırma katılımcısı olarak ölçekleri yanıtlayarak katkı sağlayan Kocaeli ili Gebze ilçesindeki 13 lisede öğrenim gören öğrenci kardeşlerime ve araştırma anketlerinin öğrencilerine ulaşmasını sağlayan okul yöneticilerine teker teker teşekkür ederim.

Tez çalışmam sürecinde bana desteklerini sunan Gebze Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürü Sayın Mustafa İŞLEK, Gebze Rehberlik ve Araştırma Merkezi'nde çalışan Psk. Danş. Kadir ÇALIŞKAN ve meslektaşım Uzman Psk. Danş. Ensar Abdullah GÖKALP'e teşekkür ederim.

Benim için saygı, sevgi, güven, dürüstlük, adalet ve paylaşım anlamına gelen, benim ben olmamda payları olan, çalışmam boyunca bana her türlü destek ve motivasyonu sağlayan değerli babam Nizamettin SÖZEN'e, canım annem Saadet SÖZEN'e ve her türlü desteğini esirgemeyen sevgili eşim Kübra SÖZEN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

MESUT SÖZEN

1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojik alt yapıların güçlenmesi, bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması bireylerin internet erişimine daha kolay ulaşmalarını sağlamıştır. TÜİK tarafından yapılan 2021 hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasına göre, 16-74 yaş grubundaki bireylerde internet kullanımı oranı 2020 yılında % 79 iken 2021 yılında % 82,6 olmuştur. Yine aynı yaş aralığındaki erkeklerde internet kullanım oranları %87,7 iken kadınlarda %77,5 olarak belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada Türkiye’deki hanelerin %92,0’sinde internet erişim olanağının olduğu belirtilmiştir (TÜİK, 2021). Aynı şekilde 6-15 yaş grubundaki çocuklarda bilişim teknolojilerini kullanım oranı, 2013 yılında %50,8 iken 2021 yılında %82,7’a; cinsiyete göre incelendiğinde ise; erkek çocuklarda 2013 yılında %53,7 iken 2021 yılında %83,9’a, kız çocuklarda 2013 yılında %47,8 iken 2021 yılında %81,5’e yükseldiği raporlaştırılmıştır (TÜİK, 2021). Eğitim kurumlarında internet bağlantılarının yaygınlaşması ve öğrencilerin sahip olduğu akıllı telefonların artması ile internete ve sosyal ağlara erişimleri kolaylaşmıştır. Her geçen gün kendini güncelleyen sosyal medya uygulamaları, genç kitleler tarafından aktif olarak kullanılmakta ve gerçek dünyayı sanal ortamda deneyimlemelerine imkân vermektedir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından en son 2013’ de hazırlanan Türkiye’ de Ergen Profili araştırmasına göre, ergenlerin %76,5 oluşturan büyük bir oranının internette sosyal medya uygulamalarını kullandıkları belirlenmiştir. Aynı şekilde araştırmada gençlerin yaş aralıklarına göre sosyal medyayı kullanma oranlarını incelendiğinde; 12-15 yaş aralığındaki gençlerin % 73,6, 16-18 yaş aralığındaki gençlerin ise %80,2’ olarak raporlaştırılmıştır (ASPB, 2013). Bu veriler gençlerin internet ortamında zamanlarını en çok sosyal medyada geçirdiklerini ve sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandıklarını yansıtmaktadır. Daha yakın zamanlardaki verilere bakıldığında, ‘We are Social’ 2021 dijital raporuna göre dünya genelinde sosyal medya kullanım oranının % 53,6 olduğu ve kullanıcı sayısının 4,20 milyar kişiye ulaştığı belirtilmiştir. Türkiye’de ise sosyal medya kullanım oranının % 70,8 olduğu ve kullanıcı sayısının 60 milyon kişiye ulaştığı belirtilmiştir. Benzer şekilde Türkiye’de sosyal medya platformlarını en fazla 25-34 yaş aralığındaki bireylerin

kullandığı ve bu platformlarda en çok vakit geçiren grubun ise 16-24 yaş grubundaki bireyler olduğu belirtilmiştir (Bayrak, 2021).

Yakın zamanlarda ülkemizde yapılan bir araştırmada (Yeniçıkıtı, 2016), sosyal medyanın; bilgi/haber kaynaklarına ulaşma, sohbet etme ve serbest vakit geçirme amaçları ile kullanıldığı bulunmuştur. Aynı araştırmada bireylerin günde yaklaşık 4 saat internet ortamında ve bu sürenin 3 saatini, yani $\frac{3}{4}$ 'ünü sosyal medya ortamında geçirdikleri bulunmuştur. Sosyal medya uygulamalarında geçirilen bu süre zarfında bireyler sayfalarında arkadaş gruplarıyla sohbet edebilmekte, yeni paylaşımları takip edebilmekte veya gönderi, fotoğraf ve video gibi paylaşımlarda bulunabilmektedir. Bu faaliyetler aracılığıyla birbirleri ile etkileşime girmekte ve birbirlerini farklı yönlerden etkileyebilmektedirler.

Sosyal medya aracılığıyla insanların birbirini etkilediği konulardan biri de dış görünüş veya başkaları tarafından nasıl görüldüğü ile ilgili algılarıdır. Bedenimizin zihnimizde şekillendirdiğimiz resmi olarak kısaca özetlenen beden imajı veya bedeninden algısı, gerçek ya da sanal ortamlardaki etkileşimlerden etkilenmekte ve geçmişte olduğu gibi günümüzde de güncelliğini korumaktadır. Sosyal medya aracılığıyla veya başka yollarla oluşan veya oluşturulan düşüncelerle insanların bedenleri ile ilgili algıları onlar için bir stres ve kaygı nedeni haline gelmiştir. Kişilerin bedenleri ile ilgili duygu, düşünce ve algıları sonucunda; aşırı veya normal egzersiz, sağlıklı beslenme, rejim yapma veya estetik operasyonlar gibi vücutları üzerinde bazı değişikliklere yöneliminin beden imajları ile ilgili kaygı ve endişelerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Beden memnuniyetsizliğini konu alan bazı araştırmalarda (Andrew ve ark.,2014) kadınlarda beden memnuniyetsizliğinin daha fazla olduğu, ancak erkeklerin de dış görünüşleri ile ilgili kaygılarının olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca aynı araştırmada medyada ideal görünümü temsil eden kişilerin bireylerin beden imajını etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir. Benzer şekilde yeme bozuklukları ile ilgili araştırmalarda da, kişilerin medyanın veya sosyal medyanın dayattığı ideal beden algısından etkilenecek, kendileri için şekillendirdikleri ideal bedene erişmek için uygun olmayan ve sağlıklarını bozabilecek yeme davranışları benimsedikleri ve bedenleri ile ilgili üst düzey beklentilere girdikleri belirlenmiştir (Dánielsdóttir,

2014). Bu bakımdan günümüz teknolojik gelişmeleri ile bilgiye rahat bir biçimde erişebilmenin sonucu olarak, ideal beden imajı veya beden memnuniyetsizliğinin medya aracılığıyla kitlelere aktarımında sosyal medya araçlarının önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir. Sosyal medya araçlarının ve çevrimiçi iletişimin kişilerin beden memnuniyet durumları ile ilişkisini konu alan bir araştırmada, Holmqvist ve Frisén (2012) sosyal medyada bireylerin kendilerini dış görünüm, stil ve genel yaşam tarzları açısından diğer insanlarla karşılaştırdıklarını, sosyal medyanın bireylerin kendilerine yönelik düşüncelerini ve algılarını etkileyebildiğini belirtmişlerdir. Hatta özellikle kadınların ve genç kızların ideal beden anlayışı ile ilgili yönelimlerini olumlu yöne doğru değiştirebilmek amacıyla, ünlü kişilerin kişisel sayfalarında kadınlara dayatılan standart beden ölçüleri, bedenini olduğu gibi kabul etme ve beden memnuniyeti ile ilgili “Beden Olumlaması (Body Positivity)” olarak adlandırılan bir duyarlılık akımı başlatılmıştır. Aynı araştırmada, sosyal medya araçları üzerinden kendi temsilinin kusursuz olmasını isteyen bireylerin, çoklu ortam paylaşımlarında düzenlemeler ve montajlar yapma ve kendi bedenini olduğundan daha farklı gösterme çabasından hoşnut oldukları da bulunmuştur. Bir başka araştırmada Daniëlsdóttir (2014) ise fotoğraf veya video paylaşımları üzerinden filtre ve düzenleme yapan kişilerin fark edilmesi halinde, diğer kullanıcılar tarafından “sanal linç” uygulandığı ve bu durumun ciddiyetinin de giderek artış gösterdiğini belirtmiştir.

Sonuç olarak, günümüzde sosyal medyayı sadece ünlü veya model olabilecek kişilerin değil, her kesim ve her yaşta bireylerin yaygın olarak kullandığı dikkate alınarak, sosyal medya kullanımı ile ilgideğişimlerin beden algısı ile ilişkisini belirlemeye yönelik araştırmalara ihtiyaç olduğunu düşündürmektedir. Yine beden memnuniyeti konusunda her ne kadar yurt dışında ve ülkemizde yapılmış araştırmalar bulunsun da, sosyal medya uygulamalarının çeşitliliğinin artması, yaygınlaşması, kullanım oranı ve sıklığının artması, sosyal medyayı kullanma yaşı veya sınıf düzeyinin gittikçe düşmeye başlaması, güncel durumlar karşısında bağımlılık ve tutumların sürekli değişebilmesi gibi sebeplerle bu konularda yeni araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bakımdan bu araştırmada lise öğrencilerinde beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.

1.1 Araştırmanın Problem Durumu

Bu araştırmada “Lise öğrencilerinin beden memnuniyetleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?, “beden memnuniyet düzeyleri bazı demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermekte midir? ve “beden memnuniyet düzeyleri ile çevresinden dış görünüşüyle ilgili olumlu ve olumsuz geri bildirim alma, sosyal medyaya fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? sorularına cevap aranmaktadır.

1.1.1 Araştırmanın Alt Problemleri

1. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve sosyal medya tutumları nasıl dağılım göstermektedir?
2. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri; cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı, anne eğitim düzeyi ve baba eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasında ilişki var mıdır?
4. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile aile yakınlarından, akranlarından ya da öğretmenlerinden dış görünüşleriyle ilgili aldıkları olumlu ve olumsuz geri bildirimler arasında anlamlı ilişki var mıdır?
5. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumları arasında anlamlı ilişki var mıdır?

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerini incelemek, beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Ayrıca beden memnuniyet düzeylerinin

cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı ve anne-baba eğitim düzeyinde oluşan demografik özelliklere anlamlı farklılaşma düzeyi; çevresinden dış görünüşleri ile ilgili aldıkları olumlu/olumsuz geri bildirimlere, sosyal medyaya fotoğraflar yükleme ve fotoğraflar üzerinde değişiklik yapma gibi durumlara göre ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın bağımlı değişkeni lise öğrencilerinde beden memnuniyeti, bağımsız değişkenleri ise; sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya tutumu, cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı, anne-baba eğitim düzeyi, dış görünüşle ilgili olumlu-olumsuz geri bildirim alma, sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma değişkenleridir.

1.3 Araştırmanın Önemi

Bilimsel ve teknolojik gelişmelerle beraber iletişim ve etkileşim sağlayan araçların gelişimi ve internetin yaygınlaşması ile insanların gündelik yaşamında da büyük değişimler yaşanmıştır. Yaklaşık 20 yıl kadar öncesinde hayatımızda olmayan, ancak bugün yaşamın vazgeçilmezleri haline gelen iletişim ağları ve ortamları hızlı değişim gösteren değişimlerdir (Altunay, 2010). Zamansal açıdan çok kısa bir sürede meydana gelen internet teknolojisindeki bu hızlı gelişme, internetin tüm kamu kurumları, işyerleri, okul ve hanelere yayılmasını sağlamıştır. Aynı şekilde teknolojik ilerlemelerle beraber özellikle akıllı telefonların gelişmesi ve yaygınlaşması ile gece gündüz farketmeksizin her an ulaşılabilecek yakınlıkta ve pratiklikte sosyal medya uygulamaları gelişmiş ve çeşitlilik göstermiştir. Sosyal medya uygulamaları bu özellikleri sayesinde günümüzde insanlar tarafından aşırı ve sık kullanılmaya başlanmış, bunun sonucunda da bu uygulamalar günlük hayatımızın vazgeçilmez ihtiyaçları arasına girmişlerdir. Sosyal medya uygulamalarının ulaşılabilirliklerinin kolay olması, çeşitlilik göstermeleri, ekonomik açıdan uygun olmaları, zaman-mekan sınırlaması olmadan karşılıklı iletişime ve sosyalleşmeye katkı sağlamaları gibi özellikleri ile sadece yetişkinler tarafından değil gençler tarafından da çok fazla kullanılmaktadır.

Lise dönemine denk gelen ergenlik dönemi, gençlerin gelişim görevleri açısından kritik bir dönem özelliği taşımaktadır. Yaklaşık 12-21 yaşları arasında

kapsayan, çocukluk ile yetişkinlik arasında bir geçiş olarak kabul edilen ergenlik dönemi ruhsal olgunlaşma, gelişme ve yaşama hazırlık dönemidir (Yörükoğlu, 2007). İlk erinlik belirtileri ile başlayan ergenlik döneminde, gençler gelişim görevleri gereği fiziksel görünümüleri ile daha fazla ilgilenebilmekte ve dış görünümelerini daha fazla önemseyebilmektedir (Oktan, 2012). Aynı şekilde ergenlik döneminin gençlerin kişiliklerinin geliştiği veya yerleştiği bir dönem olması ve beden memnuniyeti ile kişilik gelişimi arasında olumlu ve olumsuz yönde bir ilişkinin olması, ergenlik döneminde bedeninden memnun olmayı önemli hale getirmektedir (Cash, 2011). Günümüzde bireylerin neredeyse bebeklik çağından itibaren sosyal sosyal medya içeriklerine ve uygulamalarına maruz kaldıkları, sosyal medya uygulamalarını gittikçe daha fazla popülerleşmesi düşünüldüğünde, ergenlik çağında sosyal medya kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Sosyal medya ortamlarının görsel ağırlıklı içeriklerden oluşması, ergenlerin beden memnuniyeti açısından da önemli bir değişken olmalarına sebep olmaktadır. Alanyazında ergenlik dönemindeki gençlerin bedenlerinden memnun olmalarının kişilik gelişimleri açısından önemli olduğunu (Talu, 2020) ve sosyal medyanın beden memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu (Gökkaya ve ark., 2020; Oğuz Akay, 2019) ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır.

Sosyal medya kullanımı, bağımlılığı ve tutumlarının beden memnuniyeti ile ilişkisinin ele alındığı farklı yaş grupları ile yapılmış çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalara bakıldığında; üniversite öğrencileri veya genç yetişkinlerle (Bennett ve ark., 2019; Ercan, 2018; Tiggemann ve ark., 2018; Van Den Berg ve ark., 2007; Wallis ve Kozar, 2015), yetişkinlerle (Akbulut, 2018; Gökkaya ve ark., 2020), meta-analiz çalışması (Korkmaz, 2020) ve ergenlerle yapılan çalışmalar (Fardouly ve Vartanian, 2016; Güvenen, 2017; Jarman, 2021; Otrar ve Arğın, 2014; Puglia, 2017) bulunmaktadır. Ancak sosyal medya uygulamalarının ve ergenlerde sosyal medya kullanımının her geçen gün artması bu konuda güncel araştırmaların yapılmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, bu araştırmada ergenlerde beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırmada başka araştırmalarda beden memnuniyetinin; cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne-baba eğitim düzeyleri gibi özelliklere göre farklılık

gösterebildiği sonuçlarına dayanarak, bu özelliklere göre farklılığın yeniden test edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca beden memnuniyetinin sosyal çevre ile etkileşimden önemli ölçüde etkilendiği bulgularına dayanarak, bu araştırmada beden memnuniyeti ile çevreden alınan olumlu/olumsuz geri bildirim, sosyal medyaya fotoğraf yükleme, yüklenen fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma gibi durumlar ile ilişkisinin özgün ve önemli bir katkısı olarak değerlendirilebilir.

Araştırmada beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu ilişkisinin incelenmesi, ergenlik çağındaki gençlerin, sağlıklı kişilik gelişimleri için önemli bileşenlerden olan bedenlerini kabul ve hoşnut olma durumu ile ilişkili özelliklerin belirlenmesi açısından yararlı olacaktır. Araştırma sonuçlarının; okul psikolojik danışmanlık uygulamalarına, eğitimcilere ve ebeveynlere katkı sağlaması hedeflenmektedir.

1.4 Varsayımlar (Sayıtlar)

1. Araştırma katılımı gönüllülük ilkesine dayandığından, ölçekleri yanıtlayan lise öğrencilerinin, ölçeklerin maddelerini gerçek durumlarını yansıtacak şekilde, içtenlikle yanıtladıkları varsayılmaktadır.
2. Araştırmada kullanılan; 'Vücut Algısı Ölçeği', 'Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin araştırmada ele alınan özellikleri doğru ölçtüğü ve yordadığı varsayılmıştır.

1.5 Sınırlılıklar

1. Araştırma yaş aralığı 13-19 ve yaş ortalaması 15,5 olan lise öğrencileri ile sınırlıdır.
2. Araştırma Kocaeli Gebze ilçesinde farklı lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerle sınırlıdır.
3. Araştırma, "Vücut Algısı Ölçeği", "Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" ve "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" nin ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.

1.6 Tanımlar

1.6.1 Beden Memnuniyeti

Kişinin olumlu ve olumsuz duygularını, düşüncelerini ve tutumlarını kendi vücuduna yani bedenlerinin organlarına ve onların işlevlerine karşı bireyin kendisi tarafından yansıtarak değerlendirmesidir (Gündoğan, 2006). Beden imajının bir diğer tanımına bakıldığında ise kişilerin bedenlerini şemalarında şekillendirdiği görsel veya fotoğraf yani bedenini kişiye görünen hali olarak tanımlanmaktadır (Sel, 2016).

1.6.2 Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı, kişinin sosyal medya ağlarının (Twitter, Instagram, Youtube gibi) günlük hayatında önemli bir yer almaya başlaması sonucunda sosyal medya kullanımı sırasında veya kullanmadığı süre içinde duygu durumunu denetleyememesi, yaşadığı hazzı tekrar yaşamak için kullanım süresini sürekli arttırmaya çalışması, sosyal medyayı kullanmadığı zamanlarda negatif duygular içinde kıvrınması, çok fazla kullanımından dolayı ailesi ve çevresi ile sorun yaşamaya başlaması ve bu sebeplerden dolayı sosyal medya kullanımını bırakmaya çalışması ancak bunu bir türlü başaramaması olarak tanımlanmaktadır (Kuss, 2014).

1.6.3 Sosyal Medya Tutumu

Tutum, bireyi belli bir durum, olay, nesne, fikir, kurum veya insanlara karşı belli davranışlar sergilemeye yönlendiren eğilimler (Demirel, 1993), gözlenmediği halde yol açtığı bazı davranışlardan anlaşılabilen eğilimler (Kağıtcıbaşı, 1983) veya bireyin herhangi bir durum ve konu üzerine mantıklı ve sistemli bir şekilde geliştirdiği, çoğunlukla da bireyi diğer davranışlarıyla uyumlu ve öngörülebilir yönde düşünce, duygu ve davranışa eğilimli kılma haline (Bilgin, 1985) olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya tutumu ise bireylerin sosyal medyaya karşı eğilimlerini belirlemek amacıyla paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, öğretmenlerle ilişkiler ve sosyal izolasyon alanlarında gözlemlenen duygu, düşünce ve davranışlardır (Otrar ve Argın, 2013).

2. KURAMSAL TEMELLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde; öncelikle ergenlik dönemi ve beden memnuniyeti, beden algısı ve beden memnuniyetinin gelişimi, beden memnuniyeti ile ilişkili faktörlere yönelik kuramsal bilgiler verilmiştir. Daha sonra ergenlikte sosyal medya kullanımı, sosyal medyanın özellikleri, kullanım amacı, etkileri, sosyal medya uygulamaları ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili kuramsal açıklamalara yer verilmiştir. Son olarak ise beden algısı ve memnuniyeti ile sosyal medya değişkenlerine yönelik yurt dışında ve yurt içinde yapılmış araştırmalara yer verilmiştir.

2.1 Ergenlerde Beden Memnuniyetine İlişkin Kuramsal Açıklamalar

2.1.1 Ergenlik Dönemi ve Beden Memnuniyeti

Ergenlik, çocukluk döneminin bitişinde erenlik dönemi (ön ergenlik) belirtileriyle başlayan; kızlarda adet görülmesi ve göğüslerin büyümesi, erkeklerde yüz kıllarının çıkması ve sesin kalınlaşmasıyla devam eden ve biyopsikososyal açıdan bakıldığında gencin fizyolojik olarak erişkinliğe ulaşması, sorumluluk alma bilincinin gelişmesi ve toplumsal yaşama katılım sağlanıncaya kadar devam eden, genel olarak 13-22 yaşları arasını kapsayan bir gelişim süreci dönemidir (Koç, 2004). Ergenlik döneminde, fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak pek çok değişim gerçekleşmekte ve ergenler bu değişimlere uyum sağlama sürecini yaşamaktadır. Ergenlik dönemi değişimlerine uyum sağlama sürecinde ergenler her değişime ve özellikle kendi bedenleri üzerindeki değişimlere karşı çok daha fazla duyarlılık göstermektedirler. Ergenlerin değişen fiziksel görünümüne ek olarak, bilişsel becerileri gittikçe artmakta, algı, duyum, düşünce ve duygularındaki gözlem ve çıkarım kapasiteleri de artmaktadır. Bunun sonucunda ergenlerin zihinleri dış görünüşlerinin başkaları tarafından nasıl algılandığı ile aşırı derecede meşgul olmaktadır (Rosenblum ve Lewis, 1999). Örneğin, ergenler bu dönemde kendi bedenlerini başkalarıyla kıyaslayabilmekte ve başkalarının kendileri hakkında ne düşündüklerine fazlasıyla önem verebilmektedirler (Aslan, 2004). Aynı şekilde yakın arkadaşlarının düşüncelerini önemseyebilmekte ve onların dış görünüşlerinin nasıl görüldüğü ile ilgili fikirlerini de ciddiye alabilmektedirler (Santrock, 2011).

Ayrıca 12-18 arası yaş dönemi kimlik oluşturma yaşı olarak kabul edildiği için, gençlerin ergenlik sürecini sağlıklı bir şekilde tamamlayabilmesi için bu sürecin önemli bir parçası olan beden imgesinin kabullenimini gerçekleştirmeleri gerekmektedir (Bektaş, 2004). Bu bilgilerden yola çıkılarak ergenlik döneminin bireyler açısından çok önemli bir dönem olduğu ve gençlerin bu süreci olumlu geçirebilmeleri, sosyal, duygusal ve psikolojik açıdan sağlıklı kişilik geliştirmeleri için bedenlerine karşı duydukları memnuniyetin olumlu olması gerekmektedir. Ayrıca ergenlik döneminde gençler bedenleri üzerine daha hassas ve duyarlı olabildiği için bu dönemde hangi görüntülere/videolara maruz kaldıkları, sosyal medyada neleri takip ettikleri, yakın çevresinden dış görünüşüyle ilgili ne tür dönütler aldığı onların bedenleri ile ilgili olumlu veya olumsuz bir algıya sahip olmalarına sebep olmaktadır.

2.1.2 Beden Algısı ve Beden Memnuniyetinin Gelişimi

Schilder (akt. Grogan, 2021) 1920'lerde beden algısı kavramını ilk kez kullanmış ve beden algısını; kişilerin zihinlerinde kendi vücutlarının resimlerini nasıl şekillendirdikleri ve nasıl göründüklerini algılayışları olarak açıklamıştır. Bu konudaki ilk araştırmacılardan olan Fisher (akt. Blood, 2005), insanların bedenleriyle ilgili tavırların ve duygularının bilinmesinin, beden algılarıyla ilgili bilgi sahibi olunması ve insan davranışlarının anlaşılmasında bir ön koşul olduğunu belirtmiştir. Yine beden algısını Schwab (akt. Gündoğan, 2006), kişinin kendi vücudunun organlarına veya organlarının işlevlerine yönelik olumlu ve olumsuz duygularını, düşüncelerini ve tutumlarını yansıtmaları ve değerlendirmesi sonucunda bedeniyle ilgili oluşan izlenim olarak tanımlamıştır.

Beden imajının kimlik ve karakter oluşumunda önemli bir etken olduğu ve bir bakıma yaşa, cinsiyete, mevsimlere, yaşam olaylarına, dönemin modasına veya medyaya göre sürekli değişim gösterdiği kabul edilmektedir (Hetherington ve ark., 2006). Kişilik ile beden görünümü arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda, beden ve beden kısımlarının temel duyguların ve kişiliğin güçlü bileşenleri olarak kabul edildiği için beden imajının bireylerin kişilik özelliklerini belirlediği varsayılmaktadır (Shontz, 1969). Beden algısının bireyin dış görünüşüyle veya vücudunun şekliyle ilgili bir kavrammış gibi görünmesine rağmen aslında kişinin

kendini nasıl algıladığı ile ilgili duygularını ifade ettiği düşünülmekte ve bu duyguların fiziksel, ekonomik, kültürel ve sosyal gibi birçok yönünün olduğu vurgulanmaktadır. Bu duyguların kültürel yönüne bakıldığında eski tarihlerden günümüze kadar kadın ve erkek bedenlerine yönelik sürekli farklı bakışların geliştiği belirtilmiştir. Örneğin eski zamanlarda genel olarak kadın bedeninin zayıf, zarif ve bakımlı olması, erkek bedeninin ise güçlü ve uzun boylu bir yapıya sahip olması gerektiği vurgulanırken günümüzde moda ve medyanın öncülüğünde ideal kadın bedeninin pürüzsüz, bakımlı ve zayıf; erkek bedeninin ise geniş omuzlu, kaslı ve uzun boylu bir yapıda olması gerektiği dayatılmaktadır (Öngören, 2015). Bu araştırmaya dayanarak kişinin beden algısının yani kişinin kendi vücudunu nasıl algıladığının çevresinden bağımsız bir şekilde oluşmadığı, çevresel ve sosyal etkilenmelerden dolayı öznel bir durum olduğu, bu sebeple de beden algısının kişilerin gerçek fiziki görüntülerinden çok bedenlerine yönelik subjektif görüşlerini ifade ettiğini söylemek mümkündür. Beden algısının öznel bir algı olduğu düşünüldüğünde bireylerin kendi beden algıları ile başkalarının onların bedenlerine yönelik görüşlerinin farklı olması çok normal bir durum olarak kabul edilmektedir (Cooper ve ark., 2007).

Beden algısını birçok araştırmacı konu edinmiş ve bu araştırmacılar beden algısının çeşitli açılardan bireylerin üzerindeki etkisini gösteren yönleri üzerinde durmuşlardır. Bu araştırmalara bakıldığında; Tayfur (2018) beden algısı kavramının kişinin duygularına, düşüncelerine ve davranışlarına çocukluk döneminden itibaren etki ettiğini, kişinin kendisinin veya başkalarının onu kabul görmesini, kurduğu kişilerarası ilişkilerde popüler olup olmamasını ve dolayısıyla yaşam kalitesini, ruhsal sağlığının ve benlik değerinin büyük bir kısmı üzerinde etkili olabildiğini vurgulamıştır. Hamurcu (2014) beden algısının kişinin sahip olduğu yeteneklerini ve kendisini nasıl gördüğü ile algısını şekillendirebileceğini dolayısıyla kişinin neler yapabileceğini, sınırlarını çizmede ve stresli durumlarla baş etmede bir koruma sağlayabildiğini belirtmiş ve bu sebeple beden algısı kavramının kişinin kimlik bilincinin ve varoluş duygusunun önemli bir parçası olduğunu vurgulamıştır. Psikoloji biliminin kurucularından biri olan Freud (akt. Cengiz, 2011; Aydın, 2018;) ise beden algısını, bireylerin vücudunun parçalarının düşüncelerindeki tasarımı olduğunu, kişinin kendisi ile diğer bireylerin ayrımını

yapmaya başladığı çocukluk çağında ortaya çıktığını ve gelişmeye başladığını, “ben”in oluşmasında çok fazla belirleyici olduğunu ve kişideki “ego”nun gelişimini sağladığı için ego ile eşdeğer bir kavram olduğunu ifade etmiştir. Secord ve Jourard (1953) bireylerin bedenlerinde beğendiği bölümleri odak alarak beden algısını biçimlendirdiğini dolayısıyla kişilerin bedenlerinin hangi kısımlarından memnuniyet duyduğu veya duymadığı onların beden imajları üzerinde etkili olduğunu vurgulamıştır. Adler (1963) kişilerin çevresiyle etkileşimleri ve yaşarken maruz kaldıkları durumlar sebebiyle hayatlarının sürekli bir değişim içinde olduğunu ve bu değişimlerin kişilerin beden algılarını değiştirebileceğini iddia etmiştir. Fisher (1970) beden algısının kişinin yaşamında neler yaşadığı, travmaları ve neye maruz kaldığı gibi psikolojik etkenlerin sonucunda kişilerin bedenleri üzerine yoğunlaştığını söylemiştir. Öngören (2015) ise beden algısının kişinin duyguları, düşünceleri ve durumlara verdiği tepkileri sonucunda şekillendiğini vurgulamakta dolayısıyla kişinin kendini nasıl gördüğünü yani dış görünümümüzün içsel algısı olduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde bedendeki değişimler, kişinin çevresiyle kurduğu iletişim, stres yaratan durumlar gibi etkileşimler sonucunda beden algısında olumlu veya olumsuz anlamda değişim ve gelişimler gerçekleştiğini vurgulamıştır. Son olarak Aktaş ve ark. (2015) beden algısının genç erişkinlik döneminde de çok önemli olduğunu, kişinin bu dönemde bedeni ve bedenine yönelik algısının ön planda olduğunu; bu yüzden de bedenlerini olumlu algılayan kişilerin davranışlarının da olumlu olduğu, tam tersi olarak bedenlerini olumsuz algılayanların davranışlarının da olumsuz olabileceğini ifade etmişlerdir. Beden algısı ile ilgili olumlu veya olumsuz düşüncelerin bireylerin özgüven düzeyini, depresif duygularını, olumsuz algılanma korkusunu ve genel olarak kaygı düzeylerini çok önemli şekilde etkileyebildiğini vurgulamışlardır.

Beden imajı, insanların kendilerini görme-algılama biçimlerine ve iş görme yeteneklerine etki etmesinin yanı sıra, günlük stresler ve tehdit edici yaşam olaylarına karşı da bireyin kendisini savunmasına yardımcı olabilmektedir. Örneğin bireyin kendine olan güvenine, kapasitesine ve sınırlılıklarına ilişkin algısı olumlu olduğunda riskli yaşam olaylarıyla mücadele etmesi daha kolay olabilmektedir. Aynı şekilde tersi bir durumda kişinin kendisiyle ilgili algısı olumsuz olduğunda kişi normal hayatında bile negatif etkilerini yaşayabilmektedir. Richardson ve

arkadaşlarına (2009) göre bedenden memnun olmama, olumsuz beden imajına sahip olma normal hayatlarında bile genç kadınların %70'ini, genç erkeklerin %23'ünü etkilemektedir. Ayrıca bireyler yaşı ilerledikçe, yani genç olma fikrinden uzaklaştıkça beden imajlarında olumsuza yönelme olabilmektedir. Araştırmalar özellikle orta yaş aralığındaki kadınların sağlıklı bir kiloda olmak yerine hep daha ince bir vücut yapısına sahip olmayı arzuladıklarını göstermektedir. Ancak ailesel destek, özgüven ve kişisel gelişimin tamamlanmasının etkisi ile bireyler yaşlanmayla gelen dış görünüşteki farklılıkları kabullendikleri takdirde, beden imajında bir olumsuzluğun oluşmadığı görülmektedir (McLean ve ark., 2011).

Bireylerin beden imgelerinin oluşmasında veya bedenleri için ideal özelliklerin nasıl olması gerektiği ile ilgili psikolojik, kişisel, duygusal, sosyal ve toplumsal bir çok etken bulunmaktadır. Bireylerin ortak beden imgelerinin oluşması, olumlu beden imajının gelişimi veya ideal beden nasıl olması gerektiği toplumdan topluma çok değişiklik göstermektedir. Bu değişikliklerin sebepleri olarak; her toplumun bir çok konuda kendine ait kalıp yargılar oluşturduğu gibi onu oluşturan bireyleri için de beden imajı veya ideal bir beden sahip olması gereken özellikler ile ilgili toplumsal kalıp yargılar geliştirmesi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bireylerin bedenlerinden duyduğu memnuniyeti etkileyebilen bu kalıp yargılar ergen bireylerin beden algısını hem olumlu hemde olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Toplumlarda kalıp yargıların oluşmasında bir çok faktör etkili olabildiği gibi o toplumdaki bireylerin beden algılarının oluşmasında da bir çok faktör etkili olmaktadır. Bu faktörlerden biri olarak günümüzde teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması sonucunda klasik medya veya sosyal medya sektörü; toplumun veya bireyin beden algısını etkilemenin, yönlendirmenin, değiştirmenin, ve beden imgesiyle ilgili kalıp yargılar oluşturmaının en etkili yollarından biri olmuştur. Örneğin bu platformlar bu sektörlerde düzenli bir şekilde yer alan ve ideal beden ölçüleri olarak kabul edilen vücut ölçülerine sahip ünlüler, modeller, sanatçılar, müzisyenler veya sporcular aracılığıyla onları düzenli bir şekilde izleyen ve takip eden bireylerin beden imgelerini kolay bir şekilde etkileyebilmektedirler. Tüm bu yönlendirmeler, etkilemeler ile birlikte sosyal, duygusal ve psikolojik

bir çok etkenin sonucunda toplumdaki her bir birey kafasında kendine göre bir beden imajı oluşturabilmektedir. Bireyler oluşturdukları bu beden imajına göre kendileri için ideal bir vücut oranı belirleyebilmekte ancak kendi vücut oranları ile oluşturdukları ideal vücut oranları arasında bir uyumsuzluk yaşanması halinde ise bireylerin kendi bedenlerine yönelik olumlu bir algı geliştirmekte zorlandıkları düşünülmektedir (Kulaksızoğlu, 1998). Ayrıca ergen bir bireyin arkadaşlarından, aile üyelerinden, sosyal çevresinden veya sosyal medyadan bedeni hakkında aldığı geri bildirimler ve mesajlar onun beden algısını değerlendirmede ve olumlu/olumsuz bir beden algısı oluşturmada önemli bir yer kaplamaktadır (Onar, 2008; Oktay ve Şahin, 2010). Sonuç olarak yukarıdaki faktörler gibi bir çok faktörün sonucunda kendi bedenini olduğu gibi kabul eden, kendisiyle barışık olan bir ergen bireyde olumlu bir beden algısı oluşabiliyorken; kendi bedenini olduğu gibi kabul edemeyen, kendisini sevmeyen, beğenmeyen ergen bireyde ise olumsuz bir beden algısı oluşabilmektedir. Yukarıdaki alanyazından hareketle araştırmanın örneklem grubu olan lise öğrencilerinin ergenlik dönemine denk gelmeleri, dış görünümün ergenler için önemli olması, beden algısının ve memnuniyetinin kişilik gelişiminde önemli bir unsur olması sebebiyle aşağıda beden memnuniyeti ile ilgili kuramsal bilgiler verilmiştir.

2.1.3 Beden Memnuniyetinin İlişkili Olduğu Faktörler

Beden algısını veya beden memnuniyetini etkileyen faktörlerden birinin benlik veya benlik saygısı olduğu düşünülmektedir. Benlik kavramı kişinin öz varlığı, onu kendisi yapan şey, onu diğerlerinden ayıran temel özellikler, kendilik ve kişilik olarak farklı şekillerde tanımlanan bir kavramdır (Vikipedi, 2021). Adams (1995) ise benliği bireyin kendini nasıl ifade ettiği ile ilgili olduğunu; benlik saygısının ise benliğin duygusal bir boyutu olduğu, kişinin kendini onaylaması, değerli bulması, ödüllendirmesi, takdir etmesi ve kendini sevmesi gibi bireyin benliğini beğenme ve değerli bulma derecesi olarak ifade etmiştir. Benlik saygısı, kişinin kendisini olumlu yada olumsuz olarak değerlendirdiği, konuma, şartlara, gelişmelere göre değişebilen ve kişinin kendisinden memnun olup olmama durumuna göre kişinin duygularını ve davranışlarını farklı yönlerde etkileyebilen öznel bir olgudur (Sivribaşkara, 2003). Benlik algısının olduğu kritik dönemlerden biri olan ön ergenlik ve ergenlik yıllarında, döneme özgü olarak

bireylerin dikkatlerinin bedenlerine yönelmiş olması benlikle ilgili kavramların büyük oranda fiziksel görünümle ilgili olmasına sebep olmuştur (Montemayor ve Eisen, 1977). Ancak ergenlik dönemindeki bireyin beden yapısı, algılama ve duyumlarındaki değişimler ve bedeniyle ilgili deneyimler sonucunda bu yaşına kadar algıladığı beden imajı bozulmaya başlamıştır. Beden imajındaki bozulma ve dış görünüşteki değişimler sonucunda ergen içsel imajıyla ilgili karmaşa yaşamaya başlamaktadır. Bu kargaşa özellikle orta ergenlik döneminde çok fazla fiziksel değişimin yaşanmasından dolayı oluşmakta ve sonuç olarak da kişinin benlik saygısının düşmesine ve karamsar duyguların gelişmesine sebep olabilmektedir (Çelen, 2007). Benlik saygısı ile beden imajı arasındaki ilişkiye bakıldığında, kadınların erkeklere göre beden memnuniyetsizliğinin daha yüksek olduğu, Bu farklılığın kişilerin akranlarından, ebeveynlerden, okul çevresinden aldığı dönütlerin ve medyanın etkisi sonucunda oluştuğu düşünülmektedir. Çeyrek asırdan daha fazla bir zaman içinde medya; sosyal platformlar, filmler, diziler veya reklamlar gibi birçok farklı enstrüman aracılığıyla ideal beden ölçüleri (zayıf, ince belli, çekici, bakımlı, alımlı gibi) dayatması sonucunda kişilerde ciddi oranda beden memnuniyetsizliği yaşanmasına sebep olmuştur (Dánielsdóttir, 2014). Kişiler aldıkları bu dönütler sonucunda , kendi değerlerini sorgulamaya başlamakta ve bedensel özellikleri ile değerlilik derecelerini kıyaslamaya gidebilmektedir. Bu bakış açısıyla bakıldığında benlik saygısı ile kişilerin beden memnuniyetleri veya kendilerini çirkin ya da güzel algılamaları arasında ilişki olduğunu düşündürmektedir. Bu iki değişken arasındaki ilişkinin karşılıklı olduğu; benlik saygısı düşük kişilerin beden memnuniyetsizliğinin daha fazla olduğu, benlik saygısı yüksek kişilerin ise bedenlerinden daha memnun olduğu ve kusurlarını kabullenici bir yapıya sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca sosyal medya; kullanıcılara diğer insanlarla kendilerini karşılaştırma olanağı sunması sebebiyle onları etki altına alarak hem benlik saygılarını hem de bedenlerine ilişkin algı, düşünce ve duygularını değiştirebilmekte, bu durum da sosyal medyayı algı yönetiminde önemli bir araç haline getirmektedir (Holmqvist ve Frisén, 2012).

Beden algısı ile ilişkili olduğu düşünülen bir diğer kavram öz-şefkattir. Öz-şefkat kişinin kendi acısının farkında olması, ondan kaçmadan ya da kendini suçlamadan ıstırabının azalması için kendisine merhametle yaklaşması, herkes gibi

kendinin de hatalarının ve yetersizliklerinin olabileceği ve bunlara karşı anlayışlı, kabullenici, yargısız ve affedici bir kabul ile yaklaşmayı içermektedir (Neff, 2003). Bireylerin öz-şefkat düzeylerinin artması sonucunda onların yaşadığı bunalım ve kaygı belirtilerinde düşüş yaşanması, edinilen acı tecrübelerle şefkatle bakılması ruh sağlığı açısından önemli olduğu görülmektedir (Neff, Kirkpatrick ve Rude, 2007). Öz şefkatin zorlu yaşam olayları ile başarılı bir şekilde mücadele etmede destekleyici olduğu (Allen ve Leary, 2010), negatif duygulardan kaçınmak yerine acı verici tecrübeleri kabullenerek pozitif duygular hissetmeyi kolaylaştırdığı belirtilmektedir (Germer ve Neff, 2013). Öz-şefkat düzeyinin yüksek olmasının beden memnuniyetsizliği üzerinde koruyucu özelliği bulunmaktadır. Öz-şefkati yüksek olan bireyler ailenin, sosyal çevrenin ve medyanın dayattığı ideal beden baskısına karşı kendilerini daha kolay koruyabilmekte ve daha az kişisel algılama eğiliminde olmaktadır (Tylka, Russell ve Neal, 2015). Wasylikiw ve ark. (2012) öz-şefkat ile beden kaygıları ilişkisini ele alan araştırmasında, öz-şefkat düzeyi yüksek olan kadınların dış görünüşleri ile ilgili daha az kaygı duydukları, bedenlerini olduğu gibi kabullenme eğilimlerinde bulundukları ve daha az yeme suçluluğu hissettikleri bulmuşlardır. Ferreira ve ark. (2013) ergenler üzerinde yaptıkları bir çalışmada sağlıklı ergenler ile yeme bozukluğu yaşayan ergenlerin beden algısına ilişkin beden memnuniyetsizliği, zayıf olmaya ilişkin istek, utanç ve öz-şefkat değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda, öz-şefkatin beden kaygıları, beden ve zayıflama isteğine karşı koruyucu olduğu bulunmuştur. Bu sonuca dayanarak öz-şefkat düzeyi yüksek olan kişilerin kendileri ile daha barışık olduğu, kendilerini olduğu gibi kabul ettikleri ve bedenleri ile ilgili daha az negatif duygu yaşadıkları görülmektedir. Aynı şekilde Moffitt ve arkadaşarının (2018) yaptıkları deneysel çalışmada, kendilerini öz-şefkat içeren kelimelerle ifade eden kişilerin diğer katılımcılara göre beden memnuniyetsizliğinde düşüş yaşadıkları gözlenmiş, benzer prosedürlerin uygulandığı diğer çalışmalarda da kişilerin bedenlerini olduğu gibi kabullenme ve bedenlerine yönelik memnuniyet düzeylerinde olumlu yönde bir artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Seekis ve ark., 2017; Stern ve Engeln, 2018). Yapılan araştırmalar, öz-şefkatin olumlu beden imgesi oluşturmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Dış görünüşün diğerleri ile kıyaslanması gibi beden imgesini tehdit eden durumlarda bireylerin bedenlerine ilişkin olumlu tutumlarının

devamlılığını sağlaması açısından öz-şefkatin öne çıktığı belirtilmektedir (Homan ve Tylka, 2015; Siegel ve ark., 2020).

Alanyazın incelendiğinde sosyal kaygı ile beden memnuniyeti arasında da ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal kaygı, bireyin başka insanlar tarafından olumsuz değerlendirilme, uygunsuz hareket edeceğinden veya kötü duruma düşeceğinden korku duyma, farklı sosyal ortamlarda olumsuz bir izlenim bırakma gibi düşüncelerle yaşadığı huzursuzluk ve gerginlik durumu (Çakır, 2010) ya da sosyal ortamlarda korku, huzursuzluk ve gerginlikten kaçınma eğilimini ifade eden yaygın bir anksiyete bozukluğu olarak tanımlanmaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 1994). Kişide sosyal kaygının gelişmesi durumunda onunla beraber ortaya çıkan ve gelişen davranış şekillerinin utangaçlık, çekingenlik, yalnızlık, sosyal becerisizlik ve depresyon olduğu görülmektedir (Aslan, 2017). Sosyal kaygının başlangıç yaşının genellikle 13–19 olduğu (Köroğlu, 1996), bu yaş aralığının ergenlik dönemine denk geldiği için kişide sosyal kaygıyla beraber çeşitli davranışların gelişmesine sebep olduğu ve sosyal kaygının bireylerin kişiliğini önemli ölçüde etkilediği düşünülmektedir. Aynı şekilde kişiliği etkileyen bir diğer değişkenin beden imgesi olduğu göz önüne alındığında, sosyal kaygı ile beden memnuniyeti arasındaki ilişki araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Beden memnuniyeti ve sosyal kaygının birlikte ele alındığı araştırmalar arasında yapılan çalışmalara bakıldığında; İkiz ve Eriş'in (2013) 300 ergen genç ile yaptığı araştırmada, olumlu beden imajına sahip ergenlerin, sosyal kaygı yaşama seviyeleri, olumsuz beden imajına sahip ergenlerden daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde 473 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen bir araştırmada olumsuz beden imgesine sahip kişilerin bedensel görünimleri nedeniyle yeni sosyal ortamlara girmekten kaçındıkları, olumsuz değerlendirmelerden olabildiğince sakınmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir (Doğan ve ark., 2011). Yine Clark ve Wells (1995), bireylerin kendi beden imgelerine yönelik bilişsel çarpıtmalarının, benlik değerleri ve sosyal kaygı ilişkilerini olumsuz değerlendirmede önemli etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir.

Ergenlerde beden memnuniyetini etkilediği düşünülen kavramlardan bir diğeri sosyal görünüş kaygısıdır. Sosyal görünüş kaygısı, bireylerin başkaları tarafından fiziksel ve dış görünimleri açısından değerlendirilmesi durumunda

onların yaşadığı gerginlik ve kaygı hali veya bireyin beğenilmemesi, kabul edilmemesi veya alay edilmesi gibi korkularının yarattığı bir endişe hali olarak tanımlanmaktadır. (Hart, Leary ve Rejeski, 1989). Sosyal görünüş kaygısı yalnızca bireyin fiziksel ve dış görünümüyle ilgili (boy, kilo, kas yapısı) izlenimleri değil, aynı zamanda bireyin genel görünümüyle ilgili (gülüşü, yüz şekli, dişlerinin şekli, ten rengi, burnunun yapısı, kaşlarının şekli, gözlerinin uzaklığı) genel izlenimleri de içeren bireyin öz değerlendirme süreci olarak açıklanmaktadır (Özcan ve ark., 2013; White, 2008). Sosyal görünüş kaygısı, gençlerin ergenlik döneminde başkalarının onların fiziksel ve dış görünümünü değerlendirileceği korkusunu yaşamaları ve bu dönemde duyguların yoğun yaşanması sebebiyle bu duygu önemli hale gelmektedir. Nitekim ergenlik döneminde gençlerin görünüşlerine aşırı önem vermesi, medyanın beden algısı üzerindeki önemli etkisi ve gençlerin bedenlerini kusursuz görme kaygıları dikkate alındığında; sosyal görünüş kaygısının kişilerin bedeniyle ve dış görünümüyle ilgili olumsuz bir beden algısına sahip olmaları sonucunda oluştuğu görülmektedir (Doğan, 2010; 2011). Aynı şekilde fiziksel görüntüsünden memnun bireylerin daha pozitif, dışa dönük, atılgan, özgüveni yerinde, sosyal olarak aktif ve yüksek beden algısına sahip olduğu; fiziksel görüntüsünden memnun olmayan bireylerin ise daha karamsar, içine kapanık, çekingen, özgüvensiz, sosyal durumlarda yetersiz, sosyal onay ihtiyacı duyulan ve düşük beden algısına sahip olduğu dikkate alındığında da beden imajı kavramı önemli hale gelmektedir (Çınar ve Keskin, 2015). Alanyazın incelendiğinde araştırmacıların (Claes ve ark., 2012; Gümüş, 2000) sosyal görünüş kaygısının özellikle beden imajı ve özgüven gibi ergenlerin kişilik gelişimini etkilediği düşünülen değişkenlerle olan ilişkisini inceledikleri gözlenmektedir. Benzer şekilde Jankauskine ve Mienzine (akt. Alemdağ ve Öncü, 2015) fiziksel aktiviteye katılım, sosyal görünüş kaygısı ve beden imajı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla toplam 217 kişiyle yaptıkları araştırmada sonucunda kadınların sosyal görünüş kaygılarının erkeklerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca Dilmaç ve Seki (2015) ergenlerde bulunan özellikler ile kendini iyi hissetme ve sosyal görünüş kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için yaş aralığı 13-18 olan 600 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda, ergenlerin değerlerinin öznel iyi oluşları ve sosyal görünüş kaygıları üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu araştırmalardan yola çıkılarak sosyal görünüş kaygısının

beden imajıyla ilgili bir durum olduğu ve bireylerin beden memnuniyetini etkilediği düşünölmektedir.

Beden memnuniyeti ile ilişkisi olduğu düşünölen bir diğer kavram sosyal onay ihtiyacı kavramıdır. Sosyal onay Horney (1942)'e göre nesne, koşul ya da durum ayrımı farketmesizin başkalarını memnun etmeye ve bu şekilde başkaları tarafından sevilip onaylanmaya duyulan ihtiyaç olarak tanımlanmıştır. Bir diğer tanımına bakıldığında bireyin başka kişilerin görüşlerine önem vermesi, başka kişiler tarafından onaylanmaya ihtiyaç duyması ve onaylanamama kaygısı olarak açıklanabilmektedir (Leite ve Beretvas, 2005). Sosyal onay ihtiyacı bireyin başkalarının beklenti, arzu ve isteklerini otomatik olarak karşılamayı, kendini olduğu gibi gösterme korkusunu, kendi içindeki veya diğerlerinin düşmanlığından korkmayı içeren; önemli olanın kişinin kendisinin değil başkalarının arzuları ve görüşlerinin olduğuna dayalı olarak ortaya çıkan psikolojik bir ihtiyaçtır (İnanç ve Yerlikaya, 2002). Bireyin çevresiyle yakınlaşarak sosyal bağlar oluşturmasını ve bireyin daha çok diğer bireylerin istek ve beklentilerine göre bir hayat yaşamasına sebep olabilen ve kişilerarası etkileşim ve iletişimlerde önemli bir yere sahip olan sosyal onay ihtiyacı, kültürel değerlerden etkilenecek şekilde şekillenmektedir (Karaşar ve Öğülmüş, 2016). Günümüzde kültürel veya sosyal değerlerden biri olarak kabul edilen medya veya sosyal medya reklamlar, gazeteler, dergiler, diziler, klipler, filmler aracılığıyla ideal beden imgeleri oluşturmuş ve bu ideal bedene ulaşmanın da nasıl olabileceğini yayan bir araç halini almıştır (Eşiyok Sönmez ve Özgen, 2017). Toplumun bir parçası olan birey cinsiyet, aile, arkadaş grubu, benlik saygısı, fiziksel faktörler, medya veya sosyal medya gibi faktörlerden etkilenecek şekilde ideal beden algısı oluşturmakta ve bu süreç kişinin beden algısı gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır (Güvenen, 2017). Sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ilişkisini kanu alan çok az araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmaları yapan araştırmacılardan biri olan Kurtyiğit (2020), 349 üniversite öğrencisi üzerinde yaptığı bir araştırmada bireylerin kendi bedenlerini beğenme ve kabul etme oranının düşüğe onların çevreleri tarafından onaylanmaya daha fazla ihtiyaç duydukları, özellikle medyanın sunduğu ideal beden algısı sebebiyle bireylerin kendi bedenlerini beğenmemeye başladığı sonuçlarına ulaşmıştır. Ayrıca araştırmada kendi bedenini beğenmeyen bireylerin beden memnuniyet düzeylerinin

azaldıkça sosyalleşme ve çevresiyle olumlu ilişkiler kurma potansiyellerinin de azaldığı belirtilmiştir. Araştırmanın bu bulgusuna dayanarak bu durumun hem fiziksel hem de psikolojik olarak sağlıklı bireylerin yetişebileceği kaygısını oluşturmuş ve en büyük neden olarak da günümüzde sıkça kullanılan sosyal medya platformlarının olduğu ifade edilmiştir. Bir diğer araştırmada sosyal onay ihtiyacının internet kullanımı ile ilişkisinin tespiti amacıyla Aydoğmuş ve Demir (2017) tarafından sosyal onay ihtiyaçları ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmacıların 262 lisans öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmanın sonucunda sosyal onay ihtiyacı ve problemli internet kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu, bu durum sosyal ihtiyacın önemli kriterlerini oluşturan destek, onay alma ve yakın ilişki kurma boyutlarını internet aracılığıyla karşılama isteğini desteklediği görülmektedir. Bu verilere dayanarak sosyal onay ihtiyacı ile sosyal medya kullanımı ve beden memnuniyeti arasında bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bireylerin beden algısı ve beden memnuniyetleri ile ilişkisi olduğu düşünülen bir diğer kavram öznel iyi oluş kavramıdır. Öznel iyi oluş, bireyin sahip olduğu duygusal bileşenler olarak olumlu (mutluluk, sevinç, gurur, neşe ve coşku gibi) ve olumsuz (utanç, üzüntü, stres, suçluluk ve depresyon gibi) duygular, bilişsel bileşenler olarak yaşam alanları (evlilik, sağlık, iş gibi) ve yaşamdan aldığı doyuma dair yaptığı subjektif bir değerlendirme olarak tanımlanmıştır (Ben-Zur, 2003; Diener, 2000; Diener, 2009; Diener ve ark., 1999; Türkmen, 2012). Ergenlik döneminde bireyler için önemli bir dikkat odağı haline gelen bedenlerine dair izlenimler kimlik gelişimi, cinsel gelişim ve psikososyal gelişimlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca yine bu dönemde önemli gelişimsel görevlerden biri olan kendi bedenini kabul; ergenin olumlu bir beden imajını oluşturmalarını, fiziksel görüntüsünü beğenmesini, kendi bedenine karşı gerçekçi bir bakış açısı geliştirmesini ve bununla mutlu olmasını ifade etmektedir (Çelen, 2007). Bu açıdan ergenlik döneminde ergenler için önemli bir yer kaplayan pozitif beden algısının, aynı şekilde onların olumlu öznel iyi oluş duygularının da gelişmesine katkı sağladığını birçok araştırma sonucuna dayanarak söylemek mümkündür. Beden imajı ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiye işaret eden araştırmalardan; Diener ve ark. (1995) fiziksel çekicilik ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı

olduğunu, Tuzgöl Dost (2006) üniversite öğrencileri ile yaptığı araştırmada, fiziksel görünümünden memnuniyet ile öznel iyi oluş arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu, aynı şekilde Durkin ve Paxton (2002) ergenlerle yaptığı araştırmada beden imajı ve öznel iyi oluş arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu ve Stokes ve Frederick-Recascino (2003) ise farklı yaş grubundaki kadınlarla yaptıkları araştırmada kadınların beden memnuniyetinin, genel yaşam memnuniyetine ve öznel iyi oluşlarına anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu araştırma bulgularına dayanarak gelişimsel açıdan ergenlik dönemine denk gelen lise yıllarında, öğrencilerin beden memnuniyetinin öznel iyi oluşlarına, sağlıklı kişilik gelişimlerine ve yaşamdan doyum almalarına katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılabilir.

Beden algısı veya beden memnuniyeti ile ilgili olduğu düşünülen kavramlardan bir diğer kavram özgüvendir. Özgüven, bireyin kendini değerli olarak görmesi veya hissetmesi (Bandura, 1997), kendini sevebilmesi ve inanması, duygularını tanıyıp ifade edebilmesi, yeteneklerinin ve ilgilerinin farkında olup gereklerini yerine getirebilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Özbey, 2004). Özgüvenin iki temel dayanağı kişinin kendini doğru tanıyabilmesi ve kendini sevebilmesi olarak kabul edilmektedir. Kendisini seven bir birey kendisiyle barışık olabilmekte ve bunun sonucunda da kendine güven duymaya başlayabilmektedir (Kasatura, 1998). Özgüven, kişinin bedeni, hal ve hareketleri sayesinde hayatında sağlamış olduğu hakimiyet ve kontrol olarak da açıklanabilmektedir. Bireyin dış dünyayla etkileşiminde söz konusu egemenlik ruhunun varlığı ya da yokluğu, içsel olarak kendine yönelik algılamaları ve bu içsel algılamalarının davranışlarını etkileyebilmesi durumları onun hayatının her evresini pozitif veya negatif olarak etkileyecektir (Gökner, 2015). Örneğin kişilerin yüksek özgüvene sahip olması onlara akademik başarı, aile ilişkileri, arkadaşlık ilişkileri ve spor alanı gibi birçok alanda başarılı olmalarında pozitif katkı sunabilmektedir. Oysa kişilerin düşük özgüvene sahip olması farklı alanlarda başarısız olmalarına, duygusal dünyalarında karamsarlık gibi negatif duyguların hakim olmasına, problemlerinin çözümü ve toparlanma süreçlerinin daha uzun sürmesine sebep olabilmektedir (Ergen, 2019). Özgüven duygusu kişinin olumlu veya olumsuz beden algısına da etki edebilmektedir. Ergenlik döneminde her bireyin gelişimi diğer bireylerden farklılık

gösterebilmektedir. Bu farklılıklar sonucunda, ergenlerin okul başarılarında önemli gerileme yaşanabilmekte veya akranlarına göre daha farklı davranışlar gelişebilmektedir. Aynı şekilde gelişim sürecinde fiziksel olarak akranlarından farklılıklar yaşayan bireylerde utangaçlık, dışlanma, alay edilme ve özgüven düşüklüğü yaşanabilmektedir. Bireylerin kişilik gelişimini önemli düzeyde etkileyen özgüvenin, beden algısı ile ilişkisini inceleyen araştırmalar incelendiğinde Cash ve Fleming (2002) kişinin beden algısına verdiği önem ile özgüvenin doğru orantılı olduğunu, bu sebeple vücut görünümünü beğenmeyen bireylerin özgüvenlerinin beğenenlere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bir diğer araştırmada Yıldırım (2016) fiziki görünümün özgüveni etkilediğini, ayrıca ergenlerin kendi dış görünümelerini algılayış biçimlerini kendilerini sosyal medyada bulunan kişilerin fotoğrafları ile kıyasladıklarında ve bedenlerinin kabul edilen ölçülere uygun olmadığını düşündüklerinde özgüvenlerinde zedelenme yaşadıklarını belirtmiştir. Yılmazel ve Günay (2012) ise ortaokul düzeyinde 6-8. sınıflarında ve lise düzeyinde 9-11. sınıflarında okumakta olan toplam 622 öğrenci ile , araştırmada kendilerini kilolu olarak gören öğrencilerin özgüven puanlarında anlamlı bir azalma yaşandığı sonucunu elde etmişlerdir.

Beden memnuniyeti ile ilişkisi olduğu düşünülen ve beden memnuniyetsizliğini en iyi tahmin eden değişkenlerden bir diğerinin yeme tutumları veya yeme bozukluğu olduğu belirtilmektedir (Senra ve ark., 2007). Beden imgesinin bozulmasının da önemli bir sonucu olan yeme tutumlarındaki bozulma (Van den Berg ve ark., 2002) çoğu zaman yeme bozukluğu ile iç içe geçebilmektedir. Yeme bozukluğu yaş aralığı farketmeksizin tüm bireylerde görülen ancak özellikle genç kadınlarda daha fazla gözlenen, önemli sağlık problemlerine sebep olan ve ileri aşamalarında ölüme yol açabilen önemli bir bozukluktur (Birmingham ve ark., 2005). DSM-5 tanı kriterlerine göre yeme bozukluğu anoreksiya nervoza (isteğe bağlı kilo kaybı, bozuk bir beden imajı ve kilo almaktan yoğun korku duyma), bulimia nervoza (yüksek kalorili yiyeceklerin çok hızlı bir biçimde tüketilmesi ve ardından kilo alımını engellemek, kişinin kilosunu sabitlemek amacıyla telafi edici davranışlarda bulunması) ve başka türlü adlandırılmayan yeme bozukluğu (anoreksiya veya bulimia tanısı koymak için

gerekli bütün kriterleri karşılamayan yeme bozukluğu hastalarını tanımlama) olmak üzere üç grupta toplanmaktadır (Herzog ve ark., 2006). Yeme bozukluğu olarak adlandırılan dördüncü bozukluk ise tikanırcasına yeme bozukluğudur. Tikanırcasına yeme bozukluğu, ilk kez uluslararası yeme bozukluğu konferansında dile getirilmiş ve tikanırcasına yeme davranışlarını sergileyen fakat bunu telafi edecek hiçbir davranışta bulunmama olarak tanımlanmıştır (Onar, 2008). Beden memnuniyetsizliğinin de önemli bir bileşeni olan yeme tutumlarındaki bozulma, özellikle riskli grup olarak kabul edilen ergenlerde gözlenebilmektedir (Bas ve ark., 2004). Bireylerin beden imgelerindeki bozulmaların, yeme tutumlarının yanı sıra yeme bozukluğu ile de ilişkili olduğu düşünülmektedir. Örneğin DSM-5'teki kriterlerinde; Anoreksiya ve bulimiya nervoza rahatsızlığı olan hastaların hem algılamalarında hem de tutumlarında önemli beden imgesi problemleri yaşadıkları belirtilmiştir. Yeme tutumlarındaki bu problemlerin ise bireylerde beden memnuniyetsizliği ile ilgili olduğu düşünülen tutumsal boyutun etkilediği düşünülmektedir (Garner, 2002). Yeme bozukluğu ile beden imgesi arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara bakıldığında; Bulimiya ve anoreksiya nervoza hastalarında (Cash ve Deagle, 1997) mevcut vücut ölçülerine ilişkin olumsuz düşünceler, sağlıklı bireylere göre daha fazla olduğu ve bu hastaların ideal vücut ölçüleri sağlıklı kişilerin ideal vücut ölçülerine göre daha ince, zayıf ve fit ölçüler olduğu bulunmuştur. Bu sebeple ideal vücut ölçülerine dair beklentileri sabit olan bu hastaların, kendi vücut ölçülerinde meydana gelen artış ya da düşüş, bedenleri ile ilgili memnuniyetsizliklerini belirlemede önemli bir unsur haline gelebilmektedir (Williamson ve ark., 1993).

2.2 Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Kuramsal Açıklamalar

Sosyal medya, kişilerin halka açık veya yarı açık ortamlarda, belirli sınırlar ve kurallar dahilinde oluşturulan bir düzende diğer kişiler ile iletişim kurdukları, kendi bağlantılarını veya profillerini oluşturabildikleri; bağlantıları veya profilleri aracılığıyla yaptıkları paylaşımları izleyebildikleri, değiştirebildikleri, yorum ve katkı sunabildiği internet tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Ellison ve ark., 2007). Benzer şekilde sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi sonucu bireylerin belli amaç ve içeriklerle paylaşımlar yaptığı, karşılıklı geri dönüt

alabildikleri ve onu kullanan herkesin müdahalesine açık olan sanal sitelerin veya uygulamalarının genel adı olarak nitelenmektedir (Bat, 2012). Bir diğer tanıma göre ise sosyal medya, kullanıcıların uygulamalarda kendi profillerini oluşturup, mevcut veya yeni etkileşim içinde oldukları kişiler veya gruplarla paylaşımda bulundukları ve diğer kullanıcılara ait olan sayfaları veya profilleri takip edebildikleri sanal platformlardır (Boyd ve Ellison, 2007). Sosyal medya, internet alt yapısı kullanılarak çeşitli siteler ve uygulamalar üzerinden bilgi- gönderi paylaşımı yapılmasını sağlayan sanal ortam (Boyd, 2008) ve kullanıcıların birbirlerini kolay bir şekilde etki altında bırakmayı sağlayan iletişim teknolojileridir. Sosyal medya uygulamaları alanyazında; sosyal ağlar (Boyd ve Ellison, 2007), çevrimiçi topluluklar (Buss ve Strauss, 2009) ve sosyal paylaşım siteleri (Aksüt ve ark., 2012) gibi farklı isimlerle anılmaktadır. Geleneksel medyanın sunamadığı özelliklerden olan çevrimiçi olma, katılımlı olma, çift yönlü konuşabilme, bağlanmışlık ve açıklık gibi özellikler sosyal medyanın yapı taşı ve dayanak noktasını oluşturmaktadır (Akar, 2010). Aynı şekilde bireylerin sanal olarak sosyalleşmesini sağlayan sosyal medya, kullanıcılarının herhangi bir konuda bilgi alıp vermek, yapılan paylaşımlar hakkında görüş sunmak, yeni kişilerle tanışmak, mevcut arkadaşları ile iletişimi devam ettirmek, yeni yerler keşfetmek, fotoğraf yüklemek, müzik dinlemek, videoları izlemek ve gönderi paylaşmak gibi bir çok etkileşim için düzenli ve sürekli başvurulmuş bir iletişim ortamı olmaktadır (Özkan, 2013). Sosyal medyanın sunduğu bu özellikler sayesinde günümüzde bireylerin sosyal medyada takılma, vakit geçirme, paylaşımda bulunma, iletişim kurma ve etkileşim sağlama gibi sosyal etkinlikler günlük hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Richards ve ark., 2015).

Karşılıklı etkileşim ve paylaşım olanağı sağlayan sosyal medya, teknolojinin sürekli gelişmesi ve yaygınlaşması sonucu dünya genelinde kullanım oranı her yıl artmaktadır. We Are Social Digital in 2021'in (26.04.2021) yayınladığı raporda sosyal medya kullanıcı profil sayısının Dünya'da %53,6 oranla 4,20 milyar kişiye ulaştığı ve bu oranın da mevcut dünya nüfusunun yarısından fazlasının sosyal medya kullanıcısı konumuna geldiğini göstermiştir. Aynı şekilde raporda, Türkiye'de aktif sosyal medya kullanıcısının %70,8 oranla 60 milyon kişiye ulaştığı belirtilmiştir. Son olarak raporda dünyada sosyal medyayı en çok kullanan

grubun 25-34 yaş grubu olduğu, sosyal medyada en çok vakit geçiren grubun ise 16-24 yaş grubundaki bireylerin oluşturduğu bulunmuştur (Bayrak, 2021).

Sosyal medya platformlarının oluşumunda bir çok aşama ve süreçler yaşanmıştır. Sosyal medyanın gelişimindeki bu aşamaları ve süreçleri özetlemek gerekirse ilk mailin 1971 yılında Ray Tomlinson tarafından atılması (Solmaz, 2017) W. Christensen ve R. Suess'in arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla 1978 yılında BBS adlı bir yazılım geliştirmeleri (Gürültü, 2016) sosyal medya için ilk aşamalar olarak kabul edilmektedir. 1991 yılında ise internetin dünya genelinde yaygınlaşmasını sağlayan "WWW" yani "World Wide Web" kurulması ve bu tarihten 3 yıl sonra 1994'te ilk blogun (sanal günlük) kurulması diğer önemli aşamalar olarak görülmektedir (Solmaz, 2017). Teknolojinin ilerlemesiyle beraber Web 2.0'ın kullanılmaya başlanması ve sonrasında 1995 yılında "Classmates.com" adlı site ve 1997 yılında "SixDegrees.com" adlı sitenin kurulması sosyal medya tarihi açısından önemli gelişmeler olarak görülmektedir (Gürültü, 2016). Bu gelişmelerin önemi açısından alanyazın uzmanları SixDegrees.com sitesinin Dünya'da kurulan ilk sosyal medya sitesi olduğu ve site aracılığıyla bireylerin profiller oluşturabildiği, arkadaş edinebildiği, arkadaşlarını listeleyebildiği ve sitede özgürce gezinebildiğini vurgulamışlardır. 1999'da ise Dünya'da bloglar için bir yeni bir gelişme meydana gelmiş ve blog sitesini açmayı sağlayan internet sitesi olan Blogger kurulmuştur. Bu tarihten sonra artık günümüzde hala popülerliği geçerli olan sosyal medya ağları dahil tüm sosyal ağlar birer birer kurulmaya başlanmıştır. Bu sosyal ağlar sırasıyla 2000'de insanların bilgi kaynağını oluşturan online özgür ansiklopedi Vikipedi, 2003'te Blogger'a rakip olan WordPress, iş dünyasında bilgi transferini ve iş başvurusu yapılabilmesini sağlayan LinkedIn, 2004'te en çok kullanılan sosyal ağ olan Facebook ve müzik gruplarına kendilerini tanıtmaya fırsatı veren site olan Myspace, 2005'te fotoğraf saklama/düzenleme/paylaşım platformu olan Flickr ve bugün en çok kullanılan video paylaşım sitesi olan YouTube gibi sosyal medya siteleri kurulmuşlardır (Gününç, 2015). Aynı şekilde 2006'da 140 karakter paylaşımına izin veren Twitter, 2007'de markaların gençleri yakalamasını sağlamak için reklam anlaşmaları yapan Tumblr, 2009'da görsel veya video paylaşım platformu olan Pinterest ve yer bildirimini sağlayabilen Foursquare ve son olarak 2010'da günümüzün popüler

sosyal medya uygulaması olan Instagram gibi sosyal medya siteleri kurulmuşlardır. Bu yıllardan sonra akıllı telefonların gelişmesiyle beraber artık mobil de kullanılabilen uygulamalar sosyal medya dünyasına katılmaya başlamıştır. Bu uygulamalardan Snapchat 2011 yılında, Vine 2012 yılında, Periscope ve Scorp ise 2015 yılında (Solmaz, 2017) ve günümüzde çok popüler bir mesajlaşma uygulaması olan WhatsApp 2009 yılında kurulmuşlardır (Vikipedi, 2021).

Yıllar içinde internet teknolojinin gelişmesi ve internetin akıllı telefonlar üzerinden kullanılmaya başlanması, ucuzlaması ve yaygınlaşması sayesinde neredeyse tüm sosyal medya sitelerinin mobil uygulamalının geliştirilmesini sağlamış, günümüzde artık her sosyal medya sitesinin mobil uygulamasını neredeyse zorunlu hale getirmiştir. Akıllı telefonlar için geliştirilen bu uygulamalar, sosyal medya platformlarını kolaylıkla entegre edebilmekte ve çok kullanışlı hale getirebilmektedir. Ayrıca yukarıda tarihsel gelişime bakıldığında farklı yıllarda kurulduğu görülen bu sosyal medya sitelerinin kullanım ve popülerlik durumlarının neredeyse her yıl ve sürekli olarak değiştiği gözlenmektedir.

2.2.1 Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medyayı klasik medyadan ayıran bazı önemli özellik ve farklılıklar bulunmaktadır. Mayfield (2008) sosyal medya özelliklerini *Katılım* (katkı yapma ve geri dönüş sağlama), *Açıklık* (oylama, yorumlama, bilgi paylaşımı, içeriği kullanma), *Karşılıklı diyalog* (iki yönlü iletişim), *Topluluk* (fotoğraf, dizi, müzik gibi ortak ilgi alanları) ve *Bağlantılı olma* (birçok siteyle bağlantılı olma) şeklinde açıklamıştır. Aynı şekilde sosyal medyayı klasik medyadan ayıran diğer özellik ve farklılıklara bakıldığında *Erişim* (herkesin her kitleye erişebilmesi), *Erişebilirlik* (herkes tarafından az veya hiç maliyetle kullanılabilmesi), *Kullanılabilirlik* (uzmanlaşma ve eğitimin gerekmediği), *Yenilik* (yeni bilgi veya değişimde zaman farkının çok az olması), *Kalıcılık* (yorumlar veya içerik yeniden düzenlenebilir) ve *Özgürlük* (erişimi kolay, eşit düzeyde müdahale edilebilme, küresel bir platform) şeklinde sıralanabilmektedir. Ayrıca zaman içinde yeni özellikler *Erişilebilirlik* (internet üzerinden ulaşma, mobil cihazla uyum, e-postayla güncelleme,), *Programlanabilirlik* (uygulama geliştirme ara yüzü, ek işlevler), *Ölçeklenebilirlik*

(kapasitesi ve hizmeti çok yüksek) ve *Dinamiklik* (akıcı, dinamik, sürekli güncelleme) olarak eklenmiştir (Vikipedi, 2021).

2.2.2 Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Günümüzde sosyal medya uygulamaları çok çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilikle beraber bireyler sosyal medyayı çok farklı amaçlarla kullanabilmektedir. Her bireyin beklentisi, ihtiyaçları, kişilik özellikleri ve tutumlarına göre sosyal medyayı kullanma amacı değişebilmektedir. Bazı kullanıcılar sosyal ilişkilerden kaçmak, izole olmak veya sadece izleyici olarak kalmak istediği gibi bazı kullanıcılar da sosyalleşmek, takdir edilmek ve beğeni kazanmak amacıyla sosyal medya araçlarını kullanabilmektedirler (Hazar, 2011). Katz ve ark. (1974; akt. Alikılıç ve ark., 2013) bireylerin medyayı kullanma amaçlarını dört başlıkta ele almıştır. Bunlar; 1) sosyal medyada yer alan kişilerle özdeşim kurma, sosyal medya sayesinde diğer insanlarla etkileşim kurma, Sosyal medyadaki çeşitli durumlar veya konular ile ilgili diğer insanlarla konuşma, tartışma ve fikir alışverişinde bulunma gibi sosyal bütünleştirici ihtiyaçlar; 2) merak, bilgi dağarcığını geliştirme, kendini geliştirme ve kendi çevresini kontrol etme ihtiyacını kapsayan bilişsel ihtiyaçlar; 3) dinlenme, rahatlama, gerçeklerden kaçış, empati kurma gibi duygusal ihtiyaçlar; ve 4) istikrar, tutarlılık, güvende hissetme, ritüel haline getirme gibi alışkanlık ve ihtiyaçlarını karşılama olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır. Sosyal medyanın kullanım amaçlarını tespit etmek için yapılan diğer araştırmalarda ise; katılımcıların en çok vakit geçirmek (Grant, 2008), var olan arkadaşlıklarını sürdürmek, eğlenmek, merak gidermek (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010), benzer ilgi ve düşüncelerini birbirleriyle paylaşmak (Koç ve Karabatak, 2012) amacıyla sosyal ağları kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca Edosomwan ve ark. (2011)'e göre sosyal medya uygulamalarının kullanıcılar arasında açık iletişimi sağlaması; üyelerine aynı grubun bir parçası gibi hissettirmesi; fotoğraf, video, çevrimiçi içerik gibi görsel paylaşımları içermesi; anında geri bildirim alma olanağı sağlaması; bilgi ve deneyimlerini paylaşma, tartışma ortamı sunması ve takım çalışmasını desteklemesi ve bazı organizasyonların gerçekçi ve açık olması gibi özellikler sayesinde sosyal medyanın kullanıldığını vurgulamıştır.

2.2.3 Sosyal Medyanın Etkileri

‘We are social 2021’ sitesinin yayınladığı istatistiğe göre dünyada toplam nüfus 7.83 milyar kişiye ulaşmıştır. 7.83 milyar dünya nüfusundan 5.22 milyar kişi (%66,6) kişisel mobil telefon kullanıcısı, 4.66 milyar kişi (%59,5) internet kullanıcısı ve 4.20 milyar kişi (%53,6) aktif sosyal medya kullanıcısı olarak görünmektedir. Sosyal medya kullanan kişilere bir önceki yıla göre 490 milyon kullanıcının (%13,2) daha eklendiği gözlenmiştir. Dünya’daki sosyal medya kullanıcısı günde ortalama 2 saat 25 dakika sosyal medya uygulamalarında zaman geçirmektedir. 4.20 milyar kişi sosyal medya kullanıcısının 4.15 milyarı (%98,8) sosyal medyaya mobil cihazlar üzerinden erişim sağlamaktadır. Rapora göre Dünya’da en çok kullanılan sosyal ağların ilk 5’i ; Facebook, Youtube, Whatsapp, FB Messenger ve Instagram olarak sıralanmıştır. ‘We are social 2021’ sitesi aynı zamanda ülkelerin de sosyal medya kullanım raporlarını yayınlamaktadır. Bu raporda belirtildiği üzere ülkemizde yani Türkiye’de toplam nüfus 84,69 milyon kişiye ulaşmıştır. 84,69 milyon Türkiye nüfusundan 76,89 milyon kişi (%90,8) kişisel mobil telefon kullanıcısı, 65,80 milyon kişi (%77,7) internet kullanıcısı ve 60 milyon kişi (%70,8) aktif sosyal medya kullanıcısı olarak görünmektedir. Türkiye’deki sosyal medya kullanıcıları günde ortalama 2 saat 57 dakika yani yaklaşık 3 saatini bu uygulamalarda geçirmektedir. Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının yaş aralığına baktığımızda %33,8 oranıyla 25-34 yaş arası kullanıcılar en çok sosyal medyayı kullanmakta, onu %20,3 oranıyla 18-24 yaş arası kullanıcılar takip etmektedir. Cinsiyet dağılımında ise %61,4 kullanıcı oranıyla erkekler, %38,6 kullanıcı oranıyla kadınların sosyal medyayı kullandığı görülmektedir. Türkiye’de 2021’de en çok kullanılan 20 sosyal medya uygulama içerisinde en çok kullanılan sosyal medya uygulaması %94,5 kullanıcı oranıyla Youtube, Onu son yıllarda büyük bir yükseliş yakalayan %89,5 kullanıcı oranıyla Instagram takip ediyor. Whatsapp %87,5 oranında kullanıcıyla 3. sırada yer almaktadır. Sosyal medya yönetiminde en büyük paya sahip olan Facebook ise %79 kullanıcı oranıyla en çok kullanılan 4. sosyal medya uygulaması olarak görülmektedir. Twitter %72,5 kullanıcı oranıyla 5. sırada, Tiktok %32,2 kullanıcı oranıyla 9. sırada, Snapchat %31,4 kullanıcı oranıyla 11. sırada, Tumblr %20,3 kullanıcı oranıyla 13. sırada yer almıştır. Yine We are social 2021 raporuna göre

Türkiye’de Periscope, Vine ve Tinder sosyal medya uygulamaları 2021 yılında ilk 20 uygulama içinde yer alamamıştır (We are Social, 2021).

Yukarıdaki rapora bakıldığında sosyal medyanın hem dünyada hem de Türkiye’de insanların hayatında önemli bir yer edindiği görülmektedir. Günlük hayatın önemli bir bölümünü meşgul eden sosyal medyanın bireyler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu çok açıktır. Bu açıdan bakıldığında sosyal medyanın olumlu etkilerine bakıldığında; sosyal medya insanların birbirleriyle hızlı ve kolay bir şekilde etkileşim kurmasını ve daha fazla sosyalleşmelerini sağlamaktadır. Bu hızlı ve pratik etkileşim sayesinde sosyal medya kullanıcıları gerçek hayatlarında diğer kullanıcılarla belki de normalde paylaşamayacağı düşüncelerini ve duygularını sosyal medya platformları sayesinde paylaşabilmekte, kendilerini istedikleri gibi ifade edebilmektedirler. Benzer şekilde sosyal medya kullanıcılarının yalnızlık, çekingenlik, utangaçlık ve değersizlik gibi hislerini bu sanal platformlar aracılığıyla gidermeye çalıştıkları görülmektedir (Çakmak, 2018). Özetle günümüzde sosyal medya aracılığıyla kullanıcılar deneyimlerini, yaşamışlıklarını, duygularını, düşüncelerini, yorumlarını ve bilgilendirmelerini bu platformlar aracılığıyla diğer kullanıcılarla paylaşabilme fırsatı yakalamaktadırlar. Sosyal medyanın bir diğer olumlu etkisine baktığımızda ise; sosyal medyayla beraber hem yeni bireyselleşme hem de yeni bir toplumsallaşma biçiminin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu açıdan artık günümüzde bilinçli kullanıcıların sosyal medyadaki toplumsal ilişkilerini gerçek hayatta tanıdığı kişilerden ve etkileşim için güvenilir gördüğü sosyal ağlar üzerinden tekrar kurdukları ve geliştirdikleri gözlenmektedir (Binark, 2007). Aynı şekilde sosyal medya uygulamalarının gelişmesiyle beraber zaman ve mekân sınırlarının önemsizleştiği, aynı ortamda bulunmayan kullanıcılar bu uygulamalar üzerinden diğer kullanıcılarla çok kolay bir şekilde etkileşime girebildiği ve bu sayede sosyalleşme sürecine katılabildiği görülmektedir. Bu yeni etkileşim biçimi ise sosyal ve kültürel alanlarda yeni bireysel ve toplumsal ilişki biçimlerinin oluşmasını sağlamıştır. Diğer bir deyişle sosyal medyanın herkesin erişimine açık olması ve şeffaf bir şekilde çalışması yıllar içinde toplumu, kültürü ve günlük yaşamı doğrudan etkileyerek değiştirmiştir (Güzel, 2007).

Sosyal medyanın olumsuz etkilerine bakıldığında ise sosyal medya aşırı kullanıldığında bağımlılığa dönüşüp kişinin gerçek hayattan kopmasına, ailesine ve arkadaşlarına daha az zaman ayırmasına sebep olabilmektedir (Çakmak, 2018). Aynı şekilde sosyal medyanın aşırı kullanımının bireylerin uyku bozuklukları, gözlerde bozulma, aşırı kilo alma veya aşırı zayıflık, el, baş, boyun, sırt ağrıları gibi fiziksel sağlık sorunları yaşamasına sebep olabilmektedir (Çam ve İşbulan, 2012). Sosyal medyanın bir diğer olumsuz etkisi olarak sosyal medyada özellikle genç bireylerin sanal kimliklerini gerçek kimliklerinden farklı göstermeye çalıştıkları gözlenmektedir. Örneğin alanyazında yapılan bir araştırma sonucuna göre genç bireylerin sosyal medyayı kullanırken gerçek kimliklerini kullanmadıkları ve oldukları gibi görünme eğiliminde olmadıkları saptanmıştır. Gerçek kimliklerini kullanmayan gençlerin ise zaman içinde özgüven eksikliği yaşayabilecekleri ve kendi kimliklerine benliklerine yabancılaşabileceklerini göstermektedir (Yıldırım, 2014). Yine bir başka olumsuz etkiye bakıldığında sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması ve çeşitlenmesiyle beraber kullanıcılarda gelişmeleri kaçırma korkusu, bir kişiyi sosyal medyada sürekli takip etme isteği, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu gibi yeni psikolojik problemlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Eraslan, 2016). Benzer şekilde sosyal medya kullanımının bireylerde narsistik kişilik özelliklerini artırdığı, bireyin bu ağlarda narsist gibi hareket ettiği, kendisine sanal bir kişilik ve karakter oluşturduğu, sürekli görünür olma ve kendini beğendirme çabası içinde olduğu sonucuna varılmıştır (Alanka ve Cezik, 2016). Türkoğlu ve Özay'a göre sosyal medyada gizliliğin ihlalinin yanı sıra çevrimiçi ortamlarda kullanıcılarının maruz kaldıkları durumlar sebebiyle kullanıcılarda mahremiyet endişesi de yaşanmakta; aynı şekilde sosyal medya kullanıcılarının, fotoğraf, video ve kişisel bilgilerini paylaşması veya yer bildirimlerinde bulunmaları mahremiyet konusunun dönüşüme uğradığını ve sınırlarının genişlediğini de göstermektedir (Özay, 2018; Türkoğlu, 2018). Son olarak sosyal medyanın bir başka önemli olumsuz etkisine baktığımızda ise bazı sosyal medya kullanıcılarının sahte profiller açarak başka kullanıcılara fiziksel ve psikolojik açıdan zarar vermeye çalıştıkları sıklıkla karşılaşılmaktadır. Örneğin çocuk kullanıcılar bu sahte profiller kullanılarak kandırılıp istismar edilebilmekte ve çocuklar hem fiziksel hem de psikolojik açıdan zararlar görebilmektedir. Yine

bu sahte profillerin yol açtığı dolandırıcılık hadiseleri de sıkça gündeme gelmektedir (Özay, 2018).

Bu araştırmanın konusu bağlamında alanyazında sosyal medyanın beden memnuniyeti üzerindeki etkisi incelendiğinde; kullanıcıların sosyal medya uygulamalarında odaklarını daha çok yaptıkları paylaşımlar ve bu paylaşımlarının kaç beğeni aldığı üzerine yoğunlaştırdığı görülmektedir. Bu sayede bireylerin yaşam tarzları ile hayat standartları, diğer kullanıcıların beğenileri ve onaylarına bağlı olarak biçimlenebilmektedir. Diğer insanların beğendiklerine göre hareket etmeye başlayan kişilerin ise kendi ilgileri, beğenileri ve zevkleri daha önemsiz hale gelmeye başlamaktadır (Aktaş, 20117). Bu açıdan bakıldığında ise sosyal medyanın kişinin, diğer kişileri ve kendini nasıl gördüğü ile ilgili algısını etkileyebilmektedir. Örneğin bir birey sosyal medyada gezinirken ideal ve mükemmel vücut algısına uyan bir veya birkaç görüntü ile karşılaştığında veya etkilenip kendi vücudunu bu görüntüler ile kıyaslama yaptığında birey ondan sonra o görüntüye sahip olabilmek için adeta savaş verebilmektedir (Gaffney, 2017). Günümüzde televizyon, dergiler ve sosyal medyanın etkisiyle dış görünüşe verilen değerin giderek artması, kişilerin hem dış görünüşleri ile ilgili olarak kendilerini baskıda hissetmelerine hem de bedenlerine yönelik kaygı düzeylerini arttırmaktadır (Eşiyok ve ark., 2016). Ayrıca dış görünüşle ilgili yaşanan kaygıların bireylerin bazı sağlık sorunları ile yeme bozuklukları yaşamalarına sebep olduğu bilinmektedir (Gaffney, 2017). Sosyal medya ve görsel medyanın beden algısını oldukça ön planda tuttuğu yapılan araştırmalar kapsamında belirlenmiştir (Fardouly ve ark., 2015). Bireyler sosyal medyada ideal vücut oranına sahip olarak algılanan kişiler ve tiplerle kendini özdeşleştirme yoluna başvurabilmektedir. Bununla ilgili olarak bireyin beğendiği bir sanatçı, manken veya ünlü bir kişiye benzeyebilmek adına çaba sarf etmesi bu duruma örnek verilebilir. Bu açıdan çabuk etkilenebilen ve hassas bir grup olarak görülen çocuklara ve gençlere sosyal medya aracılığıyla aktarılan veya dayatılan yargılar, standartlar onlara oldukça zarar verebilmektedir (Aktaş ve ark., 2010).

2.2.4 Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal medya uygulamaları her yıl sürekli değiştiği için bütün sosyal medya ağlarını ve uygulamalarını kapsayacak tek bir sistem bulunmamakta, bu nedenle

sosyal medya ağıları ve uygulamaları hakkında farklı sınıflandırmalar olduğu görülmektedir. Ayrıca kullanıcı ihtiyaçlarına göre neredeyse her yıl değişime uğrayan sosyal medya ağıları ve uygulamaları için sabit bir sınıflandırma yapılması zorlaşmaktadır (Başer, 2014). Bu zorluğa rağmen Akar (2010), günümüzde de hala kullanılan veya popülerliğini yitirmiş sosyal medya ağıları ve uygulamalarını 8 ayrı kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar: 1. Wikiler (Ansiklopedi, Vikipedi gibi), 2. Bloglar (Wordpress, Blogcu, Blogger gibi), 3. Mikroblogging (Twitter, Tumblr gibi), 4. Video ve Görsel Medya Paylaşım Siteleri (Flickr, Vine, İzlesene, Youtube gibi), 5. Sosyal İşaretleme (Delicious, Pinterest gibi), 6. Sanal Dünyalar (Secondlife gibi), 7. Podcasting, ve 8. Sosyal Ağlar (Myspace, Friendfeed, Facebook, Kik, Google+, Instagram gibi). Burada tüm sosyal medya ağıları ve uygulamaları yerine araştırma verilerinin toplandığı 2020 yılının en yaygın olarak kullanılan sosyal medya uygulamaları hakkında kısaca bilgilere yer verilecektir. Bu uygulamalar; Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, WhatsApp, TikTok, Snapchat, Tumblr, Tinder, Periscope ve Vine olarak sıralanmaktadır.

Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında Harvard Üniversitesi'nde sanal okul yıllığı için kurulan Facebook, yıllar içinde kullanıcı sayısının giderek artması ve küresel çapta yaygınlık kazanması sonucunda bugün Dünya'nın en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarından biri olmuştur (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012). Facebook uygulaması paylaşımda bulunabilme, paylaşımları beğenebilme veya yorum yapabilme, kişilere özel mesaj gönderebilme, arkadaşlık isteği gönderebilme ve yürütebilme, arkadaş olduğu kişilerin duvarına ileti girebilme ve çevrimiçi olan kişilerle sohbet edebilme gibi özellikleri bulunmaktadır (Sönmez, 2013). Facebook'a bu temel özelliklerle birlikte video/fotoğraf özelliği, durum güncelleme, mesajlaşma, poke (dürtme) özelliği, canlı yayın özelliği, his / hareket, etkinlik, hikâye paylaşımı, pazar yeri, ürün etiketleme, video izleme partisi, anket, hava durumu, sayfalar, gruplar, iş fırsatları, reklamlar, bağış kampanyaları, anılar, tavsiyeler, oyunlar ve teklifler, alım satım grupları gibi sonradan yeni özellikler eklenmiştir (Koçoğlu. 2018a).

Instagram

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 5 Ekim 2010 tarihinde Instagram iOS yazılımı için için ücretsiz bir fotoğraf düzenleme ve paylaşım uygulaması olarak kurulmuştur. Ana amacı video ve fotoğrafları paylaşma olan Instagram kısa süre içinde popüler bir sosyal ağ haline gelmiştir (Koçoğlu, 2018b). Instagram uygulamasının sevilmesinin ve ilgi görmesinin en büyük sebebi fotoğraflara etkileyicilik, kalite, renklilik, yaratıcılık, sevimlilik gibi özellikler kazandıran birçok filtre uygulamalarının (Amaro, Rise, Valencia gibi) kullanılabilmesidir. Instagram ayrıca kullanıcıların çekmiş oldukları fotoğrafları isterlerse Facebook, Foursquare, Flickr, Twitter, ve Tumblr gibi mecralarda paylaşabilme olanağı sağlamaktadır. Instagram'ın yapısal olarak diğer sosyal ağlarla entegre olarak çalışabilmesi ve ücretsiz erişim sağlayabilmesi sayesinde kullanıcılar tarafından cazip bulunmasını sağlamıştır (Sönmez, 2013). Instagram, Ocak 2011'de Tech Crunch tarafından verilen "En İyi Mobil Uygulama" kategorisinde ödül kazanmıştır. Yine bu tarihlerde Instagram, hashtag (etiket (#)) sistemini duyurmuştur. Bu sistem sayesinde kullanıcılar hem kendi arkadaşlarıyla hem de aynı etiketi kullanarak paylaşım yapan tüm kullanıcılarla etkileşime geçebilme imkanına ulaşmışlardır. Instagram 2013 yılında kurumsal markaları, küçük işletmeleri ve butikleri için önemli olan "Sponsorlu İçerik" özelliğini eklemiştir. Bu özellik sayesinde artık kullanıcıların haber akışına, ilgi alanlarına göre belirlenen sponsorlu içerikler yansımaya başlamıştır. Instagramın bu kadar popüler ve önemli hale gelmesinin sebebi olarak kullanıcıların çektikleri fotoğraflar üzerinde, filtreler aracılığıyla çok basit ve kullanışlı bir şekilde sınırsız ve ücretsiz biçimde değişiklik yapabilme olanağı sunması, fotoğraflarını profesyonel fotoğraflara dönüştürebilmesi ve birçok efektle zenginleştirdikleri bu fotoğrafları arkadaşlarıyla her an paylaşabilme fırsatı sunması olarak gösterilebilir. (Koçoğlu. 2018b).

Youtube

Kullanıcılarına video izleme ve yayınlama olanağı sunmasının yanında bireyler arasında etkileşimi üst düzeye çıkaran ve günümüzde yaygın olarak kullanılan YouTube; 2005 yılında, Amerika Birleşik Devletleri'nde Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim isimli 3 eski Paypal çalışanı tarafından kurulan sosyal

bir ağıdır (Koçoğlu, 2018c). Bir video paylaşım sitesi olan YouTube, “Broadcast Yourself yani Kendini Yayınla” sloganı ile ortaya çıkmış ve 1 yıl gibi kısa süre içerisinde 2006 yılında Google şirketi tarafından 1,5 milyar dolar karşılığında satın alınan ve dünyada en fazla kullanılan video paylaşım sitesi haline gelmiştir (Aksu, 2013). Youtube her gün milyonlarca video ekleme ve video izlemesi yapılan kendi içinde içeriğin paylaşılması, puanlanması, etiketlenmesi gibi pek çok ögeyi barındıran bir uygulama olmuştur (Burke ve Snyder, 2008). Günümüzde Dünya’da ve Türkiye’de son derece popüler olan ve yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım ağlarından biri olan YouTube her gün binlerce video yüklenmekte ve milyarlarca izlenme alabilmektedir. Ayrıca YouTube, kullanıcılarına istendiğinde video paylaşımı yapabilme ve videolara yorum yapabilme olanağı da sunmaktadır.

Twitter

2006 yılında Biz Stone, Jack Dorsey ve Evan Williams tarafından geliştirilen ve bir microblog olan Twitter, ilk kez internet üzerinde SMS uygulamasıyla ortaya çıkmıştır. Twitter 140 karakter ile sınırlandırılmış bir mesaj şeklinde olmasına rağmen günümüzde bu 140 karakter mesaj sınırının çok ötesine geçmiş kısa, anlık ve hızlı paylaşımların ana ögesi haline gelmiştir. Bu microblog başlarda bireylerin anlık durumlarını paylaşması açısından geliştirilmiş fakat mevcut üye sayısının giderek artması Twitter’ı değiştirmiş, kültürel ve ticari faaliyetler bağlamında da faaliyet göstermesine sebep olmuştur. Twitter kullanıcıları video ve fotoğraf yükleyebilmekte ve kendi sayfalarını kendilerinin biçimlendirebilme olanağı sağlamaktadır. Ayrıca Twitter’da “Trend Topics” listesi bulunmakta, bu liste kullanıcılarının anlık olarak en fazla konuştukları konuların yer aldığı bir listedir. Türkiye’de de Twitter’ın popülerliğini giderek artırdığı gözlemlenmekte, bu açıdan bireyler dışında çeşitli kamu ve özel kurumların, siyasi organizasyonların, sivil toplum kuruluşlarının, ünlü kişilerin, siyaset adamlarının kendilerini ifade edebilmek adına Twitter kullandıkları görülmektedir (Menteşe, 2013; Arık, 2013). Twitter bünyesinde, birçok hareket yer almaktadır. Bu aksiyonlar aynı zamanda Twitter’ın özellikleri olarak sıralanmaktadır. Bu özellikler TT (Trending Topic), FF (Friday Follow), RT (Retweet), DM (Direct Message), Mention (bahsetmek), Hashtag (etiket #), An’lar, Listeler, TweetDeck, Media Studio ve Flood

özellikleridir. Twitter, kullanıcılarının veri güvenliğini çok önemsemektedir. “Avrupa Parlamentosu” tarafından 25 Mayıs 2018 tarihi itibarıyla yürürlüğe konulan Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Yönetmeliğine (GDPR) dayanarak Twitter bu yönetmeliğe bağlı olan ülkelerde 16 yaş altındaki kullanıcıların Twitter’ı kullanmaya uygun olmadığı gerekçesiyle hesaplarını bloke etmiştir (Koçoğlu, 2018d).

WhatsApp

WhatsApp SMS’e alternatif olarak eski Yahoo! çalışanı olan Biran Acton ve Jan Koum tarafından ABD’de, Kaliforniya eyaletindeki Santa Clara kentinde kurulmuş ve 2014 yılının başlarında 19 milyar dolar karşılığında Facebook’a satılmıştır. WhatsApp Messenger, akıllı telefonlar için geliştirilmiş, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulamasıdır. WhatsApp, kullanıcıların birbirlerine ücretsiz arama, fotoğraf, sesli ve yazılı mesaj, video ve belge gönderme olanağı sağlayan bir uygulamadır. (Çalış, 2020). Sesli e iletişimin yanı sıra metin, fotoğraf, belge, konum, video gibi farklı türden medyayı alıp göndermeyi destekleyen bir uygulamadır. Gönderilen mesajlar ve tüm içerikler uçtan uca şifreleme yöntemi kullanılarak güvenlik altına alınmakta, 3. şahıs ve kurumlar bu mesajı takip edememektedir. Bu özelliklere ve avantajlara sahip olması WhatsApp uygulamasını kısa sürede dünyanın en popüler uygulamalarından biri haline getirmiştir (Vikipedi, 2021). Whatsapp uygulaması, ilk zamanlar kullanıcıların telefon rehberinde bulunan kişiler (arkadaş, aile, akraba) ile iletişime geçme durumu iken, son dönemde çok daha etkin kullanılması ile birlikte insanların iş hayatı içerisinde de büyük kolaylıklar sağlayabilmektedir. “Özellikle işletmeler, kamu veya özel kurumlar müşteri iletişimi, sosyal katılım ve kurum içi iletişimi sağlamak amacı ile Whatsapp uygulamasını etkili ve aktif bir şekilde kullanmaya başlamışlardır (Uzun ve Uluçay, 2017, 222). Son olarak bu uygulamanın öğrenciler arasında özellikle üniversite ve lise öğrencileri arasında da aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle karşılıklı okul ile dersler ile ilgili paylaşımlar, ders notlarının paylaşımı veya karşılıklı sohbet amacıyla aktif bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Çağlak, 2019).

TikTok

TikTok uygulaması, Çin Halk Cumhuriyeti devletinde ByteDance isimli teknoloji şirketi tarafından geliştirilmiş bir video paylaşım uygulamasıdır. Uygulama Çin’de Douyin, küresel bağlamda ise TikTok olarak bilinmektedir. Çin’de 300 milyondan fazla aktif kullanıcı sayısı ve dünya genelinde ise toplam 800 milyon aylık aktif kullanıcıya ulaşan bir uygulama haline gelmiştir. TikTok, üyelerine videolarının görsel olarak daha etkileyici ve çekici kılabilmesi için video düzenleme araçları, animasyonlar, etiketler ve özel efektler bir çok özellik sunmaktadır. Buna ek olarak, platform, kullanıcıların içerik tercihlerini baz alarak kişiselleştirilmiş içerikler önermektedir. Uygulamayı Musical.ly, Vine ve Snapchat uygulamalarının sundukları olanakların bir karışımı olarak tasvir etmek mümkündür (Gül ve ark., 2020). Kullanıcıya komedi, dram, müzikal, dans, oyunculuk, dudak senkronizasyonu ve başka bir çok türde kısa videolar üretmesine olanak sağlayan uygulama, şu anda 150 ülkede kullanılmakta ve 1 milyar aktif üye sayısı barajını aşmıştır. Sosyal medya platformu, dans, komedi ve eğitim gibi türlerde on beş saniye ile üç dakika arasında değişen çeşitli kısa biçimli videolar yapmak için kullanılıyor (Vikipedi, 2021). Bu özellikleri sayesinde dünya genelinde TikTok’u kullananların %44’ünün kadın %56’sının erkek olduğu, %41’inin ise 16 ile 24 yaşları arasındaki gençlerin olduğu görülmektedir. TikTok uygulamasını kullananların %90’ı bu uygulamayı her gün düzenli olarak kullanmaktadır. Örneğin Temmuz 2020 itibariyle, yalnızca Amerika Birleşik Devletleri’nde aylık 90 milyondan fazla aktif kullanıcının olduğu görülmüştür (Sherman, 2020). Bu açıdan bakıldığında TikTok özellikle gençlerin çok fazla kullandığı ve popülerliği çok yüksek olan bir sosyal medya uygulaması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Snapchat

Snapchat 2011 yılında Evan Spiegel, Daniel Smith, David Kravitz, Leo Noah Katz, Reggie Brown ve Bobby Murphy tarafından kurulmuştur. Uygulama, kullanıcılarının kendilerine ait profillere sahip olduğu, bu profiller üzerinden fotoğraf ve video paylaşımında bulunduğu bir mobil paylaşım uygulamasıdır (Kara, 2016). Snapchat; fotoğraf ve kısa videolara çeşitli efektler, notlar veya

çıkartmalar eklenerek renkli hale getirdiği gönderileri paylaşma olanağı sunan sosyal medya uygulamasıdır. Bu uygulamayı özel hale getiren ve gençler arasında çok çabuk benimsenmesinin, yaygınlaşmasının ve popüler hale gelmesinin en önemli sebebi paylaşımda bulunulan fotoğraf ve videoların 1 ile 10 saniye arasında bir süreyle sınırlandırılması ve 24 saat sonrasında ise kalıcı olarak silinmesidir. Snapchat'ta en önemli özelliğinin geçicilik olduğu vurgulanmaktadır (Keskin, 2018). Bu durum “an”ın paylaşılmasını sağlayarak geçici ve sınırlı paylaşım olanaklı kılınmaktadır (Korkmaz, 2020). Snapchat, yoğun olarak gençler tarafından tercih edilmektedir. Pek çok araştırma, Snapchat'te ünlülerin, influencer'ların, uzman kişilerin ya da fenomenlerin yaptıkları paylaşımların, kullanıcıları büyük ölçüde etkilendiğini göstermekte; Bu kişilerin yaptıkları eylemler ve verdikleri mesajlar, kullanıcı kitlesi tarafından dikkatle izlenmekte, önemsenmekte ve araştırılmaktadır (Yüksek, 2017; akt. Korkmaz, 2020). Snapchat, kullanıcılara sunduğu olanakların yanı sıra kimi zaman zararlı ve sağlıksız sonuçlara da aracılık olmaktadır. Her gün milyonlarca etkileşimin olduğu bu platformda ön planda olan beden imajı, kullanıcılar üzerinde endişeler yaratabilmekte ve bireylerin kendilerini bedenleri itibarıyla diğerleriyle kıyaslamalarına aracılık olmaktadır. Özellikle günümüzde postmodern düşünce içinde bireye dayatılan kusursuzluk ve mükemmellik algısına dahil olan beden, bireyi pek çok noktada zorlamaktadır. Güzel, çekici, bakımlı, fit, ve genç görünmeyi zorlayan paylaşımlar, bireyi bedenini düzenlemeye zorlamaktadır. Sosyal medya araçlarında karşılaştığı kusursuz yüzler ve bedenlerin, bireyin beden algısını şekillendirdiği bilinmektedir (Taşdelen, 2020; akt. Korkmaz, 2020).

Tumblr

Tumblr, Şubat 2007'de David Karp tarafından kurulmuş, Amerika Birleşik Devleti'nde geliştirilen microblog tabanlı bir sosyal ağıdır. Ülkemizde de özellikle genç kesim tarafından kullanılan Tumblr, Şubat 2007'de kurulduktan sadece 2 hafta sonra 75.000 kullanıcıya ulaşmıştır (Keskin, 2018b). Tumblr yapısal olarak Blogger, Blogcu, Typepad, Xanga ve WordPress gibi blog servislerinin sağladığı hizmetlerin aynısını yerine getirebilmektedir. Fakat herkes tarafından kolayca kullanılabilmesi diğer microbloglardan ayrılmasını sağlamaktadır (Argın, 2013).

Tumblr’da; Fotoğraf, Video, Sohbet, Ses, Bağlantı, Metin, Alıntı olmak üzere 7 farklı içerik/paylaşım türü bulunmaktadır. Hemen her sosyal medyada bulunabilen bu paylaşım türlerine ek olarak Tumblr’da ektradan bir paylaşım stili yani içerik üretim kültürü oluşmuştur. Tumblr kullanıcılarına birçok hizmet ve fayda sağlamaktadır. Bunlardan birkaç tanesini sıralayacak olursak; Tumblr kullanıcılarına, internet üzerinde açıp yönetebilecekleri bir kişisel blog hizmeti sunmaktadır. Ücretsiz ve üye olma prosedürleri oldukça kolay bir uygulama özelliği taşımaktadır. Kullanıcılar kendilerini iyi yansıtan bir temayla bloglarını özelleştirebilmekte ve yine üyeler istedikleri zaman metin, link, fotoğraf, video veya ses kayıtlarını basit ve hızlı bir şekilde Tumblr’a yükleyebilmektedirler. Tumblr, Facebook ve Twitter’daki içerikler uyumlu bir şekilde paylaşılabilen; sosyal medya platformlarında aktif olan bütün arkadaş gruplarını tek bir uygulama altında birleştirebilmekte bu sayede de kullanıcılar arasındaki etkileşimi daha da güçlendirebilmektedir (Keskin, 2018b).

Tinder

Tinder, 2012 yılında Sean Rad tarafından kurulmuştur. Android ve İOS yazılımları için geliştirilen bir arkadaşlık uygulaması olan Tinder Facebook uygulamasının altyapısını kullanarak konum olarak birbirine yakın olan kullanıcıları uygulama sayesinde karşılaştırıp tanımlarını sağlamaktadır.. Beğeni/beğenme seçeneğinin bulunduğu uygulamada iki kişinin birbirini karşılıklı beğenmesi durumunda eşleşme sağlanmasını ve iki kullanıcının bir araya gelip sohbet edebilme olanağı sağlamaktadır.. Tinder’da Kaydırma Yöntemi ve Super Like özellikleri bulunmaktadır. Uygulama Türkçe’nin de dahil olduğu 38 farklı dilde, 196 farklı ülkeye hizmet vermeye devam etmektedir. Tinder; aynı ilgi alanlarına sahip olan kişilerin tanışmasını sağlayan bir uygulamadır. Kişinin konumuna yakın bölgelerden ve ortak ilgi alanlarına sahip kişilerle eşleşebildiği uygulamada, sohbet edebilmekte böylece insanlar yeni kişilerle tanışabilmektedir. Ücretsiz kullanılabildiği gibi ücretli özellikleri de bulunan uygulama, kişilere sosyal çevresini genişletme imkanı sağlamaktadır (Vikipedi, 2020).

Periscope

Periscope veya Türkiye'de Scope, Kayvon Beykpour ve Joe Bernstein tarafından Android ve iOS yazılımları için geliştirilen görüntülü canlı yayın uygulamasıdır. Periscope, fikri kurucularından Beykpour'un 2013 yılında, Taksim olaylarının yaşandığı sıralarda İstanbul'da bulunması ve Gezi parkı eylemlerini merak etmesi ama oradaki bilgileri ona canlı yayın ile iletebilecek bir uygulamanın olmaması sebebiyle bu fikir ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda iki arkadaş bir şirket kurmuşlardır ama Periscope'un yayın hayatı başlamadan 2015 yılında Twitter şirketi tarafından satın alınmıştır. Periscope şu anda twitter'ın sahip olduğu birkaç özelliği canlı yayın açma veya kaydetme, beğenme (kalp işareti), engelleme gibi özellikleri bulunmaktaydı. Ancak platformun tüm özelliklerinin Twitter'a taşınması sonucunda ekstra bir uygulamaya olan ihtiyacı ortadan kadırmış bu sebeple de 31 Mart 2021'de kapatılmıştır (Vikipedi, 2021).

Vine (Vine Camera)

Twitter öncülüğünde Tu Wei, Leo Noah Katz, Edison Collin ve Salomon Yoram tarafından geliştirilen Vine, Ocak 2013'ün Ocak ayında yeni bir sosyal medya uygulaması olarak piyasaya sürülmüş ve hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Akıllı telefonların ve tabletlerin video çekme mantığını temel alan Vine uygulamasında çekilen videoların maksimum süresi 6 saniye olarak sınırlandırılmıştır. Uygulamada kayıt yaparken parmağınızın kayıt tuşuna basılı olması gerekmekte, parmağınızı çektiğinizde kayıt durmakta ama uygulama 3 defa durdurma hakkı tanımamaktadır. Bu sayede videoyu çeken kişi 6 saniye gibi kısa bir süre olmasına rağmen videonun giriş, gelişme ve sonuçla bağlanmasını sağlamaktadır. Video çekildikten sonra Twitter ya da Facebook üzerinden paylaşılabilmekte ve Vine ile çekilen bu videolar bu uygulamalarda paylaşıldığında herkes tarafından görülebilmektedir. Vine aracılığıyla oluşturulan bu videolar sistem üzerinde sürekli tekrar edecek şekilde kayıt edilmekte bu sayede bizleri kahkahaya boğabilen birbirinden komik videoların ve durumların oluşmasını sağlamıştır. Aykut Elmas, Aslı Bekiroğlu, Hakan Hepcan, Eylül Öztürk, Halil Söyletmez gibi fenomenleri oluşmasını sağlayan bu platform, 2017 yılında kapanmıştır. 2017 yılının başında kapatma kararı uygulanırken, kullanıcıları

videolarını indirebilmeleri için platform bir süre açık tutuldu. Şu anda da bir arşiv olarak kullanılmakta ve mevcut videoların URL'leri çalışmaya devam etmektedir. (Ateş, 2019).

2.2.5 Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık, zevke neden olan, keyif veren ve geçici mutluluk yaratan madde veya davranışların artan miktarlarda tekrarlanmasıyla oluşan biyopsikososyal bir bozukluktur (Angres ve Bettinardi-Angres, 2008). Benzer şekilde bağımlılık, kişinin kullandığı bir nesne veya yaptığı bir eylem üzerinde kontrolünü kaybetmesi, kullanım/davranış sıklığı azaldığında veya kesildiğinde uykusuzluk, öfke ve huzursuzluk gibi yoksunluk belirtileri görülme durumu olarak da tanımlanmaktadır (Ögel, 2018).

Sosyal medya bir serbest zaman etkinliği olarak kullanıcılar tarafından iletişim kurmak, oyun oynamak, gönderi paylaşmak, müzik dinlemek, film izlemek ve fotoğraf veya video paylaşmak gibi bir çok amaç için kullanılabilir. Kullanıcıların bu tarz farklı türde eğlence ve sosyal etkinlik yapmak için ziyaret ettikleri sosyal medya sitelerinin aşırı kullanıma veya kompulsif kullanımlara neden olması dolayısıyla bağımlılık olarak tanımlanmıştır. Akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar sayesinde okullarda, evde, dışarıda veya iş yerlerinde bireylerin çok kolay bir şekilde internete ulaşabilmeleri sosyal medya bağımlılığın gelişimini şiddetlendirmektedir. Bir bireyin sosyal medya bağımlısı olduğunu gösteren bazı belirtiler bulunmaktadır. Bu belirtiler; can sıkıntısında ilk akla gelmesi, gerçek hayatın önüne geçmesi, günlük hayattaki sorumlulukları aksatması, paylaşımların kişi için çok önemli hale gelmesi, gerçek arkadaşlıkların yerini sanal arkadaşlıklar ve takipçilerin alması, çok fazla zaman harcanması, ulaşamadığında huzursuzluk oluşturmaması, sürekli birşeyler paylaşma isteği ve başkalarını düzenli bir şekilde takip etme ihtiyacı duyma gibi belirtiler olarak sıralanabilmektedir (Dinç, 2016).

2.3 Beden Memnuniyeti Konusunda Yurt Dışında ve Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Bu başlık altında alanyazında beden memnuniyeti ile ilişkisi bulunan demografik özelliklerden cinsiyet, yaş, boy-kilo, sınıf düzeyi, akademik başarı düzeyi, anne baba eğitim düzeyi, aile gelir, düzeyi gibi değişkenlerle ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Aynı şekilde alanyazın incelenerek beden memnuniyeti ile ilişkisi bulunan sosyal medya kullanımı, sosyala medya bağımlılığı, sosyal medya tutumu, benlik saygısı (özsaygı), öz-şefkat, öznel iyi oluş, sosyal görünüş kaygısı, sosyal kaygı, sosyal onay ihtiyacı, sosyal karşılaştırma, özdoym, yaşam kalitesi, yeme tutumları ve bozuklukları, diyet yapma ve beden kitlesi gibi değişkenleri konu alan araştırmalara yer verilmiştir.

Clifford (1971) bedensel doym ve öz doym arasındaki ilişkiyi incelemek için yaşları 11 ile 19 arasında değişen 146 erkek ve 194 kadın olmak üzere 340 ergen üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya sonucuna göre kız ergenlerin erkek ergenlere oranla kendilerinden ve bedenlerinden daha fazla memnuniyetsizlik yaşadığı, ancak bedensel doym ile öz tatmin değişkenleri arasında yaş faktörü açısından aralarında bir ilişki olmadığı bulunmuştur. Erkek ve kız ergenlerin bedenlerindeki fiziksel gelişim ile ilişkili olan boy, kilo ve fizik için aynı düzeyde memnuniyetsizlik yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca boy, kilo, göğüs, bel ve kalçalardan duyulan memnuniyetsizlik düzeyinin, ideal beden kaygısı ile ilişkisi olmadığı ancak gelişmiş toplumların kilo alma kaygılarının daha çok o toplumda yaşayan bireylerin kültürel faktörleri ile ilişkili olabileceği belirtilmiştir.

Davies ve Furnham (1986) 11-18 yaşları arasındaki İngiliz genç kızların beden görünümlerinden memnun olma durumlarını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda 12 yaşından 18 yaşına doğru gittikçe genç kızların bel, göğüs ve kalça ölçülerinden hoşnutluk düzeyinin düştüğü ve boylarına oranla kiloları fazla olan genç kızların bel ve kalça ölçülerinden az hoşnut oldukları bulunmuştur. Kızların yaşları ilerledikçe cinsel çekiciliğin göstergesi olarak beden görünüşleriyle daha çok ilgilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada beden memnuniyetinin büyüme çağı boyunca bir düşüş gösterdiği ve bunun toplumun güzellik ve çekicilikle ilgili fikirleriyle bağlantılı olabileceği vurgulanmıştır.

McCabe ve Ricciardelli (2001) Avusturya’da karma eğitim veren 10 farklı okulun 7, 8, 9 ve 10.sınıflarında okumakta olan, yaşları 12-16 arasında 622 erkek ve 644 kadın olmak üzere toplam 1266 ergen üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada; ebeveyn, akran ve medya gibi sosyal çevrenin ergenlerin beden imgeleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ve kız ve erkekler arasında beden kitlesini artırma ve azaltma stratejilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sürecinde özellikle kilo alımı, kilo kaybı ve kas artışı üzerinde durulmuştur. Araştırmanın sonucunda kız ergenlerin bedenlerinden daha az memnun oldukları ve kilo verme stratejilerini benimseme olasılıklarının daha yüksek olduğu, erkek ergenlerin ise kilo ve kas dokusunu artırma stratejilerini benimseme olasılığının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca vücut kitle indeksi yüksek olan ergenlerin, daha fazla beden memnuniyetsizliği yaşadığı ve daha fazla kilo verme stratejisi kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak araştırmada ergenlerin beden memnuniyetine yönelik etkisinin ve anne, baba, akran gibi yakınlardan alınan gelen geri bildirimin kız ergenleri daha fazla etkilediği bulunmuştur. Aynı şekilde ergenlerin sosyal çevresinden aldığı geri bildirimlerin beden memnuniyeti üzerindeki etkisine bakıldığında sınıf seviyesi veya vücut kitle indeksi açısından farklılığı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Schutz ve ark. (2002) ergen kız çocuklarında beden karşılaştırmalarını yapmak amacıyla 7. sınıfta 159 kız, 8. sınıfta 210 kız ve 10. sınıfta 174 kız olmak üzere toplam 543 kız öğrenci üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmanın verileri Avustralya’nın büyükşehirlerinden olan Melbourne kentinde karma eğitim veren 4 okul ve sadece kızlara eğitim veren 2 okul olmak üzere toplam 6 devlet okulundan toplanmıştır. Araştırmada bedensel karşılaştırma için diyet yapma, beden imajı, yeme tutumları, psikolojik değişkenler, boy ve kilo değişkenleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda ergen kızların bedenlerinde görünen ve görünmeyen özellikler açısından sosyal karşılaştırma durumunun yaşlarının büyümesiyle birlikte arttığı belirtilmiştir. Ergen kızlar bedenlerini en sık akranları ve mankenlerle karşılaştırdıklarını bildirmişlerdir. Son olarak araştırmada kız ergenlerde beden karşılaştırma eğiliminin; zayıflığın önemi, sosyo-kültürel ideal beden ölçülerinin içselleştirilmesi, arkadaşlarının kilolarıyla ilgili olması, ideal beden ve gerçek beden imajı arasındaki dengesizlik, arkadaşlarıyla rekabet

edebilme, sınıf düzeyi, toplumsal özbilinç, mükemmeliyetçilik ve ailenin kilo ile ilgilenmesi gibi değişkenler tarafından anlamlı olarak yordandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Baranowski ve ark. (2003) İskoçya ve Yugoslavya'da 625 ergen ile yaptıkları araştırmada, vücut kitle indeksi, beden memnuniyeti, gelir düzeyi ve yeme bozukluğu arasındaki ilişkiyi incelemek için boylamsal araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda kızların erkeklerden önemli ölçüde daha yüksek düzeyde beden memnuniyetsizliği yaşadığı ve yemek yeme davranışlarını daha fazla kısıtladıkları bulunmuştur. Bununla birlikte, genel olarak İskoç kızlarında yeme bozukluğu, depresyon ve anksiyetenin daha yüksek olduğu ve benlik saygısının hem erkeklerde hemde kızlarda daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara dayanarak her iki ülkedeki kızlar için normal kilo durumuna rağmen beden memnuniyetsizliğinin normatif bir deneyim olduğu vurgulanmıştır.

Frost ve McKelvie (2004) Kanada'da ilköğretim okulu, lise ve üniversite öğrencilerinde benlik saygısı ile beden memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma Kanada'nın Qu'ebec kentindeki 55 ilköğretim okulu öğrencisi, 93 lise öğrencisi ve 79 üniversite öğrencisi olmak üzere toplam 227 öğrenci üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre benlik saygısının kadınlarda erkek öğrencilere göre, lise öğrencilerinde ise ilköğretim ve üniversite öğrencilerine göre daha düşük olduğu bulunmuştur. Bedensel egzersiz, beden imajı ve kilo memnuniyeti üçlüsünden benlik saygısının en tutarlı yordayıcısının bedensel egzersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kız öğrencilerin öz saygılarının özellikle kilo memnuniyeti ile ilişkili olduğu sonucu bulunmuştur.

Monro ve Huon (2005) yaşları 17 ile 37 yaşları arasında değişen 39 kadın üniversitesi üzerinde yaptıkları deneysel araştırmada, medyada tasvir edilen ideal görüntülerin genç kadınların beden utancı ve görünüm kaygısı üzerindeki etkilerini, bu etkilerin reklam türüne ve katılımcıların kendini nesneleştirmesine bağlı olup olmadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada Üniversite öğrencisi kadın katılımcıların yarısına ideal beden ölçülerine sahip oyuncuların rol aldığı dergi reklamı izletilmiş, diğer yarısına ise bedenle ilgili olmayan nesnelerin bulunduğu dergi reklamı izletilmiştir. Araştırma sonucunda üniversite öğrencisi kadınların

idealleştirilmiş görüntüler içeren reklamları izledikten sonra görünüm kaygılarının arttığı bulunmuştur. Sosyal görünüm açısından bedenle ilgili olmayan reklamları ile bedenle ilgili reklamlara maruziyet arasında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Beden utancının reklam türünden bağımsız olarak idealleştirilmiş görüntülere maruz kaldıktan sonra arttığı gözlenmiştir. Araştırmada idealleştirilmiş görüntülerin genç kadınların beden imajını olumsuz etkilediği bulunmuş ancak bireysel farklılıklar açısından bu sonucun farklı etkileri olabileceği vurgulanmaktadır.

Jung ve Lee (2006) 205 Amerikalı ve 201 Koreli kız olmak üzere 406 lisans öğrencisi ile kültürlerarası beden algısı, benlik saygısı ve yeme davranışlarını araştırmak için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada Koreli kız öğrencilerin, Amerikalı kız öğrencilere göre görünümüne daha çok önem verdikleri ve düşük benlik saygısına sahip oldukları; Amerikalı kız öğrencilerin ise Koreli kız öğrencilere göre daha çok yeme bozukluğu problemi yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Van den Berg ve ark. (2007) ABD ve Avustralya'daki farklı etnik kökenleri ve farklı geçmişleri olan 19 yaş ortalamasına sahip toplam 2516 üniversite öğrencisi ile araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda, kadınlarda medya-beden karşılaştırmasının; benlik saygısı, depresif ruh hali, arkadaş diyeti, dergi mesajlarına maruz kalma ve beden kitle indeksinin ile beden memnuniyetsizliği arasındaki ilişkilere kısmen veya tamamen aracılık ettiği bulunmuştur. Erkeklerde ise medya-beden karşılaştırmasının beden memnuniyetsizliğinin önemli bir göstergesi olmadığı görülmüştür. Araştırmada özellikle erkeklerde beden memnuniyetsizliğinin gelişmesiyle ilgili süreçlerin daha fazla incelenmesine ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır.

Hautala ve ark. (2011) Finlandiya'da farklı lise türlerinde ortalama yaşı 14,9 olan gençlerde beden memnuniyetsizliği, yeme bozukluklarının başlangıç sebepleri, devamlılığını sağlayan etmenler ve bu bozuklukta cinsiyet, duygulanım ve ebeveynlerin rolünün etkisini belirlemek amacıyla boylamsal bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada katılımcılara 4 yıl arayla ön test-son test uygulanmıştır. Araştırma sonucunda ön testte beden memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu

belirtileri gösteren gençlerden, kızların %52'sinde, erkeklerin %12'sinde bu belirtilerin 4 yıl sonunda devam ettiği bulunmuştur. Ayrıca anne babanın veya diğer aile üyelerinin gençlerin bedenlerine karşı yaptıkları negatif eleştiriler ve tutumların gençlerde beden memnuniyetsizliğinin oluşmasına ve benlik saygılarının olumsuz yönde etkilenmesine sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Lev-Ari ve ark. (2014) İsrail'de 18-42 yaş aralığındaki 283 kadın katılımcı ile çevrimiçi olarak yaptıkları araştırmada, kadınların bedenlerinden duydukları memnuniyetsizliği nasıl öğrendiklerini ve bunun kaynaklarını araştırmışlardır. Ayrıca kadınların anne, kız kardeş ve yakın kadın arkadaşları ile kendilerini kıyaslamamanın beden memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada kadınların yakın çevresindeki kişilerle bedenlerini kıyaslamalarının, ideal beden imajlarını ve bedenlerinden duydukları memnuniyetsizliği etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde kadınların daha çok yakın çevresiyle kendilerini kıyaslama, olumsuz eleştiriler ve medyadan etkilenme sonucunda beden karşılaştırmaları yaptıkları bulunmuştur. Bu sonuçlara dayanarak beden memnuniyetsizliği durumunun öğrenilen bir davranış olabildiği vurgulanmıştır.

Wallis ve Kozar (2015) ABD'de sosyal medyanın ergen ve genç yetişkin kadınların beden memnuniyetini çeşitli değişkenler açısından etkilenme durumunu incelemişlerdir. Araştırmaya 14-25 yaşları arasında toplam 357 kadın katılımcı katılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal medya hesaplarını daha fazla kullanan genç kadınların; modeller, ünlüler ve akranlarıyla sosyal karşılaştırma davranışına girme olasılığının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca araştırmada genç kadınların kendilerini modellerle, ünlülerle ve akranlarıyla ne kadar çok karşılaştırırsa, görünüşleriyle ilgili kaygılarının da o kadar yükseldiği ve bedenlerinden duyduğu memnuniyetin düştüğü bulunmuştur. Araştırmada genç katılımcıların genel olarak yaşı daha büyük olan katılımcılara göre bedenlerinden daha memnun oldukları bulunmuştur. Son olarak, katılımcıların sosyal medya hesaplarına günde ortalama 5 ile 15 kez kontrol ettikleri ve sosyal medyada ortalama 3 saat zaman geçirdikleri belirlenmiştir. Bu sonuçlara dayanarak, sosyal medyanın genç kadınların beden memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu vurgulanmıştır.

Fardouly ve Vartanian (2016) sosyal medya ve beden imajı arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmaları birlikte değerlendirerek meta-analiz çalışması yapmışlardır. Araştırma sonucunda, ilişkisel olarak yapılan araştırmalarda genç kadınlar ve erkeklerin sosyal medyayı (özellikle Facebook) sürekli kullanımının beden imajı kaygısıyla ilişkili olduğu, boylamsal olarak yapılan araştırmalarda ise sosyal medya ve beden imajı ilişkisinin zamanla daha da güçlenebileceği bulunmuştur. Ayrıca araştırmada sosyal medya ve beden imajı arasındaki ilişkide dış görünüm karşılaştırmalarının da önemli rol oynadığı bulunmuştur.

Puglia (2017) , Amerika’da lisede okuyan 339 kadın ile yaptığı araştırmada sosyal medya kullanımının genç kadınların beden saygısı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda beden karşılaştırma eğiliminin beden saygısı ile negatif ilişkili olduğu, sosyal medyayı kullanma motivasyonu ile ise pozitif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Araştırmada aynı zamanda Facebook kullanımının beden memnuniyeti ile yüksek düzeyde ve negatif yönde bir ilişkisi olduğu, Facebook’u fazla kullanan katılımcıların daha az kullananlara göre önemli ölçüde daha düşük beden memnuniyeti yaşadığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada sosyal medyanın, bireylerin sağlıklı olmayan beden karşılaştırma süreçlerine girmeleri için yeni yol ve seçenekler oluşturduğu, bu yüzden özellikle savunmasız gruplar arasında bu konu üzerinde farkındalık yaratmak için yeni araştırmalara ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır.

Tiggemann ve ark. (2018) Avusturalya’da 220 kadın lisans öğrencisi ile yaptıkları araştırmada, Instagram görüntülerindeki beğeni sayısının kadınların beden memnuniyetsizliği üzerindeki etkisini incelemek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda ideal görüntülere maruz kalmanın, ortalama görüntülerden daha fazla beden ve yüz memnuniyetsizliğine yol açtığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada Instagram’da beğenme sayısının beden memnuniyetsizliği veya görünüm karşılaştırması üzerinde bir etkisinin olmadığı, yüz memnuniyetsizliği üzerinde ise olumlu bir etkisi olduğu bulunmuştur. Araştırmada bu bulgulara dayanarak sosyal medyanın beğeniler gibi benzersiz sosyal etkileşimsel yönlerinin beden imajını hem olumlu hem de olumsuz olarak etkilebildiği vurgulanmıştır.

Eow ve Gan (2018) Endonezya’da 505 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada yeme bozukluğu ile beden imajı ve vücut ağırlığı ilişkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin %21,8’ inin düzensiz yeme alışkanlığı yaşadığı, ancak cinsiyetler arası bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada beden imajı, vücut ağırlığı ve sosyal medya kullanımı (kullanım süresi, sıklık, etkileşim, selfie paylaşımı, fotoğraf yükleme/düzenleme) arasında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur. Araştırmaya göre yeme bozukluğunun yaygın bir durum olduğu, sosyal medya ile ilişkisinin tam tespiti için yeni araştırmaların ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Bennett ve ark. (2019) Amerika’da kadın üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırmada, katılımcıların doğal ortamında bir değerlendirme yöntemi olan ekolojik anlık değerlendirmeyi kullanarak sosyal medya kullanımının beden memnuniyetsizliği üzerindeki olumsuz etkilerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırmada katılımcılarla beş gün boyunca günde beş kez akıllı telefonları aracılığıyla iletişime geçilmiş ve sosyal medya kullanımını, beden memnuniyetsizliğini ve olumsuz etkilenmeyi değerlendiren bir dizi anketi doldurmaları istenmiştir. Araştırma sonucunda ziyaret edilen sosyal medya sitelerinin sayısı beden memnuniyetsizliğinin önemli bir yordayıcısı olduğu, sosyal medyayı kullanarak geçirilen sürenin ise beden memnuniyetsizliği için bir yordayıcı olmadığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada sosyal medyada geçirilen sürenin; ziyaret eden sitelerin sayısı, genel olumsuz etkilenme, üzüntü ve suçluluk duyguları için önemli birer yordayıcı olduğu bulunmuştur.

Pullmer ve ark. (2019) Kanada’da ergenlerde öz-şefkatin beden memnuniyeti ve yeme bozukluğu üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini incelemek için, yaş ortalaması 16,49 olan 238 lise öğrencisi ile boylamsal bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada katılımcılara 4 ay aralıklarla ön test- son test uygulamışlardır. Araştırma sonucunda öz-şekatin araştırma hem araştırma öncesi hemde araştırma sonrasında erkek ve kız çocuklarında beden memnuniyeti ile pozitif ilişkili; psikolojik sıkıntı ve yeme bozukluğu ile ise negatif ilişkili olduğu bulunmuştur. Boylamsal olarak incelenen süreç sonunda öz-şefkatin sadece kızlarda psikolojik sıkıntılardaki değişiklikler yoluyla beden memnuniyeti ve yeme

bozukluğu değişikliklerini öngördüğü ortaya konulmuştur. Ayrıca öz-şefkatin erkeklerde kızlardan daha yüksek seviyede olduğu sonucuna da varılmıştır. Bu sonuçlar ışığında ergenlerde olumlu bir beden imajı geliştirmede ve yeme bozukluğunu önlemede öz-şefkatin çok önemli bir faktör olabileceğı vurgulanmıştır.

Jarman ve ark. (2021) ergenlerin sosyal medya kullanımları ile beden memnuniyeti ve iyilik halleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla ergen gençler arasındaki sosyal medya kullanımının sosyal beden imajı ile ilişkisini incelemiştir. Ayrıca araştırmada dış görünüş ve sosyal görünüş odaklı sosyal medya kullanımının beden memnuniyeti ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkilere aracılık edip etmediğı incelenmiştir. Araştırmada kullanılan yapısal eşitlik modellemesine göre, yalnızca görünüş odaklı aşırı sosyal medyayı kullanımının düşük beden memnuniyeti ve öznel iyi oluş ile doğrudan ilişkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca araştırmada sosyal medya kullanımı ile beden memnuniyeti ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin cinsiyet açısından bir fark yaratmadığı bulunmuştur.

Chen ve Mei-Chi (2022) Singapur'da yaptıkları araştırmada kadınlarda yarı kalıcı makyaj ve makyajın beden imajı ve sosyal kaygı üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda yüzlerine yarı kalıcı makyaj yapan kadınların her sabah makyaj için zamandan tasarruf ettikleri ve yarı kalıcı makyajı tazeledikleri bulunmuştur. Makyaj yapan kadınların olumlu beden imajına (bedenlerinden memnuniyet duyma) sahip olduğu ve bu durumun kadınların özgüvenini geliştirdiğı, sosyal kaygılarını azalttığı ve zaman yönetimlerini iyileştirdiğı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada yarı kalıcı makyaj yapan kadınların olumlu dönütler ve iltifatlar aldığı bu yüzden de yarı kalıcı makyajın kadınların bedenleri, psikolojileri ve ruhsal durumları için ilk adım olarak etkili ve güzel bir başlangıç olduğu vurgulanmıştır.

Fang ve ark. (2022) Çin'de vücut kitle indeksi ile öznel iyi oluş arasındaki karşılıklı ilişkiyi araştırmak amacıyla yaptıkları boylamsal araştırmada, yaşları 13-99 arasında değişen 18443 kişiye üç aşamalı bir ölçüm uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, beden kitle indeksi ve öznel iyi oluş arasında pozitif yönde ve karşılıklı

bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu karşılıklı pekiştirme süreci, boylamsal bir perspektiften “neşeli şişman” hipotezini desteklemekte ve aşırı kilonun psikososyal yükünün Çin’de geçerli olmayabileceğine dair öngöründe bulunmayı kolaylaştırmıştır. Araştırma sonuçları sayesinde ruh sağlığı çalışmaları ve önleyici çalışmalarla ile zayıf olunması gerektiği algısını değiştirmeye yardımcı olunabileceği ve beslenme bakımından daha mutlu bir toplum yaratılmasının mümkün olduğu vurgulanmıştır.

Gökdoğan (1988), ortaokul ve lise 1. sınıfa devam eden ergenlerin beden imajından memnun olma düzeylerini; yaş, cinsiyet, cinsel olgunlaşma zamanı, bedensel etkinlikte bulunma, kitle iletişim araçlarında bedene ilişkin açıklamaları izleme sıklığı, anababanın öğrenim düzeyi değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemiştir. Toplam 136 ergen ile yapılan araştırma sonucunda, erkeklerin kızlara oranla bedenlerinden daha fazla memnun olduğu ve yaş açısından beden imajından memnuniyet düzeyinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca ergenlerin medya araçlarından bedenlerine ilişkin açıklamaları izleme sıklığı ve anne-baba eğitim düzeyi değişkenleri açısından beden imajından sağlanan doyum düzeylerinde herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çok (1990) yaptığı çalışmada Türk ergenlerde beden imajı memnuniyeti düzeyini ve beden imajı ile cinsiyet, yaş, erken cinsel olgunlaşma, ekonomik durum, fiziksel aktivitelere katılım ve yoğun olarak medyadaki beden görünümü ve gelişimiyle ilgili bilgilere maruz kalma sıklığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma 11-18 yaşları arasındaki 555 ortaokul öğrencisi ile yapılmıştır. Araştırma sonucunda erkeklerin memnuniyet düzeylerinin kızlara göre daha yüksek olduğu, ancak yaş grupları arasında anlamlı bir farkın olmadığı bulunmuştur. Bir diğer sonuç olarak cinsel olgunlaşmada erken olgunlaşan erkekler ve geç olgunlaşan kızların beden imajı memnuniyetinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde fiziksel aktivitelere katılan ergenlerin katılmayanlara göre bedenlerinden daha memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak sosyo-ekonomik statünün beden memnuniyeti üzerinde bir etkisinin bulunmadığı, beden görünümü

ve gelişim ile ilgili medyadan alınan mesajların ise beden memnuniyetini etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tarhan (1995) yaşları 15-18 aralığında olan ve farklı lise türlerinde okuyan 790 lise öğrencisi üzerinde yaptığı bir araştırmada, lise öğrencilerinin beden imajlarından hoşnut olma düzeylerinin özsayıları ve akademik başarıları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmada lise öğrencilerinin beden imajlarından memnun olma düzeylerinin; yaş, cinsiyet, ailenin aylık geliri, anne- babanın öğrenim düzeyi ve ders dışı faaliyetlere katılım değişkenlerine göre özsayı ve akademik başarı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda beden imajı düşük ve yüksek olan öğrencile cinsiyet, yaş ve anne-baba eğitim durumuna göre incelendiğinde beden imajının özsayı üzerindeki etkisi anlamlı bulunmamıştır. Beden imajı düşük ve yüksek olan öğrenciler ders dışı faaliyetlere katılma durumlarına ve ailelerinin aylık gelirlerine göre incelendiğinde ise beden imajının özsayı üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur. Son olarak beden imajı düşük ve yüksek olan öğrenciler yaş, cinsiyet, ders dışı faaliyetlere katılma durumu, ailenin aylık geliri ve anne-baba eğitim durumlarına göre incelendiğinde ise beden imajının akademik başarı üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kalafat (2006), lisans düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin, cinsiyet, sınıf düzeyi ve üniversiteye giriş puan türü değişkenlerine göre beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, beden memnuniyetinin genel olarak erkeklerde kızlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Kızların ise genel sosyal beceri düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek düzeyde olduğu, sadece sosyal becerilerin alt ölçeği olan duyuşsal kontrol puanlarında erkeklerin kızlara göre daha yüksek puanlar aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak araştırmada üniversite öğrencilerinin cinsiyet, sınıf düzeyi ve üniversiteye giriş puanı türü değişkenlerine göre beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur.

Oktan ve Şahin (2010) kız ergenlerde beden imajından hoşnut olma düzeyi ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelemek için 300 kız lise öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, kız ergenlerin beden imajı ile benlik

saygıları arasında yüksek düzeyde ve negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu bulgusuna dayanarak kız ergenlerin beden imajlarına yönelik memnuniyetleri arttıkça benlik saygılarının da arttığı vurgulanmıştır.

İkiz ve Eriş (2013) ergenlerin benlik saygısı ve sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi ve benlik saygısı ve sosyal kaygının okul başarısı, cinsiyet, beden imajı, okul dışında faaliyetlere katılım, arkadaş grubunun olması ve özel/duygusal bir arkadaşına sahip olma durumları değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelemek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada 152 kız ve 148 erkek olmak üzere toplam 300 ergen genç ile çalışılmıştır. Araştırma sonucunda olumlu beden imajına sahip ergenlerin, sosyal kaygı yaşama seviyeleri, olumsuz beden imajına sahip ergenlerden daha düşük olduğu bulunmuştur.

Tuna (2016) yaptığı bir araştırmada obezite cerrahisi öncesi ve sonrası dönemde hastaların depresyon, beden memnuniyeti ve yeme tutumlarını değerlendirmiştir. Araştırma için obez olan 60 hasta ameliyat öncesi ve sonrası üç farklı ölçek kullanılarak veriler elde edilmiştir. Araştırma sonucunda obezite cerrahinin kilo vermede başarılı olduğu, beden kitle indeksini düşürdüğü ve beden memnuniyetini pozitif anlamda yükselttiği bulunmuştur. Araştırma sonuçları ışığında hastaların cerrahi müdahale sonrasında fiziksel, metabolik ve psikolojik olarak kendilerini daha sağlıklı hissettikleri vurgulanmıştır.

Güvenen (2017) lise öğrencilerinde sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının beden algısı ve sosyal görünüş kaygısının üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla deneysel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma bulguları, özel bir lisede öğrenim gören ve araştırmaya katılımda gönüllü olan 205 öğrenciden alınmıştır. Katılımcılar “kitle iletişim araçları grubu”, “sosyal medya grubu” ve “kontrol grubu” olmak üzere rastlantısal olarak 3 gruba ayrılmış ve 20 dakikalık olarak belirlenen etkinlik uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin sosyal medya ve kitle iletişim araçları ile zaman geçirmesinin beden algısını ve sosyal görünüş kaygısını etkilemediği ancak öğrencilerin sosyal medyada dolaşmaları ve moda dergilerine bakmalarının kilolarından memnuniyetsizlik düzeylerini arttırdığı bulunmuştur.

Keskin (2018) günümüzde estetik cerrahisindeki gelişmeler sonucunda insanların ameliyatlara daha sıcak baktığını ve bedenlerinden memnun olmayan birçok insanın estetik operasyonlar geçirdiğini belirtmiştir. Keskin bu amaçla bozuk beden algısından dolayı estetik operasyon geçirmiş bireylerin beden algıları ve sosyal kaygı düzeyleri ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda beden algısı ve sosyal görünüşün cinsiyet açısından bakıldığında kadınların ve erkeklerin beden algıları ve sosyal görünüş kaygıları arasında anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada cerrahi operasyon geçiren bireylerde yükselen beden algılarının ise sosyal kaygı ve sosyal kaçınma puanlarını azalttığı bulunmuştur.

Aydın ve Vural (2018) üniversite öğrencilerinin beden imgelerinin yaşam niteliklerine etkisini incelemek amacıyla çeşitli üniversitelerde öğrenim 189 üniversite öğrencisi üzerinde tarama modeliyle bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda öğrencilerin beden imgelerinin yaşam niteliği üzerindeki etkisinin cinsiyete göre farklılaşmadığı ve yaş değişkeninin beden imgelerinin yaşam niteliği üzerindeki etkisinde anlamlı bir yordayıcı olmadığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada vücut kitle indeksi ile beden imgesinin yaşam niteliğine etkisi arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu; psikolojik sağlamlık düzeyi, algılanan sosyal destek düzeyi ve mutluluk düzeyi ile beden imgesinin yaşam niteliğine etkisi arasında ise pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Ercan (2018) geç ergenlik dönemindeki bireylerde sosyal medya kullanım sıklığının beden algıları ile ilişkisini incelemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya Üsküdar Üniversitesi öğrencilerinden yaşları 18-22 arasında değişen toplam 223 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırma sonucunda geç ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığının alt boyutu olan meşguliyet ile beden algısı ve sosyal medya maruziyeti ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca araştırmada sosyal medya maruziyeti ile sosyal medyadan etkilenme arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde araştırmanın diğer sonuçlarına bakıldığında ise sosyodemografik bilgilere göre katılımcılar arasında “cinsiyet, maddi durum, kardeş sayısı, eğitim durumu, medeni durum, anne-babanın beraberlik durumu, çocukluğunda aileden ayrı

yaşama durumu, psikiyatrik tanı” gibi değişkenler açısından anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur. Son olarak ise araştırmada geç ergenlik döneminde sosyal görünüş kaygısının beden algısıyla bağlantılı bir kaygı olduğu vurgulanmıştır.

Özcan (2019) sosyal medya kullanımından kaynaklanan sosyal karşılaştırmalar ve işlevsiz yeme davranışları arasında günden güne olan ilişkiyi yaşam doyumu ve beden memnuniyeti üzerinden ölçmek için yaş ortalaması 16,5 olan 127 ergen üzerinde deneysel bir araştırma yapmıştır.. Araştırma sonucunda ergenlerden kendilerini ünlü insanlarla karşılaştıranların işlevsiz yeme davranışları ile günlük yaşam doyumları ve günlük beden memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Arkadaşları ile kendilerini karşılaştıran ergenlerin ise arkadaşlarının sosyal medya hesaplarını ziyaret etmenin günlük yaşam doyumları ve işlevsiz yeme davranışları ile doğrudan ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genç kadın örnekleminde de tüm örnekleme benzer sonuçlar bulunmuştur. Son olarak araştırmada katılımcıların yeme bozukluğu semptomları düzeyinin günlük beden memnuniyeti düzeyini ortalama olarak düşürdüğü ancak işlevsiz yeme davranışları düzeyini ortalama olarak yükselttiği bulunmuştur.

Gökkaya ve ark. (2020) sosyal medya bağımlılığının beden memnuniyeti ve sosyal onay ihtiyacı ile ilişkisini ve sosyal onay ihtiyacının beden memnuniyeti ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye aracılık edip etmediğini incelemek amacıyla araştırma yapmışlardır. Araştırma, 18-60 yaşları arasında bulunan toplam 305 kişi ile yapılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığının erkeklerde daha yüksek olduğu ve beden memnuniyetinin ise daha düşük olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde araştırmada eğitim düzeyi açısından doktora düzeyindeki katılımcıların diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal onay ihtiyacının daha yüksek olduğu, beden memnuniyetinin ise daha düşük olduğu bulunmuştur. Bir diğer sonuç olarak sosyal medya bağımlılığının beden memnuniyeti ile negatif, sosyal onay ihtiyacı ile ise pozitif yönde anlamlı ilişkilere sahip olduğu bulunmuştur. Son olarak ise sosyal onay ihtiyacının, beden memnuniyeti ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye kısmi aracılık yaptığı bulunmuştur. Düşük beden memnuniyetinin ve

yüksek sosyal onay ihtiyacının sosyal medya bağımlılığında artışla ilişkili olduğu bulunmuştur.

Özkesici Kurt (2021) akneli (dermatolojik hastalık) ergenlerde ve yetişkinlerde beden memnuniyeti, benlik saygısı ve yaşam kalitesini arasındaki ilişkiyi incelemek için 132 kadın ve 60 erkek olmak üzere toplam 192 akne hastası üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırmada hastalar 20 yaş altı (ergenler) ve 20 yaş ve üstü (yetişkinler) olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Araştırma sonucuna göre akne rahatsızlığı bireyin beden memnuniyetini, benlik saygısını ve yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur. Ayrıca akne hastalığının psikososyal yükü, ergenler için olduğu kadar yetişkinler için de önemli olduğu saptanmıştır. Son olarak beden memnuniyeti, benlik saygısı ve yaşam kalitesi değişkenlerinin birbiriyle etkileşim halinde olduğu bulunmuştur.

2.4 Sosyal Medya Konusunda Yurt Dışı ve Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Bu başlık altında alanyazında sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu ile ilişkisi bulunan demografik özelliklerden cinsiyet, yaş, köken, okul türü, sınıf düzeyi, okudukları bölüm, akademik başarı, anne baba eğitim düzeyi ve aile aylık gelir gibi değişkenlerle ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Aynı şekilde alanyazın incelenerek sosyal medya ile ilişkisi bulunan sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya tutumu, gelişmeleri kaçırma korkusu, dürtü kontrolü, benlik saygısı (özsaygı), öz-şefkat, öznel iyi oluş, depresyon, intihar, sosyal görünüş kaygısı, sosyal kaygı, stres, sosyal onay ihtiyacı, sosyal destek, sosyal karşılaştırma, özgüven, yaşam kalitesi, aile içi iletişim, iletişim becerileri, beden imajı, beden memnuniyeti, yeme tutumları ve bozuklukları gibi değişkenleri konu alan araştırmalara yer verilmiştir.

Kirschner ve Karpinski (2010) Facebook kullanımı ve akademik başarı ilişkisini incelemek amacıyla 219 üniversite öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda Facebook kullanımı yüksek olan üniversite öğrencilerinin akademik başarılarının daha düşük olduğu bulunmuştur.

Wei ve Wang (2011), Johnson & Wales Üniversitesi'nde okuyan 48 lisans ve lisansüstü öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada sosyal medyanın üniversite

öğrencileri üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Katılımcılardan yüzde 31'i tam zamanlı, yüzde 30'u yarı zamanlı ve yüzde 39'u çalışmadığını belirtmişlerdir. Araştırma sonucunda katılımcıların %45'inin günde 6-8 saatini, %23'ünün ise 8 saatten fazla, %20'si 2-4 saat ve yalnızca %12'sinin 2 saatten az zaman sosyal medya sitelerinde zaman geçirdikleri bulunmuştur. Ayrıca araştırmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla sosyalleşme amacıyla sosyal medyayı çok daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır..

Kim ve Chock (2015) genç bireylerin sosyal medya kullanımları ile beden imajı kaygıları arasındaki ilişkiyi incelemek için 186 genç üzerinde kesitsel bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal medyada geçirilen zamanın beden imajı kaygısıyla ilgili olmadığı bulunmuştur. Bununla birlikte, akranlarının profillerini görüntüleme ve bunlara yorum yapma gibi çevrimiçi sosyal davranışların hem kadın hem de erkeklerin dürtü kontrol zayıflığı yaşamaları ile ilişkili olduğu bulunmuştur.

Herring ve Kapidzic(2015) genç erkek ve kızların kendilerini Facebook, Twitter, bloglar ve sohbet forumları gibi çevrimiçi sosyal medya aracılığıyla nasıl sunduklarını belirlemek amacıyla bir meta-analiz çalışması yapmışlardır. Araştırmacılar çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri'nde yürütülen araştırmalara inceleyerek gençlerin sosyal medya kullanımı, profil oluşturma, görsel ve metinsel benlik sunumu, profil görünürlüğü, dürüstlük ve benlik sunumunun diğer yönlerinin cinsiyetleriyle ilgili etkilerini açıklamaya çalışmışlardır. Araştırma sonucunda erkeklerin sosyal medya sayfalarının genelde herkesçe görülür şekilde ayarladıkları kızların ise sosyal medya sayfalarının sınırlı görünürlükte ayarladıkları bulunmuştur. Ayrıca araştırmada erkek ve kız ergenlerin metinsel benlik sunumlarında farklılık olduğu; erkeklerin dil seçimleri hem tarz hem de ton bakımından iddialılığı yansıttığı, kızların ise erkekleri memnun etmeyi ve sosyal etkileşimi kolaylaştırıcılığı yasıtmayı seçtikleri tespit edilmiştir. Araştırmada benzer şekilde, görsel sunumlarında kızlar çoğunlukla çekici veya cinsel açıdan çekici görünme arzusunu belirten resimleri seçerken, erkekler desenlerin daha az ve net olduğu resimleri seçtikleri bulunmuştur. Son olarak araştırmada her iki

cinsiyetin de kendini sunum için resim seçimlerken cinselleştirilmiş medya tasvirlerini yansıtan resimler seçtikleri tespit edilmiştir.

Jan ve ark. (2017) Pakistan’da 150 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu araştırma Institute of Business Management (İşletme Yönetimi Enstitüsü) ve Facebook kullanan öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların yaklaşık %88’inin Facebook’ta sosyal karşılaştırmalar yaptığı ve bu sosyal karşılaştırmalar yapılırken araştırmacıların %98’inin kendinden bir veya birçok açıdan (fiziksel, sosyal, ekonomik, kültürel, statük vb.) daha iyi durumda olanlarla yaptığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada, sosyal medya ile benlik saygısı arasında güçlü bir ilişki olduğu, sosyal medya kullanımının artması bireylerin benlik saygısının azalmasına neden olduğu ve her gün Facebook’ta geçirilen bir saatin bireyin benlik saygısı puanında %5.5lik bir düşüşe neden olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Twenge ve ark. (2018) Clinical Psychological Science dergisinde yayınlanmak üzere yaşları 8 ila 12 arasında değişen 500.000’den fazla ABD’li öğrenci üzerinde sosyal medya/akıllı telefon kullanımı, depresyon ve intihar/ölüm oranlarını inceleyen bir araştırma yapmışlardır . Araştırma sonucuna göre 2010 ve 2015 yılları arasında öğrencilerin sosyal medya/akıllı telefon kullanımı, depresyon ve intihar/ölüm oranlarında yüzde 33’lük bir artış olduğu bulunmuştur. Ayrıca araştırma sonucunda, yüksek düzeyde depresif belirtileri olan ergenlerin yüzde 31’inin intihar nedeniyle öldüğü, bu ölümlerin veya oranların büyük bir kısmının kadınlar arasında gerçekleştiği bulunmuştur. Araştırmacılar , depresif semptomlardaki artışın, o dönemde akıllı telefon kullanımıyla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde aynı yıllarda Amerika’daki psikolojik danışma merkezlerinde de depresyon ve anksiyete için yardım arayan öğrencilerin raporlarında büyük bir artış olduğu belirtilmiştir. Tersine, gerçek hayattaki etkinliklerde (bireysel-sosyal etkileşim, spor etkinlikleri ve dini hizmetlere katılma gibi) daha fazla zaman harcayanların zihinsel ve psikolojik problemler alanlarındaki sağlık sorunlarını bildirme oranların daha düşük olduğu belirtilmiştir.

Apaolaza ve ark. (2019) bir devlet üniversitesinde yaşları 17 ile 26 arasında değişen 346 lisans öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada mobil sosyal medya uygulaması ‘‘WhatsApp’’ kullanımı bağlamında mindfulness (bilinçli farkındalık), benlik saygısı, sosyal kaygı, ve türetilmiş stres arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda mindfulnessın zarar verici zorlayıcı kullanım üzerindeki yararlı (düşürücü) etkisinin benlik saygısı ve sosyal kaygı rollerine pozitif aracılık ettiği bulunmuştur. Ayrıca araştırmada sosyal medyanın zarar verici zorlayıcı kullanımının stresi tetiklediğini ve mindfulnessın zorlayıcı davranışlardan türetilen stres üzerinde de azaltıcı etkilere sahip olduğu bulunmuştur. Bu araştırma, mobil sosyal medya kullanımından kaynaklanan stres üzerinde de mindfulnessın faydalı etkisi olduğunu ve mindfulnessın zarar verici zorlayıcı kullanımı nasıl azalttığına dair altta yatan mekanizmalarını analiz eden ilk çalışma olmuştur.

Boursier ve ark. (2020) İtalya ve İngiltere’de yaşları 13-21 aralığında olan 578 genç üzerinde özçekim (selfie) beklentileri ve sosyal görünüş kaygısının ergenlerin problemleri sosyal medya kullanımlarını yordayıp yordadığını ve cinsiyet açısından bir farklılığın olup olmadığını inceleyen bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda erkeklerin kendi görünümleriyle ilgili kaygılarının ve özçekimin onların öz güvenlerini geliştirebileceği beklentisinin, problemleri sosyal medya kullanımlarının yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Ayrıca araştırmada erkeklerin aksine kızların daha yüksek düzeyde sosyal görünüş kaygısı taşımalarına rağmen, sosyal medya kullanımlarından etkilenmedikleri bulunmuştur. Son olarak araştırmacılar problemleri sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı ve cinsiyet arasındaki farklılık açısından mevcut alanyazında daha farklı bulgular elde edildiği vurgulamıştır.

Phillips ve Wisniewski (2021) Avusturalya’da 300 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada sosyal medya kullanım profiline, kaygı ve depresyonla olan ilişkisini ve kullanıcıların öz-şefkat düzeyinin bu ilişkiyi yordayıp yordadığını incelemişlerdir. Araştırmada sosyal medyada geçirilen süre, kullanım sıklığı, problemleri sosyal medya kullanımı, gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya kullanımına verilen duygusal tepkiler ve çevrimiçi etkileşim algılarını değerlendiren değişkenler iki aşamalı bir küme analizine tabi

tutulmuştur. Araştırma sonucunda ‘‘problemli kullanıcılar ,büyüsü bozulmuş beceriksizler, orta düzey kullanıcılar ve bilinçli kullanıcılar’’ olmak üzere dört farklı sosyal medya kullanım profili bulunmuştur. Ayrıca problemli kullanıcıların diğer üç gruba göre daha yüksek kaygı ve depresyon seviyeleri yaşadıkları bulunmuştur. Ancak yapılan yordama analizlerinde öz-şefkatin bu ilişkileri yordadığı ve yüksek düzeyde öz-şefkatli problemli kullanıcıların diğer profil gruplarına benzer düzeyde kaygı ve depresyona sahip oldukları belirlenmiştir . Bu bulgular ışığında, araştırmada öz-şefkatin savunmasız sosyal medya kullanıcılarını kaygı ve depresyona karşı koruyabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Wagner ve ark. (2021) ABD’de orta düzey başarı gösteren bir üniversitede Instagram hesabı olan 161 lisans öğrencisi üzerinde Instagram’da sosyal onay, sosyal karşılaştırma ve dijital değişikliğin görüntü sabitleme işlemini yordayıp yordamadığını araştırmışlardır. Görüntü sabitleme, bir kişinin fiziksel görünümüne vurgu yaparak başkalarının onları nasıl algıladığına aşırı derecede odaklanma derecesidir (Richmond ve McCroskey, 2004). Katılımcılar yaşları 18-37 arasında değişmekte olup, 103 kadın ve 58 erkekten oluşmaktadır. Araştırma sonucunda sosyal onay, sosyal karşılaştırma ve dijital değişikliğin doğrudan Instagram davranışlarını ölçtüğü ve bu değişkenlerin görüntü sabitlemenin önemli yordayıcıları olduğu bulunmuştur. Önceki araştırmalarla tutarlı olarak, sosyal karşılaştırma değişkeninin Instagram davranışlarını ölçmede en güçlü tahmin edici olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada Instagram’da harcanan zaman, fotoğrafları düzenleme ve resim seçme davranışlarının görüntü sabitleme ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur.

Hazar (2011) yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığının cinsiyet ve sınıf düzeyi değişkenleri açısından farklılık oluşturup oluşturmadığını araştırmıştır. Araştırmada bağımlılığın bilişsel, duygusal (sosyalleşme ve kaçış), davranışsal (araç bağımlılığı ve eylem) kategorileri ele alınmış ve bu çerçevede üniversite öğrencileri üzerine yapılan saha çalışmasının sonucu tartışılmıştır. Araştırma sonucunda cinsiyet açısından kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla daha çok davranışsal, bilişsel,

duygusal ve davranışsal bağımlılık geliştirdikleri; erkek öğrencilerin ise sosyal medyayı daha çok duygusal-sosyalleşme için kullandıkları bulunmuştur. Benzer şekilde araştırmada öğrencilerin okudukları sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı düzeyinde bir farklılık olduğu ve dolayısıyla 1. sınıfların sosyal medya üzerinde daha az kalmalarına rağmen bağımlılıklarını diğer sınıflara oranla daha çok yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada öğrenciler sosyal medyada geçirdikleri zamanı eğlenceli bulduklarını, kendilerini sanal ortamda daha rahat ve özgür hissettiklerini belirtmişlerdir. Son olarak araştırmada öğrenciler sosyal medyanın olumlu yönü olarak arkadaş seçimlerini sadece kendilerinin karar verebilmesini sağladığını belirtirken, olumsuz yönü olarak ise sosyal medya kullanımının aile ve arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki kurmalarına engel olmasını göstermişlerdir.

Otrar ve Arğın (2014) ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının tespit edilmesi ve bu tutumlarının çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırma İstanbul'da devlet ortaokullarının 8. sınıfı ile liselerinin 9., 10., 11., ve 12. sınıflarında öğrenim gören 14-19 yaş arası 735 ergen üzerinde yapılan betimsel bir araştırmadır. Araştırma sonucunda ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur. Araştırmada ayrıca sosyal medya tutum puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ortaokul veya lisede öğrenim görme, okul türü ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre ise anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Atalay (2014) lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya göre lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyete göre farklılık göstermediği, ancak sosyal medya tutumunun sosyal yetkinlik, öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon alt boyutlarında erkek öğrencilerin lehine anlamlı farklılık oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada benzer şekilde sosyal medyaya ilişkin tutumların okul türü ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre incelenmesinde; meslek lisesi öğrencilerinin anadolu lisesi ve genel lise öğrencilerine göre ve 9. sınıf öğrencilerinin 11. ve 12. sınıf öğrencilerine

göre sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmada bir diğer sonuç olarak lise öğrencilerinde algılanan sosyal destek düzeyinin cinsiyet, okul türü, sınıf düzeyi, başarı düzeyi, annenin eğitim durumu, sosyal medyanın kullanım amacı, günlük ortalama kullanım süresi, üye olmanın sosyal çevredeki değişimi, destek aracı olarak kullanma değişkenlere göre farklılaştığı bulunmuştur. Son olarak araştırmada lise öğrencilerinin sosyal destek düzeyi ile sosyal medya tutumları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur.

Demir (2016) Çanakkale’de 3 farklı lise türünün farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören 714 öğrenci ile lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeylerine göre aile içi iletişimlerinin farklılaşma durumunu incelemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin sosyal medyayı kullanım düzeylerine göre aile içi iletişim puanları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı fakat öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklığı ve günlük kullanım süresi ile aile içi iletişim puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırmada ayrıca interneti yoğun kullanan öğrencilerin aile içerisinde konuşulan konuları sıkıcı buldukları, sosyal medyayı günlük olarak yoğun kullanan öğrencilerin kendilerini bu ortamda daha iyi ifade edebildikleri, sosyal medyayı kullanım süresi yoğun olan öğrencilerin ise özel problemlerini aileleri yerine sosyal medyadaki arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih ettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tuğlu (2017) ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemek ve sosyal medyaya ilişkin tutumların yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi ve okul türüne göre farklılaşma düzeylerini belirlemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya göre öğrencilerin sosyal medyayı en çok arkadaşlarıyla iletişim amacıyla kullandıkları; sosyal medya kullanım tutumlarının ise yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi ve okul türü değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yılmaz (2017) lisede öğrenim gören ve yaşları 14-18 arasında değişen 274 ergen birey ile internet kullanım sıklığı, problemleri internet kullanımı davranışının tespiti ve internet kullanımının beden algısı ve yeme tutumuyla olan ilişkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda problemleri internet kullanımı ile yeme tutumu ve beden algısı ile yeme tutumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu

ancak problemli internet kullanımı ile beden algısı arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur.

Ercan (2018) yaşları 18 ile 22 yaş arasında değişen 223 üniversite öğrencisi ile sosyal medya kullanım sıklığı ile beden algısı, sosyal medyadan etkilenme ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığının alt boyutu olan meşguliyet ile beden algısı arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu, sosyal medya maruziyeti ile sosyal medyadan etkilenme durumu arasında pozitif bir ilişki olduğu ve sosyal medya maruziyeti ile sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ayrıca araştırmada geç ergenlik döneminde sosyal medya maruziyeti ile sosyal medyadaki görüntülerden etkilenme arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu sonuca dayanarak araştırmada ergen bireylerde sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça sosyal medyada gördükleri yakışıklı, güzel, zayıf, fit ve çekici bireylerden etkilenme oranının da arttığı belirtilmiştir. Son olarak araştırmada geç ergenlik döneminde sosyal görünüş kaygısının beden algısını anlamlı bir şekilde etkilediği bulunmuştur.

Yıldız ve ark. (2019) Sakarya Üniversitesi ve Kafkas Üniversitesi'nin meslek yüksek okullarında 255'i bilgisayar programcılığı, 54'ü elektrik, 23'ü elektronik, 66'sı inşaat, 49'u makine, 32'i muhasebe ve 23'ü yönetim ve organizasyon bölümlerinde öğrenim gören toplam 502 öğrenci ile yaptıkları çalışmada, meslek yüksek okulları öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile cinsiyet, sınıf, bölüm, internet kullanım süresi demografik verileri arasında anlamlı bir fark bulunmazken; sosyal medya tutumları ile sosyal medya kullanım saatleri ve internet bağlantı yılı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Alkış (2020) İstanbul'un Bağcılar ilçesinde yaşayan ve yaşları 12-16 yaş arasında değişen toplam 333 ergen ile yaptığı araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda iletişim becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu sonuca dayanarak araştırmada ergenlerin iletişim becerilerinin yüksek olması sosyal medya bağımlısı olma olasılıklarını azalttığı

ancak tersi olarak iletişim becerilerinin düşük olması ise sosyal medya bağımlısı olma olasılıklarını artırdığı belirtilmiştir.

Yazan (2021) ortaöğretim düzeyindeki öğrencilerin akademik başarı, sosyal destek ve sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemek için yaşları14-19 yaş aralığında değişen 465 öğrenci üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı okul türü, anne ve baba eğitim düzeyi, cinsiyet ve sosyal medya için kullanılan araç değişkenlerine göre farklılık göstermezken; akademik başarı, sınıf, aylık gelir, evde internetin olma durumu, sosyal medyayı kullanma yaşı ve sosyal medya kullanım amacı değişkenlerine göre farklılık gösterdiği bulunmuştur. Son olarak araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasında negatif yönde bir ilişki oluşu, yani öğrencilerde algılanan sosyal destek düzeyi azaldıkça sosyal medya bağımlılıklarında artma meydana geldiği bulunmuştur.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel tekniklerle ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

3.1 Araştırmanın Modeli

Bu araştırma lise öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeylerinin incelendiği ve beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkinin test edildiği betimsel ve ilişkisel tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan beden memnuniyet düzeylerinin; cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı, anne ve baba eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır. Betimsel tarama yöntemi, çalışma koşullarında herhangi bir değişiklik, düzenleme yapılmadan örneklem üzerinde çalışılan bir yöntemdir (Karasar, 2009).

Araştırmanın bağımsız değişkenleri olan, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu ile beden memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi; lise öğrencilerinin çevresinden aldığı olumlu/olumsuz geri bildirim alma ile beden memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi; sosyal medyaya fotoğraf yükleme, fotoğraflar üzerinde değişiklik yapma durumları ile beden memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, araştırmanın neden-sonuç ilişkisini test etmeden, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi ve ilişki derecesini betimleyen araştırmalardır (Can, 2017). Benzer şekilde bir diğer tanım olarak ilişkisel tarama, kullanılan değişkenlere herhangi bir müdahale yapılmadan, aralarındaki ilişkinin incelendiği araştırmalardır (Büyüköztürk ve ark., 2021).

3.2 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Kocaeli ili Gebze ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı devlet ve özel ortaöğretim kurumlarında bulunan tüm lise öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 2020-2021 eğitim öğretim yılında 6

farklı lise türünün 9, 10, 11 ve 12. sınıf düzeylerinde öğrenim gören 925 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma verileri Yücel Boru Fen Lisesi, Kanuni Sosyal Bilimler Lisesi, Gebze Anadolu Lisesi, Gebze Cumhuriyet Anadolu Lisesi, Gebze Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Ziya Gökalp Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Gebze Fatih Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, STFA Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Gebze Anadolu İmam Hatip Lisesi, Gebze Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi, Özel Birey Temel Lisesi, Özel Fen Bilimleri Temel Lisesi ve Özel Yeni Umut Okulları Temel Lisesi olmak üzere 13 farklı lisede öğrenim gören öğrencilerden toplanmıştır. Araştırma örnekleminin Gebze ilçesindeki öğrencileri büyük oranda temsil edebilmesi için 6 farklı lise türü ve bu liselerin her sınıf düzeyinde okumakta olan öğrenciler arasından rastlantısal olarak seçilmiştir.

Tablo 3.1. Araştırma katılımcılarının kişisel ve demografik özelliklere göre dağılımı (n=897)

	Gruplar	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	640	71,3
	Erkek	257	28,7
Sınıf	9	253	28,2
	10	234	26,1
	11	172	19,2
	12	238	26,5
Genel akademik başarı düzeyi	Düşük	302	33,7
	Orta	273	30,4
	Yüksek	322	35,9
Anne eğitim düzeyi	İlköğretim ve altı	624	69,6
	Lise	176	19,6
	Lisans ve lisansüstü	97	10,8
Baba eğitim düzeyi	İlköğretim ve altı	439	48,9
	Lise	310	34,6
	Lisans ve lisansüstü	148	16,5
Çevresinden dış görünüşü ile ilgili olumlu geri bildirim alma	Hiçbir zaman	83	9,3
	Bazen	371	41,4
	Genellikle	326	36,3
	Her zaman	117	13
Çevresinden dış görünüşü ile ilgili olumsuz geri bildirim alma	Hiçbir zaman	421	46,9
	Bazen	392	43,7
	Genellikle	73	8,1
	Her zaman	11	1,2

Kendisiyle ilgili sosyal medyaya fotoğraf yükleme	Hiçbir zaman	223	24,9
	Bazen	478	53,3
	Genellikle	157	17,5
	Her zaman	39	4,3
Kendisiyle ilgili fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma	Hiçbir zaman	513	57,2
	Bazen	288	32,1
	Genellikle	70	7,8
	Her zaman	26	2,9
Toplam		897	100

Araştırma katılımcılarının kişisel ve demografik özelliklere göre dağılımı (Tablo 3.1) incelendiğinde; 897 katılımcının 640'ı (%71,3) kız, 257'i (%28,7) erkektir. Sınıf düzeyi dağılımına bakıldığında; 253 katılımcı 9. sınıf (% 28,2) , 234 katılımcı 10. sınıf (%26,1), 172 katılımcı 11. sınıf (%19,2) ve 238 katılımcı 12. sınıf (%26,5) düzeyinde öğrenim görmektedir. Sınıf düzeyi yönünden katılımcı sayıları dengeli bir dağılım göstermektedir. Genel akademik başarı düzeyine bakıldığında; kendisini akademik olarak düşük düzeyde gören 302 katılımcı (%33,7), kendisini akademik olarak orta düzeyde algılayan 273 katılımcı (%30,4) ve kendisini akademik olarak yüksek düzeyde algılayan 322 katılımcı (%35,9) yer almaktadır. Katılımcıların anne eğitim düzeyine bakıldığında; annesi ilköğretim ve altı eğitimi olan 624 katılımcı (%69,6) olarak en büyük grupta yer almakta, annesi lisans ve üstü eğitimi olan 97 katılımcı (%10,8) ise en küçük grupta yer almaktadır. Katılımcıların baba eğitim düzeyine bakıldığında; babası ilköğretim ve altı eğitimi olan 439 katılımcı (%48,9) olarak en büyük grupta yer almakta, babası lisans ve üstü eğitimi olan 148 katılımcı (%16,5) ise en küçük grupta yer almaktadır. Ayrıca araştırmada, lise öğrencilerinin beden memnuniyetleri ile ilgili olduğu düşünülen 4 soru daha sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevapların dağılımı şu şekildedir. Lise öğrencilerinin çevresinden dış görünüşleri ile ilgili olumlu geribildirim alma durumundan 'hiçbir zaman' olumlu geribildirim alamayanlar 83 kişi (%9,3) ile en küçük grupta yer alırken, 'bazen' olumlu geri bildirim alanların 371 kişi (% 41,4) ile en büyük grupta yer aldığı görülmektedir. Son olarak lise öğrencilerinin çevresinden dış görünüşleri ile ilgili olumsuz geribildirim alma durumundan 'her zaman' olumsuz geribildirim alanlar 11 kişi (%1,2) ile en küçük grupta yer alırken, 'hiçbir zaman' olumsuz geri bildirim almayanların 421 kişi (% 46,9) ile en büyük grupta yer aldığı görülmektedir. Lise öğrencilerinden sosyal medya uygulamalarına

fotoğraf yükleme durumunda ‘her zaman’ fotoğraf yükleyenler 39 kişi (%4,3) ile en küçük grupta yer alırken, ‘bazen’ fotoğraf yükleyenlerin ise 478 kişi (%53,3) ile en büyük grupta yer aldığı görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarına kendisiyle ilgili fotoğraf yüklerken fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma durumunda ‘her zaman’ oynama/değişiklik yapanlar 26 kişi (% 2,9) ile en küçük grupta yer alırken, ‘hiçbir zaman’ oynama/değişiklik yapmayanların 513 kişi (% 57,2) ile en büyük grupta yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3.2. Araştırma katılımcılarının kullandıkları sosyal medya uygulamalarının dağılımı (n=925)

Uygulama türü	Sayı(f)	Yüzde(%)
Whatsapp	822	88,2
Instagram	706	76,2
Youtube	676	73,0
Snapchat	202	21,8
Twitter	200	21,6
TikTok	99	10,7
Diğer	65	7,0
Facebook	30	3,2
Tumblr	19	2,1
Vine	2	0,2
Tinder	2	0,2
Periscope	0	0

Araştırma katılımcılarının kullandıkları sosyal medya uygulamalarının dağılımı Tablo 3.2’de verilmiştir. Lise öğrencilerinin bu uygulamalardan hangilerini daha çok kullandıklarını belirlemek için Bilgi Formu’nda en fazla kullandıkları 3 uygulamayı işaretlemeleri istenmiştir. Yukarıdaki yüzdelikler de öğrencilerin en çok kullandıkları 3 uygulamayı kullanma durumlarına göre belirlenen yüzdeliklerdir. Tablo 3.2. incelendiğinde öğrencilerin en fazla kullandıkları sosyal medya uygulamalarının sıralaması; Whatsapp 822 kişi (%88,2), Instagram 706 kişi (%76,2), Youtube 676 kişi (%73), Snapchat 202 kişi (%21,8), Twitter 200 kişi (%21,6), TikTok 99 kişi (%10,7), Diğer Uygulamalar 65 kişi (%7,0), Facebook 30 kişi (%3,2), Tumblr 19 kişi (%2,1), Vine 2 kişi (%0,2), Tinder 2 kişi (%0,2) ve Periscope 0 kişi (%0) şeklinde olmuştur.

3.3 Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veriler “Vücut Algısı Ölçeği”, “Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği”, “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” ve “ Bilgi Formu” ile elde edilmiştir.

3.3.1 Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ)

Özgün ismi Body-Cathexis Scale (BCS) olan ölçek, Secord P. F. ve Jourard S. M. tarafından 1953 yılında geliştirilmiş ve Hovardaoğlu (1993) tarafından Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Ölçek kişilerin bedenlerindeki çeşitli kısımlardan ve çeşitli beden işlevlerinden memnuniyetlerini ölçmeyi amaçlamakta, toplam 40 maddeden oluşmakta ve 5’li derecelendirme (1=Hiç beğenmiyorum ile 5=Çok beğeniyorum) ile yanıtlanmaktadır. Bu araştırmada daha önceden ergenlerle yapılan araştırmalarda kullanıldığı ancak liselerde ve ergen gruplarına uygun olmadığı gerekçesiyle ölçeğin 3 maddesi (cinsel gücüm, cinsel faaliyetlerim ve cinsel organlarım) çıkarılmış ve toplamda 37 maddelik ölçek kullanılmıştır. Bu bakımdan bu araştırmanın katılımcılarına uygulanan ölçekten alınabilecek en düşük puan 37 ve en yüksek puan ise 185’dir. Ölçekten alınan toplam puanın yüksekliği kişinin vücut bölümlerinden ya da işlevinden duyduğu memnuniyetin yüksek düzeyde olduğunu yansıtmaktadır.

Ölçeğin uyarlama çalışmasında geçerlik çalışması için madde analizi ve faktör analizi çalışmaları yapılmıştır. Faktör analizinde varyansın %57,58’ini açıklayan, öz değeri 14.52 olan tek bir faktörden oluştuğu belirtilmiştir. Ölçeğin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı 0.91 olarak raporlaştırılmıştır (Hovardaoğlu, 1993). Bu araştırmada ölçeğin daha önce benzer yaş grubu ergenler ve lise öğrencilerinde geçerli bir ölçme aracı olarak kullanıldığı bulgularına dayanarak geçerlilik için yeni bir analiz yapılmamıştır. Güvenirlik çalışması için ise araştırmanın katılımcılarıyla yapılan analizde Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı 0.95 olarak hesaplanmış ve yüksek derecede güvenilir olduğu bulunmuştur.

3.3.2 Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)

Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Özgenel, Canbolat ve Ekşi (2019) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirme çalışmasında öncelikle 27 maddelik taslak ölçek hazırlanmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinde toplam 9 maddeden oluşan, toplam varyansın %56,787'sini açıklayan tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Beşli derecelendirme ile yanıtlanan ölçekte 'Hiçbir zaman' (1 puan) ile 'Her zaman' (5 puan) aralığındaki 5 yanıtama seçeneği bulunmaktadır.. Güvenirlik analizleri için yapılan testlerde ölçeğin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı 0.90 olarak raporlaştırılmıştır (Özgenel ve ark., 2019). Ölçekten alınan yüksek puan ergenlerde sosyal medya bağımlılığının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu araştırma katılımcıları için yapılan güvenirlik analizinde Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı 0.81 olarak hesaplanmış ve oldukça güvenilir olduğu bulunmuştur.

3.3.3 Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ)

Otrar ve Argın (2014) tarafından geliştirilen SMTÖ toplam 23 maddeden oluşmakta ve beşli derecelendirme (1-Kesinlikle katılmıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum) şeklinde yanıtlanmaktadır. SMTÖ Paylaşım İhtiyacı (8 madde), Sosyal Yetkinlik (6 madde), Sosyal İzolasyon (6 madde) ve Öğretmenlerle İlişki (3 madde) olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Sosyal izolasyon alt boyutu maddeleri ters yönde puanlanmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanların kullanıcıların sosyal medya karşı tutumlarının yüksekliğini göstermektedir.

Ölçeğin geliştirilme aşamasında geçerlilik ve güvenirlik çalışması sonucunda 23 madde ve dört faktörden oluşan bu ölçeğin toplam varyansının %56.650'sini açıkladığı raporlaştırılmıştır. Güvenirlik analizleri için yapılan testlerde ölçeğin toplam puanının Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı 0.85 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin alt boyutları için yapılan güvenirlik analizlerinde ise sosyal yetkinlik Cronbach alpha değeri 0.83, paylaşım ihtiyacı Cronbach alpha değeri 0.87, öğretmenlerle ilişki Cronbach alpha değeri 0.53 ve sosyal izolasyon Cronbach alpha değeri 0.72 olduğu bulunmuştur. Madde-toplam ve madde-kalan korelasyonları anlamlı ve 23 maddenin ayırt edici olduğu bulunmuştur. Faktörler arası

korelasyonlar anlamlı çıkmıştır. Test-tekrar test korelasyon katsayısı da pozitif yönde anlamlı bulunmuştur (Otrar ve Arğın, 2015). Bu araştırma için yapılan güvenirlik analizlerinde ise ölçeğin toplam puanının Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı (α) (0.79) olarak hesaplanmış ve ölçeğin oldukça güvenilir olduğu bulunmuştur.

3.3.4 Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan Bilgi Formu'nda öncelikle katılımcıların kişisel ve demografik özellikleri olan cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne-baba eğitim düzeyi hakkında bilgi toplanmıştır. Daha sonra ergenlerin sosyal medya araçlarından en çok kullandıkları üç uygulamayı tespit edebilmek için çoklu seçenek olarak işaretleyebilecekleri bir soru yöneltilmiştir. Aynı şekilde, beden memnuniyetinde katılımcıların çevresinden dış görünüşleri ilgili aldıkları olumlu ve olumsuz geri bildirimlerin etkili olup olmadığını test edebilmek amacıyla dörtlü decelendirme (Her zaman, Genellikle, Bazen, Hiçbir zaman) şeklinde iki soru sorulmuştur. Son olarak ise katılımcıların sosyal medya uygulamalarına kendisiyle ilgili fotoğraf yükleme durumları ve fotoğraf yüklerken fotoğralarında oynama/değişiklik yapma durumlarını tespit edebilmek için dörtlü decelendirme (Her zaman, Genellikle, Bazen, Hiçbir zaman) şeklinde iki soru sorulmuştur.

3.4 Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanması amacıyla öncelikle Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'na başvurulmuş ve onay alınmıştır (Ek-5). Daha sonra araştırma verilerinin toplanabilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı, Kocaeli İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne başvurulmuş ve gerekli izinler alınmıştır (Ek-6). Kocaeli ili Gebze ilçesinde bulunan Fen Lisesi, Sosyal Bilimler Lisesi, Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Anadolu İmam Hatip Lisesi ve Temel Liselerden oluşan 6 farklı lise türünden 13 lisede ölçekler uygulanmıştır. Ölçeklerin uygulandığı bu liselerin okul yönetimleri ile görüşülmüş ve destek alınmıştır. Ölçek uygulamaları için, bu liselerin 9. Sınıf, 10. Sınıf, 11. sınıf ve 12. sınıf düzeylerinde okuyan öğrenciler random tekniği kullanılarak seçilmişlerdir. Ölçeklerin uygulanmasında gönüllülük ilkesi esas alınmıştır. Araştırmacı tarafından 'google formlar'' üzerinden düzenlenen

ölçeklerin bağlantı adresi okul yönetimleri aracılığıyla sınıf whatsapp gruplarına gönderilmiş ve ilgili ölçekler online olarak uygulanmıştır. Öğrenciler, ailelerinin bilgisi dahilinde bu bağlantıları kullanarak ölçekleri çevrimiçi-online şekilde yanıtlamışlardır. Bu şekilde 925 öğrenciye ulaşılmış ve veriler toplanmıştır.

3.5 Verilerin Analizi

Araştırma verileri SPSS 20.00 paket programında analiz edilmiştir. Analiz için toplam 925 lise öğrencisinden veri alınmıştır. Veriler toplanırken katılımcıların ölçek maddelerini eksik işaretlemelerini engellemek amacıyla online uygulanan ölçeklerde gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Bunun sonucunda herhangi bir ölçek verisinin eksik doldurulması engellenmiştir. Toplanan 925 veri içinde uç değerlerin olup olmadığını saptamak amacıyla Standart Z puanlarına bakılmıştır. Z puanında -3,+3 değer aralığı dışındaki verilerin uç değer kabul edildiği varsayımından hareketle, 28 veri bu değerler dışında olduğu için uç değer olarak görülmüş ve analizden çıkarılmıştır (Büyüköztürk, 2013). Yapılan inceleme ve elemeler sonucunda toplam 897 lise öğrencisinin verileri kullanılarak analizler yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerini tespit edebilmek için güvenilirlik katsayısı değerlerine bakılmıştır. Güvenirlik katsayısı için birden fazla uygulamayı kullanmamak ve ölçme araçlarıyla tek ölçüm yapabilmek için ölçeklerin kendi içinde ne kadar tutarlı olduğunun göstergesi olan “Cronbach alpha” değerine bakılmıştır. Güvenirlik katsayısı 0 ile +1 puanları arasında bir değer aldığı (Bademci, 2006) ve ölçeklerin +1 puanına yaklaştıkça güvenilirliklerinin de arttığı kabul edilmektedir (Özdamar, 1999). Yapılan analizler sonucunda ölçeklerin güvenilir düzeyde olduğu bulunmuştur. Daha sonra araştırma katılımcılarının kişisel ve demografik özellikleri ve en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları için betimsel analiz yöntemi kullanılarak yüzdelik ve frekans dağılımı hesaplanmıştır. Bir sonraki aşama olarak yapılan normallik testi sonucunda, araştırma verileri normallik dağılımı varsayımını karşıladığı için analizler parametrik testler kullanılarak yapılmıştır. Parametrik testlerde ikili grup karşılaştırmaları (cinsiyet) için t testi; çoklu grup karşılaştırmaları için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) teknikleri kullanılmıştır. Yine araştırmada lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılıkları ve

sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon testi kullanılmıştır. Son olarak ise lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile çevrelerinden dış görünüşleriyle ilgili olumlu ve olumsuz geri bildirim alma, sosyal medya uygulamalarına kendileriyle ilgili fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflar üzerinde oynama/değişikler yapma durumları arasındaki ilişkiyi belirlemek için benzer şekilde Pearson korelasyon testi kullanılmıştır.

Araştırma verilerinin normallik dağılımı için çarpıklık ve basıklık değerleri alttaki tabloda sunulmuştur. Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri -1.5 ile +1.5 aralığında (Tabachnick ve Fidell, L. 2013) veya -2 ile +2 aralığında (Bachman, 2004) olduğu durumlarda araştırmanın normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir.

Tablo 3.3. Ergenler için Vücut Algısı Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeğine ilişkin normallik testi sonuçları

	$\bar{X}$	s	En Düşük Puan	En Yüksek Puan	Çarpıklık	Basıklık
VAÖ	136,03	27,10	59	185	-,27	-,41
ESMBÖ	16,36	5,78	9	35	,92	,30
SMTÖ	66,36	11,79	35	101	,13	-,54

VAÖ: Vücut Algısı Ölçeği, ESMBÖ: Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, SMTÖ: Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Yapılan normallik testi sonucunda, Vücut Algısı Ölçeği puanlarının -,27 çarpıklık ve -,41 basıklık değerleri ile sola çarpık bir eğilim gösterdiği ancak normal dağılım gösterdiği, Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanlarının ,92 çarpıklık ve ,30 basıklık değeri ile sağa çarpık bir eğilim sergilediği ancak normal dağılım gösterdiği görülmektedir. Yine diğer bir ölçüm olan Sosyal Medya Tutum Ölçeği puanlarının ,13 çarpıklık ve -,54 basıklık değeri ile normal dağılım gösterdiği görülmektedir. Araştırmada kullanılan ölçek puanlarının Skewness(çarpıklık) ve Kurtosis(basıklık) değerlerinin -1.5 ile +1.5 aralığında (Tabachnick ve Fidell, L. 2013) veya -2 ile +2 aralığında (Bachman, 2004) olduğu durumlarda araştırmanın normal dağılım gösterdiği yönündeki teorik bilgilerle örtüşmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin normal dağılım göstermesi sebebiyle araştırma verilerinin analizlerinde parametrik yöntemler kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın alt problemlerine uygun sıralama ile bulgular yer almaktadır. Araştırma bulguları sunulurken ilk olarak araştırma katılımcısı lise öğrencilerinin beden memnuniyeti, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya tutumu ve alt boyutları puanlarına ilişkin betimsel istatistikler raporlaştırılmıştır. İkinci olarak beden memnuniyeti düzeyinin; cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne eğitim düzeyi ve baba eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Üçüncü olarak, beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Son olarak ise beden memnuniyeti düzeyleri ile çevresinden dış görünüşüyle ilgili olumlu ve olumsuz geribildirim alma, sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve fotoğrafta oynama/değişiklik yapma durumları arasındaki ilişkiye yönelik bulgular yer almaktadır.

4.1 Beden Memnuniyeti Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumları Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ), Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) aldıkları puanlara ilişkin betimsel istatistikler Tablo 4.1.'de yer almaktadır.

Tablo 4.1. Araştırma katılımcılarının ESMBÖ, VAÖ, SMTÖ puanlarına ilişkin betimsel istatistikler (N=897)

	n	En düşük	En yüksek	$\bar{X}$	s
VAÖ	897	59	185	136,03	27,10
ESMBÖ	897	9	35	16,36	5,78
SMTÖ	897	35	101	66,36	11,79
Sosyal Yetkinlik	897	1	4,5	1,96	0,84
Paylaşım ihtiyacı	897	1	5	2,93	0,97
Öğretmenlerle İlişki	897	1	4,3	1,98	0,83
Sosyal İzolasyon	897	2,1	5	4,19	0,64

VAÖ: Vücut Algısı Ölçeği; ESMBÖ: Ergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; SMTÖ: Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Tablo 4.1. incelendiğinde, araştırma katılımcılarının VAÖ'den aldıkları en düşük puan 59, en yüksek puan 185 ve puan ortalamaları $\bar{X}=136,03$ ($s=27,10$)'dir.

VAÖ'de ortalama puan en yüksek puana daha yakın olduğu için grafiğin sola çarpık eğilim gösterdiği ve genel ortalamanın yüksek olduğu gözlenmektedir. Araştırma katılımcılarının ESMBÖ'den aldıkları en düşük puan 9, en yüksek puan 35 ve puan ortalamaları $\bar{X}=16,36$ ($s=5,75$)'dir. ESMBÖ'de ortalama puan en düşük puana yakın olduğu için grafiğin sağa çarpık eğilim gösterdiği ve genel ortalamanın düşük olduğu gözlenmektedir. Araştırma katılımcılarının SMTÖ'den aldıkları en düşük puan 35, en yüksek puan 101 ve puan ortalamaları $\bar{X}=66,36$ ($s=11,79$)'dur. SMTÖ'de ortalama puan en düşük ve en yüksek puana neredeyse eşit mesafede bir puan olduğu için genel ortalamanın normal olduğu gözlenmektedir. Son olarak SMTÖ'nin alt boyutları incelendiğinde; Sosyal Yetkinlik alt boyutunda $\bar{X}=1,96$ ($s=,84$), Paylaşım İhtiyacı alt boyutunda $\bar{X}=2,93$ ($s=,97$), Öğretmenlerle İlişki alt boyutunda $\bar{X}=1,98$ ($s=,83$) ve Sosyal İzolasyon alt boyutunda $\bar{X}=4,19$ ($s=,64$)'dir. Araştırma katılımcılarının alt boyutlardan aldıkları ortalama puana bakıldığında; Sosyal Yetkinlik ve Öğretmenlerle İlişki boyutlarında minimum puana daha yakın olduğu için grafiğin sağa çarpık eğilim gösterdiği ve genel ortalamanın düşük olduğu gözlenmektedir. Paylaşım İhtiyacı ve Sosyal İzolasyon boyutlarında ise maksimum puana daha yakın olduğu için grafiğin sola çarpık eğilim gösterdiği ve genel ortalamanın yüksek olduğu gözlenmektedir.

4.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin; Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Genel Akademik Başarı Düzeyi ve Anne-Baba Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin; cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne eğitim düzeyi ve baba eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğinin test edilmesinde ikili grup karşılaştırmaları için t testi, çoklu grup karşılaştırmaları için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Araştırmada ele alınan her bir demografik özelliğe ilişkin bulgular ayrı ayrı tablolarda verilmiştir.

4.2.1 Beden Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

‘Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?’ probleminin test edilmesi amacıyla t testi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.2’de verilmiştir.

Tablo 4.2. Beden memnuniyet düzeyinin cinsiyete göre incelenmesine ilişkin t testi sonuçları (n=897)

Cinsiyet	n	$\bar{X}$	Standart Sapma	sd	t	p
Kız	640	132,65	27,35	895	-6,01	0,00**
Erkek	257	144,45	24,58			

** $p < 0,01$

Tablo 4.2’e göre lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$t(895) = -6,01$; $p = 0,00$ $p < .01$]. Kız ve erkek öğrencilerin cinsiyete göre beden memnuniyet düzeyi puanlarının aritmetik ortalamalarına bakıldığında, erkek lise öğrencilerinin ($\bar{X}$ erkek =144,45) kız lise öğrencilerinden ($\bar{X}$ kız =132,65) daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Buna göre erkek lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin, kız lise öğrencilerine göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulunmuştur.

4.2.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

‘Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?’ probleminin test edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.3’de verilmiştir.

Tablo 4.3. Beden memnuniyet düzeyinin sınıf düzeyine göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)

Sınıf Düzeyi	n	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
9.sınıf	253	Gruplar arası	1523,62	3	507,87	0,691	0,558
10.sınıf	234						

11.sınıf	172	Grup içi	656784,15	893	735,48		
12.sınıf	238	Toplam	658307,78	896			

* $p < 0,05$

Tablo 4.3 incelendiğinde lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği [$F(3,893) = 0,691$; $p = 0,558$, $p > .05$] bulunmuştur.

4.2.3 Beden memnuniyet düzeyinin genel akademik başarı düzeyine göre incelenmesine ilişkin bulgular

‘Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri genel akademik başarı düzeyine göre farklılık göstermekte midir?’ probleminin test edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.4’de verilmiştir.

Tablo 4.4. Beden memnuniyet düzeyinin genel akademik başarı düzeyine göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)

Akademik Başarı Düzeyi	n	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Düşük	302	Gruplar arası	799,358	2	399,67	0,543	0,581
Orta	273						
Yüksek	322						
		Grup içi	657508,42	894	735,46		
		Toplam	658307,78	896			

* $p < 0,05$

Tablo 4.4 incelendiğinde lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin genel akademik başarı düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği [$F(2,894) = 0,543$; $P = 0,581$, $P > .05$] Bulunmuştur.

4.2.4 Beden Memnuniyet Düzeyinin Anne Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

‘Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri anne eğitim durumuna göre farklılık göstermekte midir?’ probleminin test edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.5’de verilmiştir.

Tablo 4.5. Beden memnuniyet düzeyinin anne eğitim durumuna göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)

Anne Eğitim Düzeyi	n	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
İlköğretim ve altı	624	Gruplar arası	347,22	2	173,61	,236	,790
Lise	176	Grup içi	657960,56	894	735,97		
Lisans ve lisansüstü	97	Toplam	658307,78	896			

* $p < 0,05$

Tablo 4.5 incelendiğinde lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin anne eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği [F (2,894) = 0,236; p=0,790 , $p > .05$] bulunmuştur.

4.2.5 Beden Memnuniyet Düzeyinin Baba Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

‘Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri baba eğitim durumuna göre farklılık göstermekte midir?’ probleminin test edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.6’de verilmiştir.

Tablo 4.6. Beden memnuniyet düzeyinin baba eğitim durumuna göre incelenmesine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları (n=897)

Baba Eğitim Düzeyi	n	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
İlköğretim ve altı	439	Gruplar arası	2439,15	2	1219,578	1,662	,190
Lise	310	Grup içi	655868,62	894	733,634		
Lisans ve lisansüstü	148	Toplam	658307,78	896			

* $p < 0,05$

Tablo 4.6 incelendiğinde lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin baba eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği [F (2,894) = 1,662; p=0,190 , $p > .05$] bulunmuştur.

4.3 Beden Memnuniyet Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin test edilmesinde kullanılan ölçekler normal dağılım gösterdiğinden ilişkiisel analiz tekniklerinden Pearson korelasyon analizi yöntemi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.7’de verilmiştir.

Tablo 4.7. Beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları (n=897)

(r)	<i>ESMBÖ</i>	<i>SMTÖ</i>	<i>VAÖ</i>
<i>ESMBÖ</i>	1		
<i>SMTÖ</i>	,41**	1	
<i>VAÖ</i>	-,26**	-,14**	1

****p<0.01, (r):** Korelasyon katsayısı, *VAÖ: Vucüt Algısı Ölçeği; ESMBÖ: Ergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; SMTÖ: Sosyal Medya Tutum Ölçeği*

Korelasyon katsayısının (-1, +1) olması iki değişken arasındaki mükemmel ilişkiyi, (0) olması ise iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Aynı şekilde korelasyon katsayısı 0.30’dan küçük ise ilişkinin düşük düzeyde, 0.30-0.70 arasında ise ilişki orta düzeyde, 0.70’den büyük ise ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk ve ark., 2021; Köklü ve ark., 2007). Bu bilgiler ışığında yukarıdaki tabloya bakıldığında; lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ($r = -,26$; $p < .01$); ve sosyal medya tutumları toplam puanları ($r = -,14$; $p < .01$) arasında düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumları toplam puanı arasında ise orta düzeyde ve pozitif yönde ($r = ,41$; $p < .01$) anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

4.4 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Aile Yakınlarından, Akranlardan ya da Öğretmenlerden Alınan Dış Görünüşleriyle İlgili Olumlu/Olumsuz Geri Bildirimler Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile aile yakınlarından, akranlardan ya da öğretmenlerden alınan dış görünüşleriyle ilgili olumlu/olumsuz geri bildirimler alma arasındaki ilişkinin test edilmesinde ölçekler normal dağılım

gösterdiğinden Pearson korelasyon analizi yöntemi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4.8. Beden memnuniyet düzeyleri ile aile yakınlarından, akranlardan ya da öğretmenlerden alınan dış görünüşleriyle ilgili olumlu/olumsuz geri bildirimler arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyonu analizi sonuçları (n=897)

(r)	Beden memnuniyeti	Çevreden olumlu geri bildirim alma	Çevreden olumsuz geri bildirim alma
Beden memnuniyeti	1		
Çevreden olumlu geri bildirim alma	,34**	1	
Çevreden olumsuz geri bildirim alma	-,27**	-,12**	1

** $p < 0.01$, (r): Korelasyon katsayısı

Korelasyon katsayısının (-1,+1) olması iki değişken arasındaki mükemmel ilişkiyi, (0) olması ise iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Aynı şekilde korelasyon katsayısı 0.30’dan küçük ise ilişkinin düşük düzeyde, 0.30-0.70 arasında ise ilişki orta düzeyde, 0.70’den büyük ise ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk ve ark., 2021; Köklü ve ark., 2007). Bu bilgiler ışığında yukarıdaki tabloya bakıldığında lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile çevresinden dış görünüşleriyle ilgili olumlu geri bildirim alma durumu ($r = ,34$; $p < .01$) arasında orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu; çevresinden dış görünüşleriyle ilgili olumsuz geri bildirim alma durumu ($r = -,27$; $p < .01$) arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde lise öğrencilerinin dış görünüşleriyle ilgili olumlu geri bildirim alma durumu ile dış görünüşleriyle ilgili olumsuz geri bildirim alma durumu ($r = -,12$; $p < .01$) arasında düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

4.5 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Sosyal Medya Uygulamalarına Fotoğraf Yükleme ve Yüklenen Fotoğraflarda Oynama/Değişiklik Yapma Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik

yapma durumları arasındaki ilişkinin test edilmesinde ölçekler normal dağılım gösterdiğinden ilişkisel analiz tekniklerinden Pearson korelasyon analizi yöntemi kullanılmış ve bulgular Tablo 4.9’de verilmiştir.

Tablo 4.9. Beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumları arasındaki ilişkiye yönelik Pearson korelasyonu analizi sonuçları (n=897)

(r)	Beden memnuniyeti	Sosyal medyaya fotoğraf yükleme	Sosyal medyaya yüklenen fotoğraf üzerinde oynama/değişiklik yapma
Beden memnuniyeti	1		
Sosyal medyaya fotoğraf yükleme	,06*	1	
Sosyal medyaya yüklenen fotoğraf üzerinde oynama/değişiklik yapma	-,09**	,28**	1

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, (r): Korelasyon katsayısı

Korelasyon katsayısının (+1) olması iki değişken arasındaki mükemmel ilişkiyi, (0) olması ise iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Aynı şekilde korelasyon katsayısı 0.30’dan küçük ise ilişkinin düşük düzeyde, 0.30-0.70 arasında ise ilişki orta düzeyde, 0.70’den büyük ise ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk ve ark., 2021; Köklü ve ark., 2007). Bu bilgiler ışığında yukarıdaki tabloya bakıldığında lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu ($r= ,06$; $p<.05$) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu; sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu ($r= -,09$; $p<.01$) arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde lise öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu ile sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu ($r= ,28$; $p<.01$) arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

5. TARTIŞMA

Bu bölümde; araştırma bulgularının ilgili alanyazın bulguları ile tartışılmasına ve yorumlanmasına yer verilmiştir. Bu amaçla ilk olarak lise öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyi, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı tutumlarına ilişkin betimsel bulgular tartışılmış ve yorumlanmıştır. İkinci olarak beden memnuniyet düzeyinin cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi ve anne-baba eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik bulgular tartışılmış ve yorumlanmıştır. Üçüncü olarak beden memnuniyet düzeyi, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişki incelenmiş, bulgular tartışılmış ve yorumlanmıştır. Son olarak beden memnuniyet düzeyleri ile çevresinden olumlu ve olumsuz geri bildirim alma, sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme ve sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumları arasındaki ilişkiye yönelik bulguların tartışılmasına ve yorumlanmasına yer verilmiştir.

5.1 Beden Memnuniyeti, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumlarına İlişkin Betimsel Bulgularının Tartışılması Ve Yorumu

Araştırmada lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin yüksek, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük ve sosyal medya tutumlarının orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal medya tutumlarının alt boyutları olan; sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki boyutlarının genel ortalamanın altında yani düşük düzeyde olduğu; paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon boyutlarının ise genel ortalamanın üstünde yani yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.. Araştırmanın bu sonucuna benzer olarak, Acharya ve arkadaşları'nın (2016) 838 katılımcı ile yaptıkları araştırmada ergenlerin %75,1'nin bedeninden memnun olduğu, kilolu ergenlerin ise %55,1' inin kendini normal , %38,8'inin kilolu ve sadece %6,1'inin obez olarak algıladığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Priya ve arkadaşları (2010) üniversitede öğrenim gören 147 kadın katılımcı ile yaptıkları çalışmada kadınların %66,7'sinin bedeninden memnun olduğu ve %75,5'inin normal kiloya sahip olduğunu düşündüklerini bulmuşlardır.

Alanyazında ergenlerin beden memnuniyetlerinin yüksek olduğunu gösteren başka çalışmalar da bulunmaktadır (Aktaş ve ark., 2010; Güvenen, 2017; Kuzu, 2019; Singh, 2015; Şirin ve ark., 2015). Bu ve benzer araştırmaların ortak sonucu, lise dönemindeki ergenlerin bedenlerinden genel olarak hoşnut olduklarıdır. Bu sonuç araştırma katılımcısı ergenlerin, beden memnuniyetsizliği sorununu daha fazla yaşayabileceği düşünülen obezite ya da yeme problemleri gibi sorunlar yaşayan klinik bir grup olmamasından kaynaklandığı düşündürmektedir. Aynı şekilde böyle bir sonuç için diğer olası sebepler olarak düşük ve bilinçli sosyal medya kullanımı, dış görünüşleri ile ilgili çevresinden olumlu geri bildirim alma, bedenleriyle barışık olmaları, sağlıklı beslenmeleri, akademik başarının daha ön planda olması gösterilebilir. Ergenlerin bedenlerinden hoşnut olmalarının onların kişilik gelişimleri, sosyal ve duygusal etkileşimleri açısından çok fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu durumla ilgili olarak Aslan (2004) ergenlerin bedeninden memnun olmalarının, olumlu bir imaj geliştirmelerine katkı sağlayacağını, bunun sonucunda kendilik saygılarının yükseleceğini ve sosyal ilişkilerinde daha güvenli ve başarılı olacaklarını vurgulamıştır.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuca göre lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucuna benzer olarak Ercan (2018) ergenlerin sosyal medya bağımlılıklarının düşük düzeyde olduğunu ancak meşguliyet alt boyutunda orta düzeyde bağımlılık gösterdiklerini bulmuştur. Ancak Deniz ve Gürültü (2018) İstanbul'un Eyüp ilçesindeki 6 farklı liseden 473 öğrenci ile yaptıkları araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının orta seviyede olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Çiftçi (2018) 114 üniversite öğrencisi ile yaptığı araştırmada gençlerin günlük yaklaşık 5 saatlik sürelerini sosyal medyada harcadıklarını ve erkeklerin kızlara oranla daha fazla sosyal medya bağımlısı olduklarını bulmuştur. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili bu araştırmada, bu iki araştırmanın bulgularından farklı olarak lise öğrencilerinin sosyal medyayı bağımlılık düzeyinde kullanmadıklarını yansıtmaktadır. Ergenlerin sosyal medya ile ilgili bağımlılık geliştirmemelerinin olası sebepleri olarak; ailelerin teknoloji kullanımını kısıtlaması, okullarda sıklıkla yer verilen bilinçli teknoloji kullanımı eğitimleri, akademik başarının daha ön planda olması ve gelecek ile ilgili hedeflere odaklanma gibi sebeplerden

kaynaklanmış olabileceğini düşündürmektedir. Sosyal medyayı bilinçli kullanan ergenlerin ailesi, arkadaşları ve diğer yakın çevresiyle daha sağlıklı ilişkiler geliştirebileceği, sorumluluklarını daha kolay bir şekilde yerine getirebileceği, okul derslerine daha fazla zaman ayırabilecekleri dikkate alındığında sosyal ve akademik gelişimlerinin olumlu yönde destekleneceği düşünülmektedir.

Son olarak araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Alanyazında bu sonuç ile benzerlik gösteren başka bazı araştırma sonuçları bulunmaktadır. Akyürek (2020) lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının orta düzeyde olduğunu bulmuştur. Benzer şekilde Yanar (2015) 14-18 yaş aralığındaki ergenlerle yaptığı araştırmada, ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının genel olarak olumlu olduğunu yani sosyal medya kullanımının yararlı olduğu algısına sahip oldukları ve kullanım motivasyonlarının yüksek olduğunu bulmuştur. Bu araştırmanın sonucundan farklı olarak Otrar ve Arın (2014) ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde ve olumlu olduğunu bulmuşlardır. Yine Atalay'ın (2014) lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada, sosyal medyayı destek aracı olarak kullanan bireylerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının daha yüksek olduğunu bulmuştur.

Bu sonuçlara dayanarak gençlerin sosyal medya kullanımına karşı tutumlarının genel olarak olumlu olduğu söylenebilir. Ancak sosyal medya kullanımı tutumlarının alt boyutlarına bakıldığında ergenlerin sosyal medyayı daha çok arkadaşları ile karşılıklı paylaşımda bulunmak ve iletişim kurmak amacıyla kullandıkları, lakin öğretmenlerle iletişim amaçlı ise pek kullanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak araştırmada sosyal medyayı aşırı kullanan gençlerin sosyal açıdan izole olabildikleri sonucuna da ulaşılmıştır. Özellikle okul ortamı dışında yüzyüze etkileşimlerin kısıtlandığı günümüzde gençlerin sosyal medyayı alternatif bir iletişim yöntemi olarak kullandıkları ve bu yönü ile arkadaşlık ilişkilerine katkıda bulunduğu da düşünülebilir.

5.2. Beden Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Genel Akademik Başarı Düzeyi ve Anne-Baba Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması Ve Yorumu

Bu başlık altında, lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin cinsiyet, sınıf düzeyi, genel akademik başarı düzeyi, anne eğitim düzeyi ve baba eğitim düzeyi gibi demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin bulguların tartışılması ve yorumlanması yer almaktadır.

5.2.1 Beden Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırma sonucunda, erkek lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin kız lise öğrencilerine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazın incelendiğinde ortaokul, lise ve üniversite öğrencileri ve yetişkin bireyler gibi örneklem gruplarıyla yapılan araştırmaların (Abakay ve ark., 2017; Baranowksi ve ark., 2003; Canbulat ve ark., 2011; Clifford, 1971; Çok, 1990; Ercan, 2018; Gökdoğan, 1988; Güvenen, 2017; Kalafat, 2006; McCabe ve Ricciardelli, 2001; Tatangelo ve Ricciardelli, 2015; Van den Berg ve ark., 2007; Xiaojing, 2017) sonuçları araştırmanın bu sonucunu desteklemektedir. Ancak araştırmanın bu sonucundan farklı olarak Keskin (2018) İstanbul’da bozuk beden algısından dolayı estetik operasyon geçirmiş rastlantısal olarak seçilen 52 birey üzerinde yaptığı araştırmada, erkek ve kadınların bedenlerinden duydukları memnuniyet yönünden farklılık olmadığını bulmuştur. Benzer şekilde başka araştırmalarda da (Altıntaş ve Aşçı, 2005; Çepikkurt ve Coşkun, 2010; Eraslan ve Aydoğan, 2016; Saylan, 2020; Yılmaz; 2021) erkek ve kadınlar arasında beden memnuniyeti açısından bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmanın bu bulgusundan farklı olarak Gökkaya ve ark. (2020) sosyal medya bağımlılığının beden memnuniyeti ve sosyal onay ihtiyacı ile ilişkisini incelemek amacıyla 18-60 yaşları arasında bulunan bireylerle yaptıkları araştırmada, erkeklerin bedenlerinden duydukları memnuniyetin kadınlardan daha düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde Yılmaz (2017) lise öğrencilerinin beden algıları ve yeme tutumları arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmada erkeklerin kadınlara göre beden memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğunu bulmuşlardır.

Bu araştırmanın erkek ergenlerde beden memnuniyetinin daha yüksek olduğu sonucu, kadınların erkeklere oranla dış görünüşlerini daha fazla önemsediklerini; ve bunun temelinde de çocukluktan bu yana kadınların medya ve sosyal medya gibi araçlarla ‘ideal beden ölçüleri’ ya da ‘güzellik ölçütleri’ gibi açık ya da örtük sosyal baskılara daha fazla maruz kaldıkları şeklinde yorumlanabilir. Aynı şekilde kadınların bedenlerinin estetik olması gerektiği düşünmeleri, hastalıktan korkmaları (Utku ve arkadaşları, 2006), kadının toplumdaki yeri, cinsiyet rolleri, bedeninin cinsel obje olarak sunulması (Sel, 2016), erkeklerle kıyaslandığında özellikle ergenlik döneminde erinliğe daha erken girmeleri, yağ kütlelerinin daha fazla olmas (Stice ve Şenyürek, 2018) gibi sebepler yüzünden beden memnuniyetlerinin daha düşük olduğu düşünülmektedir.

5.2.2 Beden Memnuniyet Düzeyinin Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırma sonucunda, lise öğrencilerinin okudukları sınıf düzeyine göre beden memnuniyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Alanyazında benzer araştırmalar incelendiğinde lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin sınıf düzeyine göre farklılaşmadığını gösteren başka araştırma sonuçları da bulunmaktadır (Aktaş ve ark., 2010; Kalafat, 2006). McCabe ve Ricciardelli (2001) karma eğitim veren 10 farklı okulun 7, 8, 9 ve 10.sınıflarında öğrenim gören ergenlerde; ebeveyn, akran ve medya gibi sosyal çevrenin ergenlerin beden imgeleri üzerindeki etkilerini inceledikleri araştırmada, sosyal çevrenin ergenlerin beden memnuniyeti üzerine etkilerinin sınıf düzeyi açısından bir farklılık gösterdiğini; yani tüm ergenlerin beden memnuniyeti, gıda takviyesi kullanımı ve hem kilo hem de kas oranını artırma stratejileri sınıf düzeyi arttıkça daha çok artma eğiliminde olduğu bulmuştur. Benzer şekilde Güvenen (2017) sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısı üzerine etkisini belirlemek amacıyla yaptığı araştırmada 10. sınıf öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin diğer sınıflara göre daha düşük olduğunu bulmuştur. Alanyazında (Saylan, 2020) 9. sınıf düzeyindeki ergenlerin 10. sınıf düzeyindekilere göre daha olumsuz bir beden imajına sahip oldukları; (Uğurlu ve Akın, 2006) hemşirelik bölümü öğrencilerinden 2. sınıf öğrencilerinin 1. sınıf

öğrencileri göre beden algılarının ve memnuniyetlerinin anlamlı olarak daha yüksek olduğu gibi sonuçlarla beden memnuniyet düzeylerinin sınıf düzeyine göre farklılaştığını gösteren çalışmaların olduğunu göstermektedir.

Beden memnuniyeti düzeyinin sınıf düzeyine göre farklılaştığını gösteren çalışmalar olsa da bu çalışmada farklılaşmanın olmadığını gösteren böyle bir sonuç elde edilmesinin olası nedenleri; araştırma katılımcısı lise öğrencilerinin aynı gelişim döneminde bulunmaları, bulundukları çevrenin benzer olması, aile yapılarının benzerliği, sosyal medyadan takip ettikleri uygulama veya sayfaların benzerliği ve sosyal medya bağımlılıkların düşük olması gibi nedenler olabilir.

5.2.3 Beden Memnuniyet Düzeyinin Genel Akademik Başarı Düzeyine Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin algıladıkları genel akademik başarı düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde beden memnuniyeti ile akademik başarı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara pek rastlanmamıştır. Sadece araştırmanın bu sonucundan farklı olarak Tarhan (1995) yaşları 15-18 aralığında olan ve farklı lise türlerinde okuyan 790 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmada, beden imajının akademik başarı üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu bulmuştur. Araştırmanın sonucuna dayanarak lise öğrencilerinin akademik başarı durumlarının, onların beden memnuniyet durumları üzerine önemli bir etki yaratmadığı anlaşılmaktadır. Diğer deyişle lise öğrencilerinin akademik başarılarının düşük, orta ya da yüksek olması onların bedenlerinden duydukları memnuniyet düzeyinde bir farklılık oluşturmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazında beden memnuniyeti ile akademik başarının beraber çok fazla çalışılmamasının bu iki değişkenin birbiri ile bağlantılı olmadığı düşüncesinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Ancak bu çalışmada bu iki değişken arasındaki ilişkinin çalışılmasının sebebi, akademik başarı ve beden memnuniyetinin kişinin özgüvenini, benlik algısını, kişilik gelişimini etkileyen faktörler olması ve akademik başarıya göre beden algılarının değişebileceği öngörüsü olarak gösterilebilir. Ayrıca ergenlerin akademik başarıları yükseldikçe sorgulayıcılık ve eleştirel düşünme (Taşköyan, 2008), seçicilik, bilinçli farkındalık (Güldal, 2019), esnek düşünebilme, araştırmaya ve düşünmeye istekli olma,

şüpheli, meraklı, tutarsız yargıların farkına varabilme, kendi düşüncelerinin üstüne düşünme, sorumluluk üstlenme (Kaya, 1997), empatik düşünme (Arslan, 2016) gibi bilişsel becerilerinin de arttığı öngörüsünden hareketle beden algılarının da farklılaşabileceği düşünülmüş ancak bu araştırmada böyle bir sonuç elde edilememiştir.

5.2.4 Beden Memnuniyet Düzeyinin Anne Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin anne eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucunu destekleyici olarak Gökdoğan (1988), ortaokula ve lise 1. sınıfa devam eden ergenlerin beden imajından memnun olma düzeylerini incelediği araştırmada, beden imajından sağlanan doyum düzeyinin anne eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini bulmuştur. Benzer şekilde alanyazında araştırmanın anne eğitim düzeyine göre beden memnuniyet düzeyinin farklılaşmadığını ortaya koyan başka araştırmalar da (Akın ve Uğurlu, 2008; Sel, 2016; Sezgin, 2020; Tayfur, 2018) bulunmaktadır. Araştırmanın bu bulgusundan farklı olarak ise Arslangiray (2013) üniversite öğrencilerinin beden imajları ile toplumsal cinsiyet rolleri ve bağlanma stillerine ilişkin algıları arasındaki ilişkileri incelediği araştırmada, beden imajının anne eğitim durumuna göre farklılaştığını ve anneleri üniversite/yüksekokul mezunu olanların beden imajının daha düşük olduğunu bulmuştur. Ancak bu araştırma veya benzeri araştırmaların sonuçlarına dayanarak annelerin eğitim düzeylerinin değişmesi, onların çocuklarının dış görünüşleri ile ilgili yaklaşımlarını pek fazla değiştirmede, yani benzer yaklaşımlar sergiledikleri görülmektedir. Ancak literatürde çocukların veya gençlerin beden memnuniyetinin anne eğitim düzeyi ile olan ilişkisinden ziyade; annelerin çocuk yetiştirme tutumu, anne - çocuk ilişkisi, anne-baba ilişkisi veya annelerin çocuklarının dış görünüşlerine yönelik geri bildirimlerinin beden memnuniyeti üzerindeki etkisinin veya ilişkisinin test edildiği araştırmalara daha fazla ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

5.2.5 Beden Memnuniyet Düzeyinin Baba Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin baba eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucuna dayanarak ergen çocuğa sahip babaların eğitim düzeyinin farklı olması; onların çocuklarına karşı tutumlarında, kurdukları iletişim tarzında, geri bildirimlerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı gözlenmektedir. Bir diğer deyişle ebeveynlerin eğitim düzeylerinin değişmesi, onların çocuklarının dış görünüşleri ve fiziksel özellikleri ile ilgili yaklaşımlarını pek fazla değiştirmedeği ve birbirlerine yakın yaklaşımlar sergiledikleri görülmektedir. Beden-benlik algısı ile anne-baba eğitim düzeyleri arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırmada, anne-baba eğitim düzeyinin artması bireylerin beden-benlik algısı puanlarını arttırdığı; ancak bu artışın beden-benlik algısı ile anlamlı bir ilişkinin gelişmesine yeterli olmadığı bulunmuştur (Akın ve Uğurlu, 2008). Bu sonuca benzer olarak Geçkil (2001), Tarhan (1995) ve Yavuz (2003) yaptıkları çalışmalarda benlik algısı ile anne-baba eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulmamaları, araştırmanın sonucun desteklemektedir. Araştırmanın sonucunun destekleyici olan bir diğer çalışmada Gökdoğan (1988), ortaokul ve lise 1. sınıfa devam eden ergenleri beden imajından memnun olma durumlarına göre karşılaştırdığı araştırmada, baba eğitim düzeyine göre beden imajından sağlanan doyum düzeyinde anlamlı bir farklılığın olmadığını bulmuştur. Benzer şekilde ergenlerin bedenlerinden hoşnut olma durumlarının baba eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı bulgusunu destekleyen başka çalışmalar da bulunmaktadır (Arslangiray, 2013; Tayfur, 2018). Araştırmanın bu sonucundan farklı olarak Sezgin (2020) ergenlerde problemli internet kullanımı ile empatik eğilim, beden algısı ve akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada, beden algısının baba eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiğini; babası lise mezunu ergenlerin beden algılarının babası ilkokul, üniversite ve yüksek lisans mezunu ergenlerden daha yüksek olduğunu bulmuştur. Ancak alanyazın incelendiğinde anne eğitim düzeyinde olduğu gibi beden memnuniyeti ile baba eğitim düzeyi arasındaki ilişkiyi ya da farklılığı inceleyen sınırlı sayıda araştırmanın olduğu dikkat çekmektedir. Bu bakımdan bu araştırmanın lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre beden

memnuniyetlerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucunun benzer veya farklı örneklem grupları üzerinde yeni araştırmalarla test edilmesine hala gereksinim duyulmaktadır.

5.3 Beden Memnuniyet Düzeyi, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırmadan beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumları toplam puanı arasında düşük düzeyde ve negatif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucuna göre lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi ve sosyal medya tutumları ile bedenlerine karşı duydukları memnuniyet arasında karşılıklı ve olumsuz bir ilişki olduğu görülmektedir. Araştırmanın bu bulgusuna benzer olarak Puglia (2017) ABD’de sosyal medya kullanımının genç kadınların beden saygısı üzerindeki etkilerini incelediği araştırmada, sosyal medyada beden karşılaştırma eğiliminin beden saygısı ile negatif, ancak sosyal medyayı kullanma motivasyonu ile pozitif yönde ilişkili olduğunu bulmuştur. Aynı şekilde Gökkaya ve ark. (2020) sosyal medya bağımlılığının sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ile ilişkisini incelediği araştırmada, sosyal medya bağımlılığı ile beden memnuniyeti arasında negatif bir ilişki olduğunu saptamıştır. Beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çok sayıda araştırma (Akbulut, 2018; Birkeland ve ark., 2005; Change ve ark., 2013; Durkin ve Paxon, 2002; Eckler ve ark., 2016; Fardouly ve ark., 2014; Griffiths, 2018; Vries ve ark., 2014; Wagaman, 2011; Xiaojing, 2017) bulunmaktadır. Beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasında bir ilişkinin olmadığını gösteren çok fazla araştırmaya ulaşılamamıştır. Ancak benzeri araştırma konularına bakıldığında, Yılmaz (2017) lisede öğrenim gören ergenlerde problemli internet kullanımı ile beden algısı arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olmadığını bulmuştur. Benzer şekilde Lew ve ark. (2007) medya aracılığıyla gerçekleşen sosyal karşılaştırmanın beden üzerinde olumsuz etkiye aracılık etkisini test ettiği araştırmada, beden memnuniyetsizliği fazla olan 109 kadın katılımcıya moda dergilerindeki fotoğrafları inceletmişler ve katılımcıların beden algılarında ve görünüş kaygılarında herhangi bir değişim yaşanmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Bu sonuçlar, ergenlerin sosyal medyayı aşırı kullanıp kullanmaması ve sosyal medyayı kullanma eğilim, amaç ve motivasyonlarının beden memnuniyetleri ile ilişkili olabileceğini yansıtmaktadır. Örneğin; ergenlerin sosyal medyayı kullanma süre ve sıklıkları arttıkça beden veya dış görünümle ilgili fotoğraf ve video gibi içeriklere maruz kalma ve dolayısıyla etkilenme olasılıkları da artmaktadır. Kimlik gelişiminin yoğun olduğu, benlik algısının yeniden şekillendiği ergenlik döneminde, birey kendisini diğer kullanıcıların dış görünüşleri ile daha fazla kıyaslayabilmektedirler. Özellikle sosyal medya platformlarında da görece üzerinde oynanmış ve idealize edilmiş içeriklerin daha fazla olduğu dikkate alındığında ergenlerin bedenlerinden duyduğu hoşnutluğun azalmasının da normal olduğu düşünülmektedir. Elciyar (2018) sosyal medya ile kurulan ilişkinin “ince beden imgesinin” benimsenmesinde aracı olduğunu, bireyin kurduğu bu ilişkinin bedeni üzerindeki düşüncelerini değiştirdiğini ve dolayısıyla bireyin özgüveninin ve öz saygısının da etkilendiğini belirtmiştir. Bu açıdan beden imajı, özgüven ve öz saygının kişiliğin birbiri ile ilişkili parçaları olduğu öngörüldüğünde, sosyal medya kullanımı ve beden memnuniyeti ilişkisinin ergenler açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada bir diğer sonuç olarak, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumları toplam puanı arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde; sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumu arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırmaya ulaşılmıştır. Araştırmanın bu bulgusuna paralel olarak Argın (2013) ölçme aracı geliştirme çalışmasında, ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medya sitelerine üye olma durumu, kullanma sıklığı, ortalama kullanma süresi ve en çok kullanılan sosyal medya sitesi değişkenlerine göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarında bir farklılaşma olduğunu belirlemiş, yani okul çağındaki ergenlerin sosyal medya tutumlarının sosyal medyayı nasıl, ne kadar ve ne sıklıkla kullandıklarına göre değişebildiği sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Bilgiler (2018) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yaptığı araştırmada, sosyal medya kullanım amacının, süresinin ve sıklığının sosyal medya bağımlılığını etkilediğini ve bu etkilenmenin kontrol kaybı, online kalma ve

sosyal ilişki boyutları bakımından değişimler gösterdiğini bulmuştur. Son olarak alanyazında sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumları arasında bir ilişkinin olmadığına dair herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Bu sonuçlara dayanarak öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile sosyal medya tutumlarının birbiri ile ilişkili özellikler olduğu şeklinde yorumlanabilir. Hatta söz konusu bağımlılık ve tutumlar arasında karşılıklı bir ilişki olduğu düşünülebilir. Sosyal medyayı kullanan ergenlerin çeşitli psikolojik, sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullandıkları bilinmektedir. Bilgi edinme, iletişim kurma, gelişmeleri takip etme, zaman geçirme, sosyal ve duygusal ilişkiler kurma, eğlenme gibi çeşitli ihtiyaçlarını sosyal medyada gideren ergen zamanla sosyal medyayla etkileşimini arttırmakta ve bu durum zaman zaman bağımlılık davranışına dönüşebilmektedir. Ayrıca sosyal medya tutumunun bireyin sosyal medyaya yönelik düşünce, duygu ve davranış eğilimi olduğu göz önüne alındığında; psikolojik ihtiyaçlarını sosyal medyada gideren bir ergenin bağımlı olmasının normal bir sonuç olduğu söylenebilir. Bu açıdan ergenlerin psikolojik, sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını gerçek hayatta giderecek ortamların oluşturulması zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medyada geçirmelerini engelleyebileceği ve sosyal medyaya bağlılık geliştirmelerini önleyebileceği düşünülmektedir.

5.4 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Aile Yakınlarından, Akranlardan ya da Öğretmenlerden Alınan Dış Görünüşüyle İlgili Olumlu/Olumsuz Geri Bildirimler Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırmada lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile çevresinden dış görünüşleriyle ilgili olumlu geri bildirim alma durumu arasında orta düzeyde ve pozitif, olumsuz geri bildirim alma durumu ile düşük düzeyde ve negatif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazında dış görünüşle ilgili olumlu/olumsuz geri bildirim alma durumu arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırmanın olduğu gözlemlenmiştir. Bunun olası sebepleri ise beden memnuniyetinin daha çok medya, sosyal medya, benlik algısı, özgüven, sosyal görünüş kaygısı gibi daha popüler değişkenlerle ilişkisinin incelenmesinden ve sosyal etkileşimlerdeki geri bildirimlerin pek fazla dikkate alınmamasından olabilir. Oysa benlik algısı, beden memnuniyeti gibi kendilik algısının gelişiminde

sosyal çevrenin rolü kişilik kuramlarında sıklıkla vurgulanmaktadır. Sınırlı araştırmalar içinde araştırmanın sonucuna benzer olarak, Hautala ve ark. (2011) Finlandiya’da farklı lise türlerinde öğrenim gören ve ortalama yaşı 14,9 olan orta ergenlik dönemindeki gençlerle yaptıkları boylamsal bir araştırmada, beden memnuniyetsizliğinin ve yeme bozukluklarının başlangıç sebepleri, devamlılığını sağlayan etmenler ve bu bozuklukta cinsiyet, ebeveynlerin rolü ve duygulanımın etkisini incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda; ailedeki diğer bireylerin veya ebeveynlerin gençlerin bedenlerine karşı yaptıkları negatif eleştiriler ve tutumların gençlerde beden memnuniyetsizliği yaratabildiğini ve dolayısıyla gençlerin benlik saygılarının olumsuz yönde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Lev-Ari ve ark. (2014) İsrail’de 18-42 yaş aralığındaki 283 kadın üzerinde çevrimiçi ortamda yaptıkları bir araştırmada, annelerin, kız kardeş ve yakın kadın arkadaşların dış görünüş ile kıyaslamalarının kadınların dış görünüşle ilgili beden memnuniyetlerini olumsuz yönde etkilediğini bulmuşlardır. Son olarak McCabe ve Ricciardelli (2001) 1266 ergen üzerinde yaptıkları araştırmada, medyanın ergenlerin beden imajı algısını değiştirmede etkili olduğu ve kadınlarda erkeklere oranla bedenlerine yönelik olarak anne, baba ve akranlarından aldıkları geri bildirimlerin daha fazla olduğu bulmuşlardır.

Bu sonuçlar dış görünüşle ilgili olumlu dönütlerin ergenlerin bedenlerinden hoşnut olmayı ve bedenin kabulünü sağlamada önemli olduğunu yansıtmaktadır. Olumsuz dönütlerin ergenlerin bedenlerinden hoşnut olma durumu üzerinde olumlu dönütlere oranla etkisinin daha az olduğu saptanmıştır. Bu bakımdan özellikle öğretmen ve ebeveyn gibi yetişkinlerin çocuk ve ergenlerle etkileşimlerinde dış görünüşle ilgili değerlendirmelerinde özenli olmaları ve hatta akranlar arası etkileşimlerde bireysel farklılıklara saygı ve olumlu iletişim becerilerinin geliştirilmesi ergenlerin olumlu benlik algısının gelişimine önemli katkıda bulunacaktır.

5.5 Beden Memnuniyet Düzeyi ile Sosyal Medya Uygulamalarına Fotoğraf Yükleme ve Yüklenen Fotoğraflarda Oynama/Değişiklik Yapma Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması ve Yorumu

Araştırmada lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde, yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu ile arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde ilişki olduğu bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde beden memnuniyeti ile sosyal medyaya fotoğraf yükleme ve yüklenen fotoğraflar üzerinde oynama/değişiklik yapma durumları arasındaki ilişkiyi ele alan sınırlı sayıda araştırma olduğu gözlenmiştir. Araştırmanın bu sonucuna benzer olarak Wagner ve ark. (2021) Amerika’da bir üniversitede Instagram hesabı olan 161 lisans öğrencisinde Instagram’da sosyal onay, sosyal karşılaştırma ve dijital değişikliğin görüntü sabitleme işlemini (bir kişinin fiziksel görünümüne vurgu yaparak başkalarının onları nasıl algıladığına aşırı derecede odaklanma) yordayıp yordamadığını araştırdıkları çalışmada, Instagram’da harcanan zaman, fotoğrafları düzenleme ve resim seçme davranışlarının gençlerin beden algıları ve hoşnutlukları ile ilişkili olmadığını bulmuşlardır. Aynı şekilde Lee ve Lee (2017) genç kadınların sosyal medya görünümüyle ilişkili fotoğraf etkinliğinin benlik saygısı ve beden imgesi ile ilişkisini inceledikleri araştırmada, sosyal medyada fotoğraf etkinliği sıklığının beden memnuniyeti ve benlik saygılarını önemli oranda etkilediği bulunmuştur. Yine Fox ve Vendemia (2016) sosyal medyada fotoğrafların paylaşılması, fotoğraflarda düzenleme/değişiklik yapılması ve diğer kişilerin fotoğraflarıyla karşılaştırma yapılmasının, bireylerin duygu, düşünce ve davranışları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmada kadın ve erkekler arasında bazı farklılıklar olduğu, kadınların fotoğrafları daha sık düzenledikleri ve erkeklerle kıyaslandıklarında sosyal karşılaştırmaya bağlı olarak kendilerini duygusal olarak daha kötü hissettikleri bulunmuştur. Ayrıca araştırmada beden imajı ve beden karşılaştırma eğiliminin bu etkilere aracılık eden değişkenler olduğu saptanmıştır. Alanyazında araştırmanın bu sonuçlarından farklı olarak Eow ve Gan (2018) Endonezya’da 505 üniversite öğrencisi ile yaptıkları araştırmada, sosyal medya kullanımı ile beden imajı ve vücut ağırlığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda beden imajı, vücut ağırlığı ve sosyal medya kullanımı bileşenlerinden kullanım süresi, sıklık, etkileşim, selfie paylaşımı,

fotoğraf yükleme/düzenleme değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur.

Bu araştırma ve alanyazındaki sınırlı sayıdaki araştırmanın sonucunda beden memnuniyeti ile sosyal medyaya fotoğraf yükleme arasında olumlu, sosyal medyaya yüklenen fotoğraflar üzerinde değişiklikler yapma arasında olumsuz bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca batı toplumlarında sosyal medya üzerinden özelliklere genç kızlara yönelik yapılan ve beden olumlaması olarak tanımlanan bedenlerini olduğu gibi kabul etme, bedeninden hoşnut olma seviyelerini artırma çalışmalarının yapılması (Holmqvist ve Frisén,2012), sosyal medyanın bireylerin beden memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu sebeple sosyal medyadaki beden veya dış görünümle ilgili yapılan fotoğrafların, paylaşımların ve içeriklerin beden memnuniyeti ile ilişkisini inceleyen daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırmanın sonuçları özetlenmiş ve bu sonuçlar doğrultusunda okul uygulamalarına ve yeni yapılacak araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlar şunlardır:

1. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeylerinin yüksek, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük ve sosyal medyaya karşı tutumlarının ise ortalama ve olumlu düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
2. Lise öğrencilerinin beden memnuniyetinin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaştığı ve erkeklerin beden memnuniyet düzeylerinin kız öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
3. Lise öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıf düzeyine göre beden memnuniyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.
4. Lise öğrencilerinin algıladıkları genel akademik başarı düzeyine göre beden memnuniyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.
5. Lise öğrencilerinin anne eğitim düzeyine göre beden memnuniyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.
6. Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeyine göre beden memnuniyet düzeylerinin anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.
7. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumları arasında düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı ilişkiler olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya tutumları arasında ise orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
8. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile çevresinden dış görünüşleriyle ilgili olumlu geri bildirim alma durumu arasında orta düzeyde ve pozitif; olumsuz geri bildirim alma ile düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
9. Lise öğrencilerinin beden memnuniyet düzeyi ile sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu arasında düşük düzeyde ve

pozitif ; sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu arasında ise düşük düzeyde ve negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde lise öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yükleme durumu ile sosyal medyaya yüklenen fotoğraflarda oynama/değişiklik yapma durumu arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlara dayanarak öneriler; uygulayıcılara ve yeni yapılacak olan araştırmalara yönelik olmak üzere iki başlıkta sunulmuştur:

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler:

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının düşük, bedenlerinin duymadığı memnuniyetin yüksek olması ve sosyal medya bağımlılığı ile beden memnuniyeti arasında negatif bir ilişki olduğu göz önüne alındığında; eğitimcilerin ve alan uzmanlarının bu alanlarla ilgili farkındalık çalışmalarına düzenli olarak devam etmeleri gençlerde istenilen davranışların devamlılığını sağlayabilir.
2. Kız lise öğrencilerin beden memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu sonucuna dayanarak, özellikle kız öğrencilere yönelik beden olumlaması ve fiziksel benlik algısını geliştirmeye yönelik psikoeğitim çalışmaları yapılmasının yararlı olacağı önerilmektedir.
3. Lise öğrencilerine başkalarını ve kendilerini sadece dış görünüş ve beden odaklı değerlendirmenin zararları konusunda farkındalık çalışmaları yapılarak akranlar arası etkileşimlerde fiziksel görünümle ilgili olumsuz yorum ve değerlendirmelerini azaltılması amaçlanabilir.
4. Araştırmanın beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve tutumu arasındaki pozitif ilişkiler olduğu sonucuna dayanarak, sosyal medyanın bilinçli kullanımı ile ilgili farkındalık çalışmaları yapılabilir.
5. Ergenlerin beden memnuniyetinin çevresinden olumlu ve olumsuz geri bildirim alma ile ilişkili olduğu sonucuna dayanarak, ailelere ve ebeveynlere ergenlik döneminde beden memnuniyeti, sosyal görünüş kaygısı ve olumlu benlik algısı gelişimi konularında bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.

6. Ergenlerde olumlu ya da olumsuz beden algısı gelişiminin sosyal medya kullanımı gibi özelliklerle ilişkili olduğu sonucuna dayanarak, okullarda medya-okuyazarlığı eğitimleri verilebilir.
7. Ergenlerin beden imajlarının sağlıklı gelişimi için çocuk, ergen ve ailelere yönelik; sağlıklı beslenme, spor ve egzersizle ilişkisine odaklanan bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.

Yeni Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler:

1. Sosyal medyada beden veya dış görünüşle ilgili içerik ve fotoğraf paylaşımlarının beden memnuniyeti üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini belirlemeye yönelik ilişkisel araştırmalar yapılabilir.
2. Beden algısı veya beden memnuniyeti konusunda yaşla ilgili değişimleri belirlemek amacıyla, ortaokul, lise ve üniversite dönemi öğrencilerinin karşılaştırıldığı araştırmalar yapılabilir.
3. Bu araştırmada, beden memnuniyeti ile sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkiyi nicel yöntemler kullanarak ele alınmıştır, yeni araştırmalarda nitel veya karma yöntemler kullanılması önerilmektedir.
4. Beden memnuniyeti ile bu memnuniyeti etkileyebileceği düşünülen rol modeller, romantik ilişkide partnerlerin geri dönütleri, kardeşler arası bedene yönelik kıyaslamalar gibi daha farklı değişkenler arasındaki ilişkilere de bakılabilir.

7. KAYNAKLAR

(Bu tez çalışmasında APA 7th Edition atıf sistemi kullanılmıştır.)

- Abakay, U., Alıncak, F. ve Ay, S. (2017). Üniversite öğrencilerinin beden algısı ve atılganlık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9, 12-18. <https://dergipark.org.tr/en/pub/goputeb/issue/34356/379543>
- Acharya, B., Chauhan, H. S., Bala, I., Kaphle, H. P. & Thapa, S. B. (2016). Body image satisfaction, weight perception and knowledge of obesity among adolescents in Kaski District, Nepal. *TAF Prev Med Bull*, 15(5), 396-400. <http://doi:10.5455/pmb.1-1454564756>
- Adams, J.F. (1995). (Çev: A.Dönmez). Ergenliği Anlamak. İmge Yayınevi.
- Adler, F. (1963). Human dignity and social science. *Sociological inquiry*, 33(1), 9-18. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1963.tb00547.x>
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: Sosyal webde pazarlama stratejileri*. Efil Yayınevi.
- Akbulut, S. (2018). *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi.
- Akın, H., Uğurlu, N. (2006). Muğla Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinde beden-benlik algısı ve ruh sağlığı arasındaki ilişki. 1. *Ulusal Sağlığı Geliştirme ve Sağlık Eğitimi Kongresi*, 9-12 Kasım, Muğla.
- Aksu, S. (2013). *Lüks markaların sosyal medya kullanımı: facebook üzerine bir inceleme* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S., & Çelikkanat, A. (2012). *İlk ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumları (Facebook örneği)*. 12.Akademik Bilişim Konferansı'nda sunulan bildiri, Uşak Üniversitesi, Uşak, Türkiye.
- Aktaş,A., Atabek Aştı, T., Bakanoğlu, E., ve Çelebioğlu, M. (2010). Bir hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinin beden imgesi algısının belirlenmesi. *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*,18 (2). <https://dergipark.org.tr/en/pub/fnjin/issue/9001/112157>
- Aktaş, A. S. (2017). *Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi.
- Akyürek, M. İ. (2020). lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumları. *Usak University Journal Of Social Sciences* 1-2020, 58-92. <https://dergipark.org.tr/en/pub/usaksosbil/issue/55286/663019>
- Alanka. Ö. ve Cezik, A. (2016). Dijital kibir: Sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569. <https://dergipark.org.tr/en/pub/trta/issue/23620/252167>
- Alemdağ, S., Öncü, E. (2015). Öğretmen adaylarının fiziksel aktiviteye katılım ve sosyal görünüş kaygılarının incelenmesi. *International Journal of Science Culture and Sport*, 287-299. <http://doi.org/10.14486/IJSCS291>
- Alikılıç, Ö., Gülay, G. ve Binbir, S. (2013). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Facebook uygulamalarının incelenmesi: Yaşar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(37), 41-49. <https://dspace.yasar.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12742/17821>
- Allen, A. B. ve Leary, M. R. (2010). Self-compassion, stress, and coping. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(2), 107-118. <http://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00246.x>

- Altıntaş, A. ve Aşçı, F. H. (2005). Fitnes uzmanlarının bedenlerine yönelik algıları. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, III(3), 101-104. https://doi.org/10.1501/Sporm_00000000051
- Altunay, C. M. (2010). Twitter: Gündelik yaşamın yeni rutini “Pıt Pıt Net”. *İletişim*, 12, 31-56. 6. <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRBM01qazFOU09/gundelik-yasam-ve-sosyal-paylasim-aqlari-twitter-ya-da-pit-pit-net->
- American Psychiatric Association (1996). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. IV. Baskı (DSM-IV)*. American Psychiatric Association.
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Angres DH, Bettinardi-Angres K. (Ekim 2008). The disease of addiction: origins, treatment, and recovery. *Disease-A-Month* 10, 696–721. <https://doi.org/10.1016/j.disamonth.2008.07.002>
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2014). Positive body image and young women’s health: Implications for sun protection, cancer screening, weight loss and alcohol consumption behaviours. *Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/1359105314520814>
- Apaolaza, V., Hartmann, P., D'Souza, C., & Gilsanz, A. (2019). Mindfulness, compulsive mobile social media use, and derived stress: The mediating roles of self-esteem and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(6), 388-396. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0681>
- Argın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yeditepe Üniversitesi.
- Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: Twitter gazeteciliği örneği. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 273-287. E-ISSN: 2147-4524
- Arslan, Y. (2016). Kim daha iyi empati kuruyor-Empati üzerine mikro bir sosyolojik araştırma. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1), 51-64. <https://dergipark.org.tr/en/pub/buyasambid/issue/29812/320627>
- Arslangiray, N. (2013). *Üniversite öğrencilerinde beden imajının yordayıcıları olarak bağlanma stilleri ve toplumsal cinsiyet rolleri* [Yüksek Lisans Tezi], Hacettepe Üniversitesi.
- Aslan, D. (2004). Beden algısı ile ilgili sorunların yaratabileceği beslenme sorunları. *STED (Standart Tıp Eğitim Dergisi)*, 13(9), 326-329. <https://www.ttb.org.tr/STED/sted0904/beden.pdf>
- Aslan, H. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin beden imajı ve sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişki ve bu değişkenlerin çeşitli demografik özellikler açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Atalay, R. (2014). *lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)* [Yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ateş, S. (2019, 17 Mart). *Vine nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe yarar?*. Bilgihanem Sitesi. [Veri dosyası] <https://bilgihanem.com/vine-nedir-nasil-kullanilir/> adresinden edinilmiştir.
- Aydın, M. ve Vural, G. Z. (2018). Üniversite öğrencilerinin beden imgelerinin yaşam niteliklerine etkisi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 111-121. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ekuat/issue/41379/500226>
- Aydın, N. (2018). *Güzellik merkezine başvuran ve başvurmayan kadınların beden algısı benlik saygısı ve diğer bazı değişkenler açısından incelenmesi: Kayseri ili örneği* [Yüksek lisans tezi]. Mersin Toros Üniversitesi.

- Aydoğmuş, E. N. ve Demir, M. (2017). *Problemlili internet kullanımı ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Bachman, L. F. (2004). *Statistical analyses for language assessment book*. Cambridge University Press.
- Bademci, V. (2006). Tartışmayı sonlandırmak: cronbach'ın alfa katsayısı, iki değerli [0, 1] ölçümlenmiş maddeler ile kullanılabilir. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (13), 438-446. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunikkefd/issue/2774/37180>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co. <https://psycnet.apa.org/record/1997-08589-000>
- Baranowski, M. J., Jorga, J., Djordjevic, I., Marinkovic, J., & Hetherington, M. M. (2003). Evaluation of adolescent body satisfaction and associated eating disorder pathology in two communities. *European Eating Disorders Review: The Professional Journal of the Eating Disorders Association*, 11(6), 478-495. <https://doi.org/10.1002/erv.529>
- Bas, M., Ascı, H., Karabudak, E. ve Kızıltan, G. (2004). Eating attitudes and their psychological correlates among Turkish adolescent. *Adolescence*, 39, 593- 599. https://www.researchgate.net/publication/8059140_Eating_attitudes_and_their_psychological_correlates_among_Turkish_adolescents
- Başer, A. (2014). *Sosyal medya kullanıcılarının kişilik özellikleri, kullanım ve motivasyonlarının sosyal medya reklamlarına yönelik genel tutumları üzerindeki rolü: Facebook üzerine bir uygulama* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Ege Üniversitesi.
- Bayrak, H. (2021, 3 Şubat). 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri. <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> adresinden 16 Eylül 2021 tarihinde alınmıştır.
- Bektaş, D. Y. (2004). Ergenlerde beden imgesi üzerine bir çalışma. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 67-75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpdrd/issue/21442/229694>
- Bennett, B. L., Whisenhunt, B. L., Hudson, D. L., Wagner, A. F., Latner, J. D., Stefano, E. C., & Beauchamp, M. T. (2019). Examining the impact of social media on mood and body dissatisfaction using ecological momentary assessment. *Journal of American College Health*, 68(5), 502-508. <https://doi.org/10.1080/07448481.2019.1583236>
- Ben-Zur, H. (2003). Happy adolescents: The link between subjective well-being, internal resources, and parental factors. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(2), 67-79. <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021864432505>
- Binark M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Bilgili, H. A. S. (2018). Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Ege Üniversitesi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.420632>
- Bilgin, N. (1985). *Sosyal psikolojide yöntem ve pratik çalışmalar*. Sistem Yayıncılık.
- Birkeland, R., Thompson, J. K., Herbozo, S., Roehrig, M., Cafri, G., Van Den Berg, P. (2005). Media Exposure, mood, and body image dissatisfaction: An experimental test of person versus product priming. *Body Image*, 2(1), 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.11.002>

- Birmingham, C. L., Su, J., Hlynsky, J. A., Goldner, E. M., ve Gao, M. (2005). The mortality rate from anorexia nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, 38 (2), 143-146. <https://doi.org/10.1002/eat.20164>
- Blood, S. K. (2005). *Body work: The social construction of women's body image*. New York Routledge.
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computers in Human Behavior*, 110, 106-395. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395>
- Boyd, D. M. (2008). *American Teen Sociality in Networked Publics*. [Doktorial thesis]. Berkeley University, California, s.92.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007), Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burke, S.C. & Snyder, S.L. (2008). Youtube: An innovative learning resource for college health education courses. *International Electronic Journal of Health Education*, 11, 39-46. <https://eric.ed.gov/?id=ej798652>
- Buss, A., & Strauss, N. (2009). *The online communities handbook: Building your business and brand on the web*. USA: New Riders Press. Retrieved from 20 november, 2021 <http://www.google.com.tr/books>.
- Büyüköztürk, Ş. (2013). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. (18. Baskı.). Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2021). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (31. Baskı). Pegem Akademi A Yayıncılık.
- Can, A. (2017). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (6. Baskı). Pegem A Yayıncılık.
- Canbulat, N., Gözen, D., Köse, D. ve Arda, N. (2011). Effects of body mass index on adolescents' social comparisons and body cathexis in Istanbul. *Collegium Antropologicum*, 35(4), 1323-1326. <https://avesis.istanbul.edu.tr/yayin/4559bc05-1fac-42f3-be1f-30de9a22b2dc/effects-of-body-mass-index-on-adolescents-social-comparisons-and-body-cathexis-in-istanbul>
- Cash, T. F. & Deagle, E. A. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis, *International Journal of Eating Disorders*, 22(2), 107-126. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199709\)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199709)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J)
- Cash, T. F., & Fleming, E. C. (2002). (Cash T. F. & Pruzinsky T., Eds.), *Body image and social relations. Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. (pp. 277–286). Guilford Press.
- Cash, T. F. (2011). *Cognitive-behavioral perspectives on body image*. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (pp. 39–47). Guilford Press.
- Cengiz, Y. (2011). *Obez ergenlerde beden algısı, benlik saygısı ve ruhsal durum değerlendirilmesi* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Chang, F. C., Lee, C. M., Chen, P. H., Chiu, C. H., Pan, Y. C., Huang, T. F. (2013). association of thin-ideal media exposure, body dissatisfaction and disordered eating behaviors among

- adolescents in Taiwan. *Eating Behaviors*, 14(3), 382-385. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.05.002>
- Chen, T. L., & Mei-Chi, C. (2022). The effect of semi-permanent makeup and makeup on female body image and social anxiety. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 13(1). <http://doi.org/10.18178/ijimt.2022.13.1.913>
- Claes, L., Hart, T.A., Smits, D., Van Den Eynde, F., Mueller A. & Mitchell J.E.(2012). Validation of the social appearance anxiety scale in female eating disorder patients. *European Eating Disorders Review*, 20- (5), 406-409. <https://doi.org/10.1002/erv.1147>
- Clark, D. M. ve Wells, A. (1995). *A cognitive model of social phobia. Social phobia: Diagnosis, assessment and treatment*. In R. Heimberg, M. Liebowitz, D. A. Hope ve F. R. Schneier (Eds.), (69–93). Guilford Press.
- Clifford, E. (1971). Body satisfaction in adolescence. *Perceptual and motor skills*, 33 (1), 119-125. <https://doi.org/10.2466%2Fpms.1971.33.1.119>
- Cooper, Z., Fairburn, C., Hawker, D. M (2007). (Çetin M, Çeviri ed.), *Obezitenin bilişsel davranışçı tedavisi* (97- 128). Yıltan Matbaası.
- Çağlak, U. (2019). Whatsapp, Whatsapp grupları ve kullanım alışkanlıkları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of International Social Research* 12(66). <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3612>
- Çakır, S. (2010). *Bilişsel-davranışçı yaklaşıma dayalı olarak hazırlanan sosyal kaygıyla başa çıkma programının lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerine etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi .
- Çakmak, E. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi* [Yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi.
- Çalış, M. (2020). *Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19. <https://eric.ed.gov/?id=EJ989195>
- Çelen, N. (2007), *Ergenlik ve Genç Yetişkinlik*. Papatya Yayıncılık.
- Çepikkurt, F. ve Coşkun, F. (2010). Üniversiteli dansçıların sosyal fizik kaygı ve beden imgesinden hoşnut olma düzeyleri. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 1(2), 17-24. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/psbd/issue/20571/219199>
- Çınar H. ve Keskin, N. (2015). Öğrencilerin sosyal görünüş kaygısının öğrenim yeri tercihlerine etkisi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 457-465. <https://doi.org/10.26466/opus.523444>
- Çok, F. (1990) Body image satisfaction in Turkish adolescents. *Adolescence*. 25-98, 409–413. <https://www.proquest.com/openview/2f2907947709049c43928f0dd2b83c38/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1819054>
- Danielsdóttir, S.(2014). *Your body is awesome: Body respect for children*. PA: Singing Dragon.
- Davies, E. & Furnham, A. (1986). Body satisfaction in adolescent girls. *British Journal of Medical Psychology*. 59, 279-287. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8341.1986.tb02694.x>

- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2): 27-50. <http://doi.org/10.18094/si.99029>
- Demirel, Ö. (1993). *Eğitim Terimleri Sözlüğü*. USEM Yayınları.
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Education Journal* (26) 2: 355 – 367. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- Diener, E., Wolsic, B. & Fujita, F. (1995). Physical attractiveness and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 120-129. <https://psycnet.apa.org/buy/1995-40426-001>
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. and Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125 (2), 276-302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being. *American Psychologist*, 55, 34-39. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Diener, E. (Eds.). (2009). *The science of well-being: The collected works of ed Diener*. Netherlands: Springer.
- Dinç, M. (2021). *Teknolojiye Bağımlı Yaşama* (9. Baskı). Yeşilay TBM Alan Kitaplığı Dizisi.
- Doğan T. (2011). Sosyal görünüş kaygı ölçeğinin psikometrik özelliklerinin ergenlerde oluşan bir örnekleme incelenmesi. *Elementary Education Online*, 10(1), 12-19. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/90683>
- Doğan, T., Sapmaz, F. ve Totan, T. (2011). Beden imgesi baş etme stratejileri ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12(2), 121-129. <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRJd016STFOUT09>
- Doğan T. (2010). Sosyal görünüş kaygı ölçeğinin (SGKÖ) Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 151-159. <http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/yonetim/icerik/makaleler/467-published.pdf>
- Durkin, S. J. & Paxton, S. J. (2002). Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological wellbeing in response to exposure to, idealized female media images in adolescent girls. *Journal of Psychosomatic Research*, 53, 995-1005. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(02\)00489-0](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(02)00489-0)
- Eckler, Phd, P., Kalyango Jr, Phd, Y. & Paasch, MPH, E. (2016). Facebook Use and negative body image among US college women. *Women and Health*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/03630242.2016.1159268>
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and entrepreneurship*, 16(3), 79-91. <https://www.proquest.com/openview/f828806820e0b99fcbda9c765788e137/1?pq-origsite=gscholar&cbl=25565>
- Elciyar, K. (2018). *Sosyal Medya ve Kadının Bedensel Tatmini: Medya ve Beden İçinde*. Detay Yayıncılık.
- Ellison, N.B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). “The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students” Use of Online Social Network Sites”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

- Eow, S. Y., & Gan, W. Y. (2018). Social media use, body image, and body weight status: Comparison between university students with and without disordered eating in university putra Malaysia. *International Journal of Public Health and Clinical Sciences*, 5(1), 129-145. <http://www.publichealthmy.org/ejournal/ojs2/index.php/ijphcs/article/view/537/439>
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal Medyayı Anlamak*. Nobel Yaşam Yayınları.
- Eraslan, M. ve Aydoğan, H. (2016). Vücut geliştirme ve fitness merkezinde spor yapan bireylerin beden bölgelerinden hoşnut olma düzeylerinin yaş ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2), 50-57. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/370633>
- Ercan, D.M. (2018). *Geç ergenlik döneminde sosyal medya maruziyetinin beden algısı ile ilişkisi*. [Yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eşiyok Sönmez, E. ve Özgen, Ö.(2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 79--80. <https://doi.org/10.31123/akil.436747>
- Fang, J., Wen, Z., Ouyang, J., Huang, G., & Liu, X. (2022). The reciprocal longitudinal relationship between body mass index and subjective well-being in China. *Social Sciences and Medicine*, 114829. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.114829>
- Fardouly, J., Diedrichsb P.C., Vartaniana .L.R. & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of facebook on youngwomen's body. *Image Concerns And Mood. Body Image*, 13, 38– 45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Ferreira, C., Píntogouveia, J., Duarte, C. (2013). Self-compassion in the face of shame and body image dissatisfaction: implications for eating disorders. *Eating Behaviors*, 14(2), 207-210. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.01.005>
- Fisher, B. A. (1970). The process of decision modification in small discussion groups. *Journal of Communication*, 20(1), 51-64. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1970.tb00863.x>
- Fox, J. and M. A. Vendemia (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 19(10), 593-600. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0248>
- Frost, J., & McKelvie, S. (2004). Self-esteem and body satisfaction in male and female elementary school, high school, and university students. *Sex roles*, 51(1), 45-54. <http://doi.org/10.1023/B:SERS.0000032308.90104.c6>
- Gaffney K. J. (2017). *Negative affect that social media causes on body imaging an honor scollage thesis* [Under graduatehonor scollage theses]. Long Island University.
- Garner, D.M. (2002.) Thomas F. Cash & Thomas Prozinsky (Ed.). *Body Image and Anorexia Nervosa. Body Image: A Handbook of Theory, Research and Clinical Practice*. Guilford Press.
- Geçkil, E. (2001). Öğrencilerin benlik saygısının değerlendirilmesi. *2000'li Yıllarda Sağlık Yüksek Okullarında Eğitimin Geleceği Sempozyumu*.
- Germer, C. K. ve Neff, K. D. (2013). Self-compassion in clinical practice. *Journal of Clinical Psychology*, 69(8), 856-867. <http://doi.org/10.1002/jclp.22021>

- Gökkaya, F., Deniz, İ. & Gedik, Z. (2020). Sosyal medyanın sosyal onay, kapsamlı ve kapsamlı ile çalışmaları. *Klinik Psikoloji Dergisi (KPD)*.<https://doi.org/10.5455/kpd.26024438m000023>
- Gökdoğan, F. (1988). *Ortaöğretime devam eden ergenlerde beden imajından hoşnut olma düzeyi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Gökner, Ö. (2015). *Özgüven Kazanmak*. Arkadaş Yayınevi.
- Grant, N. (2008). *On the usage of social networking software technologies in distance learning education*. Paper presented at the Society for Information Technology and Teacher Education International Conference. Las Vegas, NV.
- Griffiths, S., et al. (2018). The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms and anabolic steroid use among sexual minority men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 21(3), 149-156. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (4th edition). Routledge, Londra, p. 266. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>
- Gül, D., Kuş, O. ve Göksu, O. (2020). " Videolarda gerçek hayattaki gibi değilim, rol yapmaktayım": TikTok kullanıcılarının benlik performansları üzerine bir inceleme. *Intermedia Uluslararası E-dergi* , 7 (12), 115-128. <https://dergipark.org.tr/en/pub/intermedia/issue/55160/735923>
- Güldal, Ş. (2019). *Bilinçli farkındalık temelli ergenlere yönelik psikoeğitim programının karakter güçleri, bilinçli farkındalık ve akademik başarı gelişimine etkisinin incelenmesi* [Doctoral dissertation], Marmara Üniversitesi .
- Gümüş, A.E. (2000). Üniversite öğrencilerinin yalnızlık ve beden imgelerinden doyum sosyal kaygı düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2000, 33 (1), 99-108. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000037
- Gündoğan, F. (2006). *Sirozlu hastaların beden imajı ve benlik saygılarının değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Gününç, U. (2015, 1 Mayıs). Sosyal medyanın tarihi. <https://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/> adresinden 15 Eylül 2021 tarihinde alınmıştır.
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Güvenen, G. (2017). *Sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısı üzerine etkisinin belirlenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Haliç Üniversitesi.
- Güzel, M. (2007). M. Binark (ed), *Küreselleşme, tüketim kültürü ve internetteki gençlik siteleri. Yeni medya çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Hamurcu, P. (2014). *Obez bireylerde benlik saygısı ve beden algısının değerlendirilmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Bilim Üniversitesi.
- Hart E. A., Leary M.R., Rejeski W.J. (1989). The measurement of social physique anxiety. *Journal of Sport & Exercise Psychology* , 11 (1), 94-104. <https://doi.org/10.1123/jsep.11.1.94>
- Hautala, L., Helenius, H., Karukivi, M., Maunula, A. M., Nieminen, J., Aromaa, M., Liuksila, P., Raiha, H., Valimäki, M. & Saarijärvi, S. (2011). The role of gender, affectivity and parenting in the course of disordered eating: A 4-year prospective case-control study among adolescents. *International Journal of Nursing Studies*, 48(8): 959-972. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2011.01.014>

- Hazar , Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-175. <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRJd01ERXhNUT09/sosyal-medya-bagimlilik-bir-alan-calismasi->
- Herring, S. C. & Kapidzic, S. (2015). J. D. Wright (Ed.). Teens, gender, and self-presentation in social media. *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences*, , s. 1-16. <https://info.sice.indiana.edu/~herring/teens.gender.pdf>
- Herzog, D. B., Jakson, S. C., ve Franko, D. L. (2006). P. J. Cooper, A. Stein (Eds). *The nature of adolescent anorexia nervosa and bulimia nervosa. Childhood feeding problems and adolescent eating disorders*, . 188-212. Routledge Press.
- Hetherington, E. M., Parke, R. D., Gauvain, M. & Locke, V. O. (2006). *Child psychology: a contemporary viewpoint*. Mc Graw Hill.
- Holmqvist, K., & 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, 388–39. <https://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://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.007>
- Hovardaoğlu, S. (1993). *Vücut Algısı Ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik çalışması/sizofrenik ve majör depresif hastaların beden imgelerinden doyum düzeyleri* [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. Okuyan Us.
- İnanç, B.Y. ve Yerlikaya, E.E. (2002). *Kişilik Kuramları*. PEGEM Akademi.
- İkiz, F. E. ve Eriş, Y. (2013). Ergenlerin benlik saygısı ve sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişki ve kişisel değişkenlerin etkileri. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish of Turkic* 8 (6). <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.4726>
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S.J. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139-148. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>
- Jan, M., Soomro, S., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329-341. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- Jung, J., & Lee, H. (2006). Behavior between Korean and U.S. women cross-cultural comparisons of appearance selfschema, body image, self-esteem and dieting. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34: 350. <http://doi.org/10.1177/1077727X06286419>
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1983). *İnsan ve İnsanlar*. Beta Yayıncılık.
- Kalafat, T. (2006). *Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi (Çanakkale ili örneği)* [Yüksek lisans tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Karasar, N. (2009). *Araştırmalarda Rapor Hazırlama*. Nobel Yayınevi.
- Karasar, B. ve Öğülmüş, S. (2016). Sosyal onay ihtiyacı öçeği: Geçerlik ve güvenilirlik analizi. *Ege Eğitim Dergisi* 17 (1), 84-104. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eggefd/issue/24391/258585>

- Kasatura, İ. (1998). *Kişilik ve Özgüven*. Evrim Yayınevi.
- Kaya, H. (1997). *Üniversite öğrencilerinde eleştirel akıl yürütme gücü* [Yayınlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Keskin, B. (2018). *Estetik operasyon geçirmiş bireylerde beden algısı ve sosyal kaygı arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi]. Haliç Üniversitesi.
- Keskin, K. (2018, 30 Ağustos). Snapchat nedir? Nasıl kullanılır? Neden önemlidir? <https://www.brandingturkiye.com/snapchat-nedir-nasil-kullanilir-neden-onemlidir/> adresinden 22 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Keskin, K. (2018, 21 Aralık). Tumblr nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe yarar? <https://www.brandingturkiye.com/tumblr-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> adresinden 22 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48, 331-339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009>
- Kirschner, P.A. & Karpinski, A.C. (2010). *Facebook and Academic Performance*. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237-1245. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>
- Koç, M. (2004). Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 17-2, 231-256. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erusosbilder/issue/23750/253040>
- Koç, M., & Karabatak M. (2012). *Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin incelenmesi*. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1), 155-164. <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsaedu/issue/19817/211987>
- Koçoğlu, S. (2018, 6 Şubat). Facebook nedir? Neden önemlidir? Facebook'un özellikleri nelerdir? <https://www.brandingturkiye.com/facebook-nedir-neden-onemlidir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/> adresinden 21 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Koçoğlu, S. (2018, 3 Mart). Instagram tarihi: Instagram nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe yarar? <https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> adresinden 21 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Koçoğlu, S. (2018, 7 Mayıs). Youtube nedir? Youtube nasıl kullanılır? Youtube'un özellikleri nelerdir? <https://www.brandingturkiye.com/youtube-nedir-youtube-nasil-kullanilir-youtubeun-ozellikleri-nelerdir/> adresinden 20 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Koçoğlu, S. (2018, 17 Şubat). Twitter tarihi: Twitter nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe yarar?. <https://www.brandingturkiye.com/twitter-tarihi-twitter-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> adresinden 20 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Korkmaz, B. (2020). *Sosyal medyada insan bedenini düzenlemeye yönelik söylemler: x ve y kuşakları üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Köklü, N. Büyüköztürk, N. ve Çokluk, Ö. (2007). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik* (2. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Köroğlu, E. (1996). Sosyal fobi (sosyal anksiyete bozukluğu). *Psycho Medizine*, 1(2). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ihssr/issue/36852/442633>
- Kulaksızoğlu, A. (1998). *Ergenlik Psikolojisi*. Remzi Kitabevi.

- Kurtyigit, D. (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki* [yüksek lisans tezi]. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Kuss, D.J., et al. (2014). Assessing internet addiction using the parsimonious internet addiction components model—a preliminary study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 12(3), 351-366. <https://doi.org/10.1007/s11469-013-9459-9>
- Kuzu, A. (2019). *Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Haliç Üniversitesi.
- Lee, M. and H. H. Lee (2017). The effects of SNS appearance-related photo activity on women's body image and self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(5), 858-871. <https://doi.org/10.5850/JKSCT.2017.41.5.858>
- Leite, W. L. & Beretvas, S. N. (2005). Validation of scores on the Marlowe Crowne social desirability scale and the balanced inventory of desirable responding. *Educational and Psychological Measurement*, 65, 140-154. <https://doi.org/10.1177/0013164404267285>
- Lev-Ari, L., Baumgarten-Katz, I., Zohar, A. H. (2014). Mirror, Mirror On The Wall: How Women Learn Body Dissatisfaction. *Eating Behaviors*, 15(3), 397-402. <http://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.04.015>
- Lew, A. M., Mann, T., Myers, H., Taylor, S. & Bower, J. (2007). Thin-ideal media and women's body dissatisfaction: Prevention using downward social comparisons on nonappearance dimensions. *Sex Roles*, 57(7-8), 543-556. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9274-5>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. Icrossing e-book, London. https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files/uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- McCabe, M., & Ricciardelli, L. (2001). Parent, peer and media influences on body image and strategies to both increase and decrease body size among adolescent boys and girls. *Adolescence*, 36(142), 225-240. <http://hdl.handle.net/10536/DRO/DU:30001199>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2011). A body image and disordered eating intervention for women in midlife: A randomized controlled trial. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 79 (6), 751-758. <http://doi.org/10.1037/a0026094>
- Menteşe, M. (2013). *Sosyal medya ortam ve araçlarının eğitimde kullanımına ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin görüşleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Moffitt, R. L., Neumann, D. L. ve Williamson, S. P. (2018). Comparing the efficacy of a brief self-esteem and self-compassion intervention for state body dissatisfaction and self-improvement motivation. *Body Image*, 27, 67-76. <http://doi: 10.1016/j.bodyim.2018.08.008>
- Monro, F., & Huon, G. (2005). Media-portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety. *International Journal of Eating Disorders*, 38(1), 85-90. <http://doi.org/10.1002/eat.20153>
- Montemayor, R., & Eisen, M. (1977). The development of self-conceptions from childhood to adolescence. *Developmental Psychology*, 13(4), 314. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.13.4.314>
- Mutlu, Y. (2019). *Sosyal medya, kimlik ve mahremiyet: geç ergen grupların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının Elazığ örneğinde incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Fırat Üniversitesi.

- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2, 85–102. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Neff, K. D., Kırkpatrick, K. L., Rude, S. S. (2007). Self-compassion and adaptive psychological functioning. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 139-154. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/meusbd/issue/49378/532570>
- Oktay, V. ve Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsani Bilimler Dergisi*. 7(2), 1303-5134. <https://avesis.ktu.edu.tr/yayin/29e605e8-f92f-4cb5-a483-60b81419fefe/kiz-ergenlerde-beden-imaji-ile-benlik-saygisi-arasindaki-iliskinin-incelenmesi>
- Oktan, V. (2012). Beden imajı ve reddedilme duyarlılığının öznel iyi oluşu yordama gücü. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 11(22), 119-134. http://ebuline.com/pdfs/22Sayi/EBU22_1.pdf
- Onar, A. (2008). *Ergenlik ve genç erişkinlik dönemindeki kızlarda yeme bozukluğu tanısı bulunanlar ile bulunmayanların aile ortamı, sosyotropik-otonom kişilik özelliği, beden memnuniyeti, benlik saygısı açısından karşılaştırılması* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Otrar, M., & Arın, F. S. (2014). Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çok boyutlu incelenmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama [Journal of Education and Humanities: Theory and Practice]*, 5(10), 3-22. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eibd/issue/22665/242059>
- Ögel, K. (2018). Madde kullanımı ve bağımlılığın nedenleri. <http://www.ogelk.net/Dosyadepo/etyoloji.pdf> adresinden 20 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Öngören, B.(2015). Sosyolojik açıdan sağlıklı beden imgesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16(34), 25-45. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sobbiad/issue/36373/412313>
- Özay, S. (2018). *Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile narsisizm arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Özbey, Ç. (2004). *Çocuk Sorunlarına Yapıcı Çözümler: İnkılap Kitabevi*.
- Özcan, S.D. (2019). *Sosyal medya çağında ergenlerin yeme davranışları: sosyal karşılaştırma, beden memnuniyeti ve ihtiyaç doyumu değişkenlerinin rolleri* [Yüksek lisans tezi]. TED Üniversitesi.
- Özcan H., Subaşı B., Budak B., Çelik M., Gürel Ş.C. ve Yıldız M., (2013). Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi. *Journal of Mood Disorders*, 3(3), 107-113. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130507015148>
- Özdamar, K. (1999) *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*. 1. Kaan Kitabevi.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö. ve Ekşi, H. (2019). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6(3), 631-664. <https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0086>
- Özkesici Kurt, B. (2021). Comparison of the psychosocial impact of acne in adolescents and adults; body satisfaction, self-esteem, and quality of life. *Journal of Cosmetic Dermatology*. <https://doi.org/10.1111/jocd.14151>
- Phillips, W. J., & Wisniewski, A. T. (2021). Self-compassion moderates the predictive effects of social media use profiles on depression and anxiety. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100-128. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100128>

- Priya, D., Prasanna, K. S., Sucharitha, S. & Vaz, N. C. (2010). Body image perception and attempts to change weight among female medical students at Mangalore. *Indian Journal of Community Medicine*, 35(2), 316. <http://doi.org/10.4103/0970-0218.66886>
- Puglia, D.R. (2017). *Social media use and its impact on body image: The effects of body comparison tendency, motivation for social media use, and social media platform on body esteem in young women* [Doctoral thesis]. The University of North Carolina.
- Pullmer, R., Coelho, J. S., & Zaitsoff, S. L. (2019). Kindness begins with yourself: The role of self-compassion in adolescent body satisfaction and eating pathology. *International Journal of Eating Disorders*, 52(7), 809-816. <https://doi.org/10.1002/eat.23081>
- Richards, D., Caldwell, P. H., Go, H. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Pediatrics and Child Health*, 51(12), 1152-1157. <https://doi.org/10.1111/jpc.13023>
- Richardson, S. M., Paxton, S. J. & Thomson, J. S. (2009). Is body think an efficacious body image and self-esteem program? A controlled evaluation with adolescents. *Body Image*, 6, 75-82. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2008.11.001>
- Rosenblum, G.D. & Lewis, M. (1999). Ergenlik döneminde beden imajı, fiziksel çekicilik ve beden kütlesi arasındaki ilişkiler. *Çocuk gelişimi*, 70 (1), 50-64. <https://doi.org/10.18863/pgy.1009942>
- Santrock, J. W. (2011). *Yaşam Boyu Gelişim*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Saylan, E. (2020). *Ergenlerde beden imajı, reddedilme duyarlılığı ve özyeterlik arasındaki ilişkiler: bir ölçek geliştirme çalışması ve uygulaması* [Yüksek lisans tezi]. Trabzon Üniversitesi.
- Schutz, HK, Paxton, SJ ve Wertheim, EH (2002). Investigation of body comparison among adolescent girls. *1st Journal of Applied Social Psychology*, 32 (9), 1906-1937. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00264.x>
- Secord P. F. & Jourard S. M. (1953). "The appraisal of body-cathexis: Body-cathexis and the self". *Journal of Consulting Psychology*, 17(5), 343-347. <https://doi.org/10.1037/h0060689>
- Seekis, V., Bradley, G. L. ve Duffy, A. (2017). The effectiveness of self-compassion and self-esteem writing tasks in reducing body image concerns. *Body Image*, 23, 206-213. <http://doi:10.1016/j.bodyim.2017.09.003>
- Sel, Ş. (2016). *Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişkinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi.
- Sezgin, A. (2020). *Ergenlerde problemlı internet kullanımı ile empatik eğilim, beden algısı ve akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Sherman, A. (2020). TikTok reveals user numbers for the first time. <https://www.cnn.com/2020/08/24/tiktok-reveals-us-global-user-growth-numbers-for-first-time.html> adresinden 21 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Siegel, J. A., Huellemann, K. L., Hillier, C. C. ve Campbell, L. (2020). The protective role of self-compassion for women's positive body image: An open replication and extension. *Body Image*, 32, 136-144. <http://doi:10.1016/j.bodyim.2019.12.003>
- Singh, M. M., Ashok, L., Binu, V. S., Parsekar, S. S. & Bhumika, T. V. (2015). Adolescents and body image: A cross sectional study. *The Indian Journal of Pediatrics*, 82(12), 1107-1111. <http://doi.org/10.1007/s12098-015-1768-5>

- Sivribaşkara, S. (2003). *Özsaygının farklı değişkenler açısından incelenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Solmaz, U. (2017). Çağımızın hastalığı “sosyal medya” ve gelişim dönemleri. <https://ogrencikariyeri.com/haber/cagimizin-hastaligi-sosyal-medya-ve-gelisim-donemleri> adresinden 10 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook kullanım alışkanlıkları* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Stern, N. G. ve Engeln, R. (2018). Self-compassionate writing exercises increase college women's body satisfaction. *Psychology of Women Quarterly*, 42(3), 326-341. <http://doi.org/10.1177/0361684318773356>
- Stice, E. ve Şenyürek, E. (2018). Erinlik ve beden imajı. *International Journal of Social Inquiry*, 11 (1), 277-296. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijisi/issue/37938/438338>
- Stokes, R. & Frederick-Recascino, C. (2003). Women's perceived body image: Relations with personal happiness. *Journal of Women & Aging*, 15, 17-29. https://doi.org/10.1300/J074v15n01_03
- Şirin, E. (2015). *Ergenlerin vücut kitle indeksi ile sosyal görünüş kaygısı düzeyi ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi], Haliç Üniversitesi.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*, 6th (ed.) Pearson, Boston.
- Talu, E. (2020). Ergenlerde beden imajı algısının kimlik gelişimi sürecine etkisi. *Inonu University Journal of the Faculty of Education (INUJFE)*, 21(2). <https://doi.org/10.17679/inuefd.766776>
- Tarhan, S. (1995). *Lise öğrencilerinin beden imajlarından hoşnut olma düzeylerinin özsaygıları ve akademik başarıları üzerindeki etkisi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Taşkoyan, S. N. (2008). *Fen ve teknoloji öğretiminde sorgulayıcı öğrenme stratejilerinin öğrencilerin sorgulayıcı öğrenme becerileri, akademik başarıları ve tutumları üzerindeki etkisi* [Doctora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Tatangelo, G. L. & Ricciardelli, L. A. (2015). Children's body image and social comparisons with peers and the media. *Journal of Health Psychology*, 1-12. <https://doi.org/10.1177/1359105315615409>
- Tayfur, S.N. (2018). *Üniversite öğrencilerinde beden algısı, yeme tutumu ve depresyon düzeyinin incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi.
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2013). *Türkiye’de Ergen Profili Araştırması (TEPA)*. Uzerler Matbaacılık.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Tuna, N. (2016). *Obezite cerrahisi (Bariatrik cerrahisi) öncesi ve sonrası dönemde hastaların depresyon, beden memnuniyeti ve yeme tutumunun değerlendirilmesi* [Yüksek lisans tezi]. Ortadoğu Üniversitesi.

- Tuzgöl Dost, M. (2006). Subjective well-being among university students. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 188-197. <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TmpVd01URXg>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Ana Sayfa Veri Portalı (2021, 26 Ağustos). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) adresinden 04 Nisan 2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Ana Sayfa Veri Portalı (2021, 22 Aralık). Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132> adresinden 04 Nisan 2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkmen, M. (2012). Öznel iyi oluşun yapısı ve anababa tutumları, özsaygı ve sosyal destekle ilişkisi: bir model sınaması. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 41-73. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usaksosbil/issue/21647/232718>
- Türkoğlu, S. (2013). *Ergenlerin problemleri internet kullanımları ile siber zorbalık eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- Tylka, T. L., Russell, H. L., Neal, A. A. (2015). Self-compassion as a moderator of thinness-related pressures' associations with thin-ideal internalization and disordered eating. *Eating Behaviors*, 17, 23-26. <http://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.12.009>
- Uğurlu, N. Ve Akın, H. (2008). Muğla sağlık yüksekokulu öğrencilerinin beden benlik algısı ve psikolojik sıkıntı belirtileri ile ilişkisi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(4), 38-47. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunihem/issue/2643/33999>
- Utku, B., Koruç, Z. ve Kocaekşi, S., (2006) Kadınların beden imgesi ve öz-yeterlik inancına etkisi. *9.Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, 3-5 Kasım, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Uzun, K. & Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında Whatsapp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Selçuk İletişim*, 10 (1), 216-231. <https://doi.org/10.18094/josc.306677>
- Van den Berg, P., Paxton, S.J., Keery, H., Wall, M., Guo, J., & Neumark-Sztainer, D. (2007). Body dissatisfaction and body comparison with media images in males and females. *Body Image*, 4 (3), 257-268. <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.04.003>
- Vikpedi, Özgür ansiklopedi (2021, 12 Aralık). Benlik. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Benlik> adresinden 18 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Vikpedi, Özgür ansiklopedi (2022, 12 Şubat). TikTok. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tinder> adresinden 16 Mart tarihinde alınmıştır.
- Vikpedi, Özgür ansiklopedi (2021, 30 Ekim). Tinder. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tinder> adresinden 12 Şubat tarihinde alınmıştır.
- Vikpedi, Özgür ansiklopedi (2021, 2 Nisan). Periscope (uygulama). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Periscope_\(uygulama\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Periscope_(uygulama)) adresinden 16 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Vikpedi, Özgür ansiklopedi (2021, 29 Nisan). WhatsApp.

- <https://tr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp> adresinden 15 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Vikipedi, Özgür ansiklopedi (2022, 19 Ocak). Sosyal Medya. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya adresinden 21 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Vries, D. A., Peter, J., De Graaf, H. & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(1), 211-224. <http://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>
- Wagaman, A. L. (2011). *The medias influence on college females body satisfaction* [Yayınlanmamış doktora tezi], Western Carolina University.
- Wagner, T. R., Wolkins, K., & Herman, A. (2021). Social approval, social comparison, and digital alteration on Instagram as predictors of image fixation. *The Journal of Social Media in Society*, 10(2), 46-57. <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/861>
- Wallis, J. M., & Kozar, J. M. (2015). *The effects of social media on the body satisfaction of adolescent and young adult females* [Doctoral thesis]. Manhattan Kansas State University.
- Wasyłkiw, L., Mackinnon, A. L., Maclellan, A. M. (2012). Exploring the link between self-compassion and body image in university women. *Body Image*, 9(2), 236-245. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.01.007>
- We Are Social (2021, 6 Mayıs). Dijital 2021. <https://wearesocial.com/digital-2021> adresinden 10 Temmuz 2021 tarihinde alınmıştır.
- Wei, T. & Wang, C. (2011). The characteristics of social networks of China's college students. *Modern Management*, 1, 219-223. <http://doi.org/10.4236/mm.2011.13039>
- White, E.K.. (2008). *The role of social physique anxiety and social appearance anxiety in the body checking behaviors of male and female college students* [Master thesis]. Nevada University.
- Williamson, D. A., Gleaves, D. H., Watkins, P. C. & Schlundt, D. G. (1993). Validation of self-ideal body size discrepancy as a measure of body dissatisfaction, *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 15(1), 57-68. <https://doi.org/10.1007/BF00964324>
- Xiaojing, A. (2017). Social networking site uses, internalization, body surveillance, social comparison and body dissatisfaction of males and females in Mainland China. *Asian Journal of Communication* 27(6), 616-630. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1365914>
- Yanar, E. (2015). *Ergenlerin sosyal medya tutumlarının kişisel gelişimleri üzerine etkileri*. [Yüksek Lisans Tezi]. Nişantası Üniversitesi.
- Yavuz S (2003). Muğla Üniversitesi öğrencilerinin benlik saygısının incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Muğla Sağlık Yüksek Okulu Hemşirelik Bölümü Bitirme Çalışması*.
- Yazan, K. D. (2021). *Lise öğrencilerinde akademik başarı, sosyal destek ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi.
- Yeniçiktı, T. N. (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak Instagram:Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 92. <https://doi.org/10.18094/si.84410>
- Yıldırım, P. K. (2014). *Ergenlerde psikolojik dayanıklılık ile benlik kurgusu arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yıldırım M.S. (2016). *Ergenlerde internet bağımlılığının obezite ve benlik saygısı ile ilişkisinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi .

- Yıldız, E. P., Çengel, M., & Alkan, A. (2019). Social media attitudes among vocational school students. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(3), 384-391. <http://doi.org/10.11591/ijere.v8i3.20248>
- Yılmaz, B. (2017). *Bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi* [Yüksek lisans tezi]. Işık Üniversitesi.
- Yılmazel, G., & Günay, O. (2012). Çorum ili Kargı ilçesinde öğrenim gören 12–17 yaş arasındaki öğrencilerde özsaygı ve depresyon. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 21(1), 20-29. <https://dergipark.org.tr/en/pub/euihs/issue/44552/552669>
- Yörüköğlu, A. (2007). *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı Ve Ruhsal Sorunları*, s.13. Ankara.

8. EKLER

Ek-1. Vücut Algısı Ölçeği Örnek Maddeler

Açıklama: Aşağıda sıralanan vücut özellikleri ile ilgili duygunuzu, size uyan seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

		Hiç Beğenmiyorum	Pek Beğenmiyorum	Kararsızım	Beğeniyorum	Çok Beğeniyorum
1.	Saçlarım	1	2	3	4	5
2.	Yüzümün rengi	1	2	3	4	5
6.	Burnum	1	2	3	4	5
16.	Vücut yapım	1	2	3	4	5
28.	Dişlerimin şekli	1	2	3	4	5
37.	Hastalığa direncim	1	2	3	4	5

Ek-2. Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Örnek Maddeler

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
2.Aklımda sürekli sosyal medyada yaptığım veya yapacağım etkinlikler vardır.					
4.Sosyal medyada gezinirken “biraz daha” diyerek süreyi uzatırım.					
6. Sosyal medya kullanımımı kontrol etmeye, azaltmaya veya durdurmaya çalışırken zorlanıyorum.					
8.Sosyal medyada harcadığım zaman miktarını ailemden veya çevremdeki insanlardan gizlerim.					

Ek-3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Örnek maddeler

Aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra, sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşşıma sosyal medyada duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
21	Arkadaşlarımla paylaşım larım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					

Ek-4. Bilgi Formu

Açıklama: Sevgili Öğrenciler, lütfen aşağıdaki sorularda size uygun olan seçenekleri işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz:

Kız() Erkek ()

2. Okul türünüz:

Fen Lisesi () Sosyal Bilimler Lisesi () Anadolu Lisesi () Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi () Anadolu İmam Hatip Lisesi () Temel Lise ()

3. Sınıf Düzeyiniz:

9.sınıf () 10.sınıf () 11.sınıf () 12.sınıf ()

4. Genel akademik başarı düzeyiniz (dönem veya yıl sonu ortalamanız):

Başarısız(0-49): () Geçer(50-59): () Orta(60-69): () İyi(70- 84): ()

Çok iyi(85-100): ()

5. Annenizin Eğitim durumu:

Okur-yazar değil () İlkokul-ortaokul mezunu () Lise mezunu ()
Üniversite mezunu () Yüksek Lisans ve üstü ()

6. Babanızın eğitim durumu:

Okur-yazar değil () İlkokul-ortaokul mezunu () Lise mezunu ()
Üniversite mezunu () Yüksek Lisans ve üstü ()

7. Bedeninizin dış görünüşünü beğenir misiniz (boyunuz, kilonuz, saçınız, gözünüz, fiziğiniz gibi özellikleriniz)?

() Çok beğeniyorum () Genellikle beğeniyorum () Biraz beğeniyorum
() Hiç beğenmiyorum

8. Aile yakınlarınızdan, akranlarınızdan ya da öğretmenlerinizden dış görünüşünüzle ilgili olumlu bir geri bildirim alıyor musunuz? (boyunuz, kilonuz, saçınız, gözünüz, fiziğiniz vb.)

() Her zaman () Genellikle () Bazen () Hiçbir zaman

9. Aile yakınlarınızdan, akranlarınızdan ya da öğretmenlerinizden dış görünüşünüzle ilgili olumsuz bir geribildirim alıyor musunuz? (boyunuz, kilonuz, saçınız, gözünüz, fiziğiniz vb.)

() Her zaman () Genellikle () Bazen () Hiçbir zaman

10. Sosyal medya uygulamalarına kendinizle ilgili fotoğraf/fotoğraflar yükler misiniz?

() Her zaman () Genellikle () Bazen () Hiçbir zaman

11. Sosyal medya uygulamalarına fotoğraf yüklerken oynama/değişikler yapar mısınız?

() Her zaman () Genellikle () Bazen () Hiçbir zaman

12. Aşağıda sıralanan sosyal medya uygulamalarından en çok kullandığınız 3 tanesini işaretleyiniz?

1. Instagram ()
2. Whatsapp ()
3. Facebook ()
4. Twitter ()
5. Youtube ()
6. Snapchat ()
7. Periscope ()
8. Tumblr ()
9. Vine ()
10. Tinder ()
11. TikTok ()
12. Diğer ()

Ek-5. Gönüllü Katılım Formu

Veli Bilgilendirme Formu

Çalışmanın Adı: Lise Öğrencilerinde Beden Memnuniyeti ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu İlişkisi

Sorumlu Araştırmacı: Mesut SÖZEN

Veli/vasi olduğunuz öğrenciden, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışma Eğitimi Bilim Dalı'nda yürütülmekte olan “Lise Öğrencilerinde Beden Memnuniyeti ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu İlişkisi” adlı yüksek lisans tez çalışmasına katılması istenmektedir.

Araştırma T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın ve okul yönetiminin de izni ile gerçekleştirilmektedir. Araştırma uygulamasına katılım tamamıyla **gönüllülük esasına dayalıdır**. Bu araştırmaya 6 farklı lise türünün 9, 10, 11 ve 12.sınıf düzeylerinde öğrenim gören yaklaşık 925 lise öğrencisi katılacaktır. Şu anda tüm dünyada ve ülkemizde de devam eden Covid-19 salgın hastalığından dolayı katılımcılara Google formlar aracılığıyla düzenlenen ölçekler “çevrim içi” ortamda uygulanacaktır.

Araştırmadan elde edilen veriler araştırmacının yüksek lisans tez çalışmasında, bilimsel bir çalışmada kullanılacaktır. **Araştırmada gizlilik esas olacaktır**. Araştırma ile ilgili bilgiler istenildiğinde araştırmanın her aşamasında sizinle paylaşılacaktır.

Veli/vasi olduğunuz öğrencinin ölçekleri doldurması yaklaşık 10 dakika sürecektir. Bu ölçekleri doldurmanın bilinen hiçbir riski bulunmamaktadır. “Lise Öğrencilerinde Beden Memnuniyeti ile Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Tutumu İlişkisi” ***“başlıklı bu çalışmaya, veli/vasi olduğum öğrencinin katılmasına izin veriyorum.***

Öğrenci Adı-Soyadı:

Veli/Vasinin Adı Soyadı:

Tarih:

İmza:

Sorumlu Araştırmacının:
Adı Soyadı: Mesut SÖZEN
Tel:

İmza: e-posta:

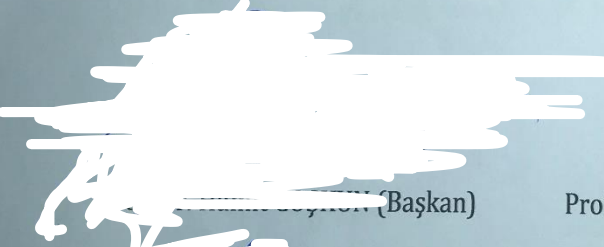
Ek-6. Etik Kurul Onay Raporu

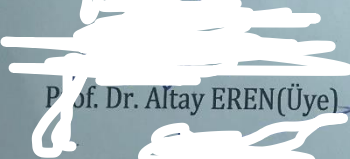

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Mesut SÖZEN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü

Sayın Mesut SÖZEN,

“Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı Tutumları ile Beden Memnuniyeti İlişkisi” adlı İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvuru (Protokol N 2020/97) kurulumuzun 25.05.2020 tarihli ve 2020/04 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur. Bilgilerinize sunarız.

 (Başkan) Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT (Üye)

 Prof. Dr. Altay EREN (Üye) Prof. Dr. H. Birol YALÇIN (Üye)

 Doç. Dr. Seval ALKOY (Üye) Doç. Dr. Fatma Gökçe DURAKOĞLU (Üye)

Av. Zuhale Demirci (Üye)

Ek-7. MEB Araştırma İzni



**T.C.
KOCAELİ VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü**

Sayı : E-99332089-605.01-18773144
Konu : Araştırma İzni
(Mesut SÖZEN)

05/01/2021

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesinin 24.12.2020 tarih ve 2000076457 sayılı yazısı.

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışma Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Mesut SÖZEN'in "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı Tutumlarının Beden Memnuniyeti İlişkisi" konulu araştırma çalışmasını İlimiz Gebze İlçesi Ortaöğretim okullarında uygulama talebi, Üniversitenin ilgi yazıları ile bildirilmektedir.

Adı geçenin söz konusu çalışmasına esas olmak üzere, ekte sunulan çalışmayı İlimiz Gebze İlçesi Ortaöğretim okullarında (<https://forms.gle/VJuvuwde4SP9hqNw7>) linkinden uygulama talebi komisyonumuzca uygun görülmüş olup, İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü ve Okul Müdürlüklerinin denetim ve gözetiminde gönüllülük esasına dayalı olarak çalışmayı yapması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Fehmi Rasim ÇELİK
Millî Eğitim Müdürü

OLUR
05/01/2021

Abdul Rauf ULUSOY
Vali a.
Vali Yardımcısı

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı :Mesut SÖZEN

İletişim Adresi

E-mail Adresi:

Eğitim Durumu

2005-2009: Karşıyaka Anadolu Lisesi, Lise, BİNGÖL.

2010-2014: Ahi Evran Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü, Lisans, KIRŞEHİR.

2018-.....: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans, BOLU.

Çalıştığı Kurumlar

2014- 2016 : Karatay İMKB MTAL, Okul PsikolojikDanışmanı, KONYA

2016-.....: Gebze Adem Yavuz İlkokulu, Okul Psikolojik Danışmanı, KOCAELİ