

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYA KULLANAN KADINLARDA SOSYAL
GÖRÜNÜŞ KAYGISI İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ
İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Gamze DEĞİRMENCİ

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ

İSTANBUL, 2020

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYA KULLANAN KADINLARDA SOSYAL
GÖRÜNÜŞ KAYGISI İLE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ
İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Gamze DEĞİRMENCİ

174003166

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ

İSTANBUL, 2020

ÖZET

Bu araştırma, sosyal medya kullanan kadınlarda sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Tanımlayıcı ve ilişki arayıcı tipteki araştırmanın örneklemi, Nisan-Temmuz 2019 tarihleri arasında, bir sosyal paylaşım sitesine üye olan 18 yaş ve üzeri 351 kadın oluşturmıştır. Veriler, tanıtıcı anket formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİO) ile elde edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde, sayı ve yüzde hesaplamaları, Mann Whitney U testi, Kruskal-Wallis H testi ve Dunn's testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamındaki kadınların yaş ortalaması $29,50 \pm 7,21$ yaş, %89,7'si üniversite ve üzeri mezunu ve %71,5'i çalışmaktadır. Katılımcıların %63,5'i 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı kullandığını ve %53,8'i sosyal medyada günde 1-3 saat vakit geçirdiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %90,3'ü sosyal medyanın günlük yaşamı nadiren etkilediğini ve %72,9'u paylaşımlara gelen beğenileri takip ettiğini belirtmiştir. Kadınların PİOÖ puan ortalaması $37,96 \pm 13,41$ ve SGKÖ puan ortalaması $31,94 \pm 10,32$ olarak belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ve genel ruh hali ile PİO ve SGKÖ toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır ($p < 0,05$). Kadınların sosyal medyayı kullanırken ruh hali, görünüş olarak kendini nasıl bulduğu, sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu ve paylaşımları az beğeni aldığı anda nasıl hissettiği ile SGKÖ puan ortalaması arasında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p < 0,05$). Çalışmaya katılan kadınların Psikolojik İyi Oluş düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı puanları arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$).

Sonuçlar doğrultusunda farklı demografik özelliklere sahip örneklem grupları ile benzer çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Psikolojik iyi oluş, Sosyal görünüş kaygısı, Kadın.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL APPEARANCE ANXIETY AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING IN WOMEN USING SOCIAL MEDIA

This research was conducted to determine the relationship between social appearance anxiety and psychological well-being in women using social media.

The sample of the descriptive and relationship-seeking research was 351 women aged 18 and over who were members of a social networking site between April and July 2019. The data were obtained by introductory questionnaire form, Social Appearance Anxiety Scale (SAAS) and Psychological Well-Being Scale (PWBS). In the evaluation of the data, number and percentage calculations were made by using Mann Whitney U test, Kruskal-Wallis H test and Dunn's test. The relationship between variables was evaluated by pearson correlation analysis.

The average age of women in the study is 29.50 ± 7.21 years old, 89.7% are university graduates and above, and 71.5% are working. 63.5% of the participants stated that they have been using social media for 7 years or more and 53.8% of them have spent 1-3 hours a day on social media. 90.3% of the participants stated that social media rarely affects daily life and 72.9% of them stated that they liked the shares. It were determined that the PWBS mean score of the women is 37.96 ± 13.41 and the average score of SAAS is 31.94 ± 10.32 . A statistically significant difference was found between the time spent on the social media and the general mood of the participants and the total scores of PWBS and SAAS ($p < 0.05$). There was a significant difference between the mood of the women while using social media, how they found themselves in appearance, the state of social media affecting daily life, and how they felt when they received less appreciation, and the mean score of SAAS ($p < 0.05$). No significant correlation was found between the Psychological Well-Being levels of the women participating in the study and their Social Appearance Anxiety scores ($p > 0.05$).

In line with the results, similar studies are recommended with sample groups with different demographic characteristics.

Keywords: Social media, Psychological well-being, Social appearance anxiety, Woman.

ÖNSÖZ

Çalışmam süresince tez konumun belirlenmesinde, çalışmamın planlanmasında, yürütülmesinde ve sonuçlandırılmasında bana yol gösteren, değerli tez danışmanım **Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ'a**,

Hayatımın her dönemimde sevgi, saygı ve sabırla hep yanımda olan, maddi ve manevi desteğini esirgemeyen annem **Aysel DEĞİRMENCİ**, babam **Cemil DEĞİRMENCİ** ve abilerim **Ahmet DEĞİRMENCİ** ve **Ünal DEĞİRMENCİ** ve yengem **Eda DEĞİRMENCİ'ye**,

Çalışmam süresinde her türlü emeğini ve desteğini benden esirgemeyen başta sorumlum **Asuman KORKUT** olmak üzere **tüm iş arkadaşlarıma**,

Açtığı yolda günümüze ışık tutan başöğretmen **Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK** ve üzerimde emeği olan herkese sonsuz teşekkürler.

Gamze DEĞİRMENCİ

BEYAN

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Gamze DEĞİRMENCİ





İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
BEYAN	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLO LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ	xi
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER.....	3
2.1. Sosyal Medya Kavramı	3
2.1.1 Sosyal Medyanın Özellikleri.....	3
2.1.2 Sosyal Medya Araçları.....	5
2.1.3 Sosyal Medyanın Etkileri.....	7
2.1.4 Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya	8
2.1.5 Toplumsal Cinsiyet Olarak Kadın Ve Sosyal Medya.....	9
2.2. Sosyal Görünüş Kaygısı.....	11
2.2.1 Sosyal Görünüş Kaygısına Neden Olan Etmenler.....	16
2.2.2. Kuramlarda Sosyal Görünüş Kaygısı.....	16
2.2.2.1. İzlenim Teorisi.....	16
2.2.2.2. Psikodinamik Yaklaşım.....	17
2.2.2.3. Bilişsel-Davranışçı Kuram.....	18
2.2.2.4 Sosyal Öğrenme Kuramı.....	18
2.3. Psikolojik İyi Oluş.....	19
2.3.1 İyi Oluş Kavramı.....	19
2.3.2 Öznel İyi Oluş.....	21

2.3.3 Psikolojik İyi Oluş.....	23
2.3.4 Coral D.Ryyff'ın çok Boyutlu Psikolojik İyi Oluş Modeli...	24
2.3.5 Kuramlar Açısından Psikolojik İyi Oluş.....	26
2.4 Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Psikolojik İyi Oluşa Etkisinin de Hemşirenin Rol Ve Sorumlulukları.....	28
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	32
3.1 Araştırmanın Tipi.....	32
3.2. Araştırma Yeri Ve Zamanı.....	32
3.3. Araştırmanın Evren Ve Örneklemi.....	32
3.4. Veri Toplama Araçları.....	32
3. 5. Araştırmanın Değişkenleri.....	33
3. 6. İstatistiksel Analiz Yöntemleri.....	34
3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği.....	34
3. 8. Araştırmanın Etik İlkeleri.....	34
4. BULGULAR.....	35
5. TARTIŞMA.....	42
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	60
KAYNAKÇA.....	63
EKLER.....	79
Ek-1 Anket Formu.....	79
Ek-2: Etik Kurul Onayı.....	83
ÖZGEÇMİŞ.....	84

TABLÖLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1. Kadınların Demografik Özelliklerinin dağılımı	35
Tablo 2. Kadınların sosyal medya kullanım özellikleri	36
Tablo 3. Kadınların Sosyal Medyadan Etkilenme ve Beğeni Durumları.....	37
Tablo 4. Ölçek Puan Ortalamaları.....	37
Tablo 5. Kadınların Demografik Özelliklerine Göre Puanları Ortalama Karşılaştırılması	38
Tablo 6. Kadınları Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalama Dağılımı.....	39
Tablo 7. Kadınları sosyal medyadan etkilenme ve beğeni durumlarına göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması	40
Tablo 8. Ölçekler Arasındaki Korelasyon.....	41

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 1: Öznel İyi Oluşu Etkileyen Birleşenler Tablosu.....	22
Şekil 2: Psikolojik İyi Oluş Şeması.....	25



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANA	: American Nurses Association
ÇEV	: Çevre
DOC	: Doçent
DR	: Doktor
DSM	: Amerikan Psikiyatri Birliği
F	: Anova Testi
ICN	: International Council of Nursing
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
N	: Birey Sayısı
NANDA	: North America Nursing Diagnosis Association
MIN	: Minimum
MAX	: Maximum
ORT	: Ortalama
P	: Sigma
PİO	: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği
RS	: Sperman Kolerasyon
SAB	: Sosyal Anksiyete Bozukluğu
SFK	: Sosyal Fizik Kaygısı
SGKÖ	: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
Ss	: Standart Sapma
T	: T Testi
TRSM	: Toplum Ruh Sağlığı Merkezi
TÜİK	: Türk İstatistik Kurumu
TDK	: Türk Dil Kurumu
YRD	: Yardımcı
X	: Aritmetik Ortalama
X²	: Kruskal Wallis Testi
%	: Yüzde



1. GİRİŞ

Hızını kesmeden ilerleyen teknoloji ile kişilerin sürekli yanında taşımaları için üretilen bilgisayar özelliği taşıyan telefonların yaygınlaşması sayesinde insanlar istedikleri her vakitte internete ulaşabilir hale gelmiştir. İnternetin bu derece yaygın hale gelmesi ve kullanımının kolaylaşması, internet yolu ile ulaşılabilen sosyal medya kullanımını ve bununla birlikte kullanıcıları etkilemiştir. Zamanla sosyal medya kullanımı yaygınlaşmış ve bu sayede bireyler kişisel bilgilerini, fotoğraflarını, kendi sayfalarında paylaşma fırsatı bulmuşlardır (1).

Sosyal medya, bireysel ve toplumsal yaşamın tamamını etkilemiş; kullanıcı davranışlarında kişilerarası ilişkilere kadar büyük değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu değişimlerden biriside psikolojik problemlerdir. Günlük yaşamın özel günlerin ve kişilerin yaşadığı herhangi bir olayın sosyal medya da sıklıkla paylaşıldığı günümüzde sosyal görünüş kaygısı ön plana çıkan sorunlardan biri haline gelmiştir (2).

Sosyal görünüş kaygısı kişinin farklı durumlarda duruma uygun olmayan şekilde davranacağı, kötü bir duruma düşeceği, etrafında olumlu olmayan bir izlenim bırakacağı ve diğer insanlar tarafından olumsuz bir şekilde (pasif, yetersiz, zavallı) değerlendirileceği düşüncesi ile yaşadığı rahatsızlık ve korku durumu olarak tanımlanmaktadır (3).

Bireyler için diğer insanlar üzerinde bıraktığı izlenim önemlidir. Başkalarına güzel, iyi, hoş görünmek ve onların gözünde iyi bir izlenim bırakmak isterler. Çoğu insan kendisine çekici gelen insanlarla iletişim kurmaya çalışır. Bundan dolayı da güzel ve iyi görünmek kişiler için daha önemli hale gelmiş ve bu yönde çaba artmıştır. Dış görünüşe verilen önem sosyal medya gibi iletişim araçlarıyla bütün topluma ulaşmış ve insanlar fiziksel görünüşleri ile ilgili ölçüt ve değerlendirmelere koşullanmışlardır (4).

İnsanlar sosyal görünüş kaygıları ile ilişki içinde olduğu düşünülen çok fazla değişken söz konusu olabilir. Bunlardan biriside kendisine olan saygısıdır. Kişinin popüler olma isteği fenomen yada meşhur olarak gördükleri bireylere özenmelerinin, onlara benzeme isteği kendilerini başkaları ile kıyaslamalarının ve güzel görünme ve örnek olma isteği içinde olmaları kısa yoldan istediklerini gerçekleştirme düşüncelerinin, beğenilme, tanınma isteklerinin ve sosyal medya kullanıcılarının sosyal

görünüşlerine dair hissettikleri kaygıyı hatta bireylerin kendilerine olan saygılarını etkileyebileceği düşünölmektedir (5).

Kişinin kendisine dair olumsuz bir algıda bulunması ya da karmaşa içinde kalması, bireyin ruhsal iyilik halini önemli, ölçüde etkileyebileceği düşünölmektedir. Ruhsal iyi olma bireyin hayatındaki amaçlar ve yeteneklerin farkında olma halidir. Kişilerarası ilişkilerin kalitesini içermektedir. Başka bir deyişle, kişinin kendini pozitif algılamasını, yetersiz hissettiği zaman bile kendinden memnun olması, etrafındaki kişilerle samimi ilişkiler kurabilmesini, bireysel ihtiyaç ve isteklerin karşılanacak biçimde çevreyi düzenlemesi, bireysel ve özgün biçimde hareket edebilmesi ve sahip olduğu yeteneklerin geliştirme çabasını içermektedir (6).

Literatürde sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı sorununun ortaya çıktığı ve sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş halini arasında bir bağ olduğunu göstermiştir. Bu araştırmanın amacı sosyal medya kullanan kadınlarda psikolojik iyi oluş hali ile sosyal görünüş kaygısının değerlendirilmesidir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Telgraf, telefon, film, radyo ve televizyon ile beraber iletişim büyük bir değişime uğramış sonrasında internetin öne sürdüğü iletişim fırsatları ile gelişimini ilerletmiştir.3G teknolojisi, akıllı telefonlar, tabletler iletişimi hızlandırmıştır. Geleneksel medyanın temel görevlerine işbirliği kavramının da eklenmesi ile yeni bir medya yaşamımıza eklenmiştir. Sosyal Medya gerek gündelik hayat içerisinde, gerekse akademik araştırmalarda sosyal medya tanımı ile birlikte sosyal ağ, sosyal paylaşım araçları, sosyal web de denilmekte, ancak bu kavramların hepsini içine alan sosyal medya teriminin kullanılmasının daha verimli olduğu düşünülmektedir (7).

Sosyal medya; halkın, uzman yazarların, gazetecilerin veya yazılı basının genel anlamda internet üzerinde paylaşımlarıdır. Bunlar internet kullanıcıların iletişimlerini, paylaşımlarını, gruplarını, yorum, düşüncelerini ve görüşlerini multimedya paylaşımlarını kapsamaktadır (8). Özellikle sosyal medya araçlarının, ülkeleri geçerek uluslararası bir etkileşim ve iletişim aracı durumuna gelmesiyle daha öncesinde çok da alışık olmadığımız bu tanımlar hem akademik ortamlarca hem de bireylerin gündelik yaşamlar içerisinde çok sık kullanılmaktadır. Sosyal medya araçları ayrıca gündelik hayatın sanal sohbet ortamlarını meydana getirmiştir (9).

İnsanların çoğu bundan sonra dışarı çıkmak dışarıda bir sosyal ortam oluşturmak yerine sosyal ortamları da burada oluşturarak, arkadaşları ile iletişim ve ilişki kurmakta, sanal ortamda oyunlar oynamakta, duygu ve düşüncelerini bu ortamda paylaşmakta, eğlenmekte, alışveriş yapmakta ve birçok ihtiyaçlarını bu ortamlardan temin etmektedirler. Bu kurulmuş olan sanal ortamlar ayrıca kişilere sanal bir sosyalleşme fırsatı da sunmaktadır (10).

2.1.1.Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya yaşamımıza girdi gireli belki de çok uzun bir süre geçmemesine rağmen bu kadar kısa zamanda bile insan yaşamının çok büyük bir parçası haline geldi. İnsan hayatında bu kadar büyük bir yere ve öneme olan sosyal medyanın nitelikleri de belki de bu nedenle fazlaca önemlidir (11).

Sosyal medya, kullanıcıların sunulan konular veya bireyler üstünde hızlı bir biçimde oluşmasına ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlar. Sosyal medya çeşitlerinden çoğu bağlantısaldır. Kullanıcılar için rahatlık sağlarlar, reklam ve diğer mazeretlerden dolayı, diğer bireyler ve sitelere link verirler. Sosyal medya kullanıcıları bazı zaman çekingen ve isteksiz olabilir, bunun sebebi olarak hizmet süresiyle alakalı tam olarak eğitim almamış ve bireyin anlayacağı bir biçimde kullanımla alakalı talimatlar verilmemiş olması ileri sürülebilir (12).

Sosyal medyanın özelliklerini ne olduğu düşünülmüş esas olan önemli özelliği, kişilerin kendilerini istedikleri biçimde ve özelliklerde çevrim içi bir yerde dile getirilmiştir. Toplumdaki sosyal medya kullanan kişiler, sosyal medya uygulamaları ile önce profillerini oluşturuyor ve bu profiller ile de diğer kişilerle iletişimde bulunuyorlar, yine bu kişi profiller ile diğer kişi profillerini beğenip, sürekli hale gelen bir etkileşim içinde bulunuyorlar. Bu halde öncelikle sosyal medyanın bu kadar mühim olmasının bir başka nedeni de kullanıcıya göre özel olabilme ile ilgilidir (13).

Sosyal ağların çekici bazı özelliklere sahip olması, sosyal ağlara üyeliğin bulunmasını ve yaygın biçimde kullanımını sağlamıştır. Üyelik esaslı olarak tasarlanan bu platformlar, özel ya da genel olarak ayrıştırılabilen mesajlar ve fotoğraflar ile yenilikçi bir iletişim şekli önümüze sunmuşlardır (14). Sosyal ağ sitelerinde kullanıcılar, kurdukları profil hesapların yanı sıra kendi kişisel bilgilerini de başka kişiler ile paylaşabilir, sosyal çevrelerindeki insanların alanlarını görebilir, çoklu ortam içerikleri yayımlayabilir, paylaşabilir ve bunları etiket oluşturabilir, diğerlerinin paylaşımlarına erişebilir, ortak ilgi alanı ve ihtiyaca bağlı olarak alt gruplara katılabilir ve ya kendi gruplarını kurabilirler (15).

Sosyal medya, adının medya olmasına rağmen geleneksel medyadan ayrılarak değişik özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Özgünlüğünü oluşturan en esas farklılığı, herhangi bir bireyin sosyal medyanın içeriğini meydana getirebilmesi, yorumda yapabilmesi ve katkı da bulunabilmesidir (16).

Mayfield'in 2008 yılında genel noktalarıyla göz önüne koymuş olduğu sosyal medya özelliklerine, kuşkusuz günümüzde daha da fazlası eklenmiştir. Bana göre sosyal medyanın şuan ki durumda en belirgin özelliği, bulunan bütün geleneksel kitle iletişim ağlarının hepsini içinde toplamasıdır. Bu şekilde sosyal medya günümüzde artık, tek başına olarak bütün geleneksel olan kitle iletişim araçlarının hepsidir. Sosyal medya

geleneksel olan kitle iletişim araçlarının hepsini içinde daha teknolojik bir şekilde taşıırken aynı şekilde, geleneksel kitle iletişim araçlarının hepsinden daha fazla kullanışlı ve fonksiyonel bir yapıya sahiptir. Sosyal medyanın bu özelliğini dahil edildikten sonra kesinlikle geleneksel medya ile arasındaki ayrılıklar da söylemek fazlaca yararlı olacaktır (17).

Sonuç olarak, sosyal medya çok fazla özelliği bulunmaktadır. Sosyal medyanın aktifliği ve içinde barındırdığı özellikler, gelişen teknoloji ve toplumsal gelişime ile birlikte değişip ilerlemektedir. Özellikle sosyal medya ile karşılaştığımızdan bu yana, sosyal medyayı kavramak için geleneksel medya ile kıyaslamalarda bulunulmuştur. Ancak artık sosyal medya içinde bulunan uygulamalar kıyaslanmaktadır. Çünkü sosyal medya ilk ortaya çıktığında bir iki tane aracı varken, şu anki durumda çok sayıda bulunmaktadır. Sosyal medya üzerindeki bu artışın devamı gün geçtikçe artacak, kesmeden devam edecektir. Şu an ki toplumda sosyal medyayı ve özelliklerini daha iyi anlamak için çok fazla karşılaştırmalar ve örnekler verilmiştir (18).

2.1.2. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya kullanımında, gün geçtikçe ihtiyaçların ve amaçların değişiklik göstermesinden dolayı eski uygulamalar önemlerini yitirerek yok olmakta ve yeni araçlar ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı sosyal medya araçlarının da yapısı aktif olarak değişim göstermektedir (19).

McLoughlin ve Lee (2007)'e göre, çoğu sosyal medya uygulaması, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı oluşumları, görsel ve sözel bağlamı olması gerektiğinden sanal hayatı ve gerçek hayatı desteklemektedir. Örneğin Flickr ve YouTube, fotoğrafların ve videoların hem 'gerçek yaşam' hem de 'sanal yaşam' arkadaşlarla paylaşılmasını kolay hale getirmiştir. Aynı yazara göre sosyal paylaşım siteleri, sosyal araçları kullananların kişisel profillerini bir sıra multimedya ögesiyle özelleştirerek, bulunan kişilerle etkileşimde bulunarak ve aynı şekilde yeni iletişim kurarak çevrimiçi bir kimlik oluşturmalarına olanak sağlamıştır (20).

Kaplan ve Haenlein (2010) çoğu insanın Facebook, Instagram, YouTube ve Wikipediayı bir grupta kategorize ettiğini ancak farklı sosyal medya uygulamalarının sınıflandırılabileceği sistematik bir yol izlemediğinin ifade etmişlerdir. Ayrıca her geçen gün yeni sosyal medya uygulamalarının meydana geldiği herhangi bir sınıflandırmaya

gelebilecek uygulamaları önemseyerek yapılmasının ciddi olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeple aşağıda; sosyal medya araçlarından bazıları bilinirlik, kullanıcı sayısı ve kullanım yoğunluğu ile birlikte öğrenme ve öğretme sürecine destek sağlamaları esas alınarak herhangi bir sıralama yapmadan yapılmadan açıklanmıştır (21).

Instagram: Son yıllarda diğer sosyal medya uygulamalarını geride bırakan ve 2010 yılında ortaya çıkan Instagram, Amerikan bir şirkettir. Kullanıcıların fotoğraf ve kısa videolar paylaşarak gündelik yaşamlarını ve anlık duygularını paylaşarak başka kullanıcılara sunan bir sosyal medya uygulamasıdır. 800 milyon aktif kullanıcı sayısına ulaşan Instagram’da kullanıcılar günlük 500 milyon gönderi ve paylaşım yapmaktadır ve gönderiler her dakikalık sürede 100.000 beğeni toplanmaktadır. İşletmeler ve kurumlar bakımından Instagram, potansiyel veya aktif olan üretici, tüketici ve kullanıcılar ile iletişime geçmek için önemli bir kaynaktır (22).

Facebook: Sosyal medya platformları içinde en çok kullanıcı sayısına sahip olan platformdan biridir. Kullanıcılar Facebook üzerinden resim, metin, video ve haber paylaşımı yapmaktadır. Kullanıcılar arası etkileşimin sık olduğu bu platformda kullanıcılar sunulan bağlantılara yorum ve beğeni kullanarak iletişime geçerler. Facebook kullanıcılara grup kurma, etkinlikler oluşturma ve sayfa kurma fırsatı sağlamaktadır. Bu platformun kişisel olarak kullanımı ile birlikte pazarlama amaçlı kullanımı da çokça sıktır. Kullanıcılar platform üzerindeki var olan uygulamaları kullanarak kesinti olmadan içerik belirleyebilmekte ve sunabilmektedir. We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan “Digital in 2018” raporu sonucuna göre Facebook 2,17 milyar aylık aktif kullanıcı sayısına ulaşmıştır. 2017 yılına karşılaştırıldığında aylık olarak aktif kullanıcı sayısı %15 oranında bir yükseliş göstermiştir. Facebook kullanıcılarının %88’i hesabına akıllı telefon aracılığı ile bağlanmaktadır (23).

Youtube: Youtube; 2005 yılında üç Amerikalı eski çevrimiçi alışveriş ve ödeme sistemi görevlisi tarafından oluşturulmuş video bulundurma ve paylaşım sitesidir. Kendini yayınla (Broadcast Yourself) sloganı ile ortaya atılan site 2006 yılında Google şirketi satın almıştır. Youtube ortamında kullanıcılar, üyeler sitede bulunan videoları seyrettikleri gibi kendi video görüntülerini de buraya yükleyip, paylaşmaktadırlar. Bu ortamda bulunan videolar; filmler, televizyon programları, müzik videoları ve bireysel videolardan meydana gelmektedir Youtube geçen her sürede yüklenen videolarla daha da ilerlemektedir. Popülaritesini video paylaşım özelliğinden alan Youtube, içinde

bulundurduğu video içeriğinin büyüklüğü ile dünyada bir ilk olma niteliğini de taşımaktadır (24).

Twitter: Twitter genellikle mikro bloglama hizmeti olarak tanınan bir sosyal paylaşım sitesidir. Facebook'un tersine, Twitter gönderileri veya güncellemeleri 160 karakter ile sınırlandırılmaktadır. Birkaçı, Twitter'a göre kısa bildirimlerden dolayı daha kolay bir iletişim yolu oluşturduğu ileri sürmüşlerdir. Ortalama seviyedeki blog yazarları haftada birkaç defa bir güncelleme yapabilirken, mikro blog yazarları günde çok kez güncelleme yapabilir. Bununla yanında, gençlerin büyük çoğunluğu, yani %27'si şu anda mikro bloglama olanağı Twitter'ı kullanmaktadır. Twitter'da hesabı bulunan kişilerin oranı ise %22'dir. Ayrıca %11'i, gün içinde en az bir kez siteyi kullandıklarını ifade etmektedirler. Dahası, Twitter'ı temel sosyal paylaşım sitesi olarak paylaşımların oranı %6'dır. Facebook'a dair aynı fikirde olanların oranı ise %68'dir. Kızlar (%33) Twitter'ı erkeklerden (%22) daha fazla kullanmaktadır (25).

2.1.3. Sosyal Medyanın Etkileri

'We are social' sitesinden Kemp (2014)'in oluşturdukları istatistiğe bakıldığında dünyada 1.182 milyar Facebook, 232 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye'de 36 milyon Facebook kullanıcısı, günlük 2 saat 32 dakikasını bu sanal uygulamalarda geçirmektedir. Kullanıcıların %45'i sosyal ağları tercih etmektedir ve %93 Facebook %72 ise Twitter üyeliği vardır (26).

Medya kullanıcıların ekonomik, kültürel, siyasi yaşantıları üzerinde tahminde bulunmaktadır. Giyilen kıyafetlerden, gidilecek mekânlara dahi buradan takip edilmektedir. Sürekli gelişen teknoloji insanların toplumsal yaşamlarını da hızlı bir biçimde yönetmektedir. Sanal platformlar, ödev yapma, kitap okuma, projeler, boş zaman değerlendirme alışkanlıklarımızın birlikte arkadaşlarımızla olan iletişimimizi de de değişime uğratmaktadır (27).

Sosyal medya kullanımının olumlu etkilerine gözlemlendiğinde insanların iletişimde daha hızlı ve basit bir biçimde etkileşim kurmalarını fayda sağlayıp bireyleri daha çok sosyalleştirdiğini söyleyebilir. Kullanıcılar değersizlik, yalnızlık gibi tutumlarını bu sanal platformlarda yok etmeye çalışmaktadırlar. Diğer insanlarla

düşüncelerini ve duygularını paylaşabilmekte, kendilerini arzularını dile getirebilmektedirler (28).

Sosyal medya kullanımının olumsuz taraflarının olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Sosyal medyanın insanları toplumdan ve ailelerinden kopardığı düşünülmektedir. Bununla birlikte kişilerin kişilik özellikleri sosyal medyayı ne kadar sürede ve ne amaçla kullandığını etki etmektedir. İnsanların sosyal medyayı ne amaçlarla kullandıkları ve olumlu ya da olumsuz olarak yaşadıkları deneyimler sosyal medyanın üzerlerindeki etkilerde değişiklik göstermektedir. İnsanların sosyal medyayı kullanma amaçları bireyden bireye değişmektedir. Sosyal medyadan beklentilerimiz herkese göre farklılık göstermekte ve kullanımlar ve doyum farklı sebepler oluşturmaktadır. Sanal ortamlar bir grup için sosyalleşmek istemediği, tek başına kaldığı, genellikle takip edici konumunda bulunduğu bir uygulama iken, diğer insanlar için başka kişiler tarafından onay görme, beğenilme ve takip edilme isteğinin bir sonucu olmaktadır (29).

Gençler, kendilerine ait olan yaşamı kurma açısından yeterli dürtünün kendilerinde bulunduğunu düşünülmektedirler. Teknoloji, farklı ve yeni sanal uygulamalar oluşturmakta ve genç kitle bu sanal bağlar yolu ile etkileşim oluşturmakta, kendi yaşamlarını ve deneyimlerinin paylaşabilmektedir. Bununla beraber sosyal medya araçları gençlerin yaşamlarına hızlı şekilde yayılmakta ve bu durumda seçici değildirler. Özellikle üniversite dönemindeki gençler gelişimlerinin bir ögesi olan, etrafındaki kişilerle derin ilişkiler kurma uğraşı ile hareket etmekte ve bunun neticesinden gündelik hayatından arkadaş olmayacak kişilerle iletişim kurmakta, özel yaşamlarına dair farklı paylaşımlarda bulunabilmekte ve bunların neticesi olarak sağlık olamayan sosyal medya sitelerini kullanmada risk grubu olmaktadır (28).

2.1.4. Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya

Sosyal kaygı yaşayan bireylerin, fiziksel kaygı göstergelerinin hissetmeyeceği ve kendilerini yüksek şartlarda ve toplumun isteğine uygun bir şekilde ortaya koyabilecekleri, daha güzel ve daha basit bir biçimde iletişim kurarak sosyal gruplara kendilerini dâhil edebilecekleri bir alanda daha rahat davranabilecekleri söylenmektedir. Sosyal kaygı hisseden bireylerin böyle bir ortam bulma arayışında olmaları, kendi kişiliklerini sunma konusunda aşırı bir korku duydukları ve devamlı kendilerini kontrol

etmek için yüz yüze iletişimden uzaklaşmak istemesinden kaynaklanmaktadır (29). Bu zor durumların olmayacağı bir ortam düşünüldüğünde ise sosyal medya ağları aklımız gelmektedir. Sosyal medya ağlarında yüz yüze iletişimin tersine mesajla, fotoğraflarla veya kişisel bilgilerimizi yazarak iletişim kurarız; yani kendimizle ilgili bilgileri ne oranda paylaşılacağı, hangilerinin saklayacağı kişinin kendi elindedir ve kişi, benliğini nasıl ortaya koyacağını kendisi belirleyebilir (30).

Sosyal medya ağlarında, dış görünüşü, ses ve konuşma, mimikler ile göz temasından kaçınma, titreme, yüz kızarması gibi fiziksel kaygı göstergelerini gizlediği için sanal ortamda duyulan kaygı oranı azda olsa azalır. Bunun haricinde, kendisi bilinmeyen bir kişi olarak sosyal medya ağlarını kullanma fırsatı bulduğu için bireyler, yanlış yapsa da tanınmadığı için ve bu ağlar üzerinden iletişime girerken saniyesinde yanıt vermek gerekli olmadığından sosyal kaygı yaşayan bireyler, kendilerini daha kaygısız hissetmektedirler (31).

Başka bakış açısıyla bakıldığında, normal yaşamlarında da güvenlik arayışı tutumunda bulunan sosyal kaygılı bireylerin, sosyal medya ağlarında iletişim kurmaları da kaygı azalmasını olumlu yönde etkileyen bir güvelik tutumu olarak düşünülmektedir. Sebebi ise sosyal kaygılı bireyler, sosyal medya ağlarında iletişim niteliklerini daha iyi kullanabilmekte ve bu ağların olanakları insanlarla daha düzgün ilişkiler kurup dışlanma hissini en aza indirgeyerek kendilerini bir yere ait hissedebilmektedir (32).

Sosyal kaygı yaşayan bireyler kendilerini niteliklerini eksik hissettikleri iletişim kurma ve başkalarına kendini kabul ettirme ve başkaları tarafından anlaşılma gereksinimini yoğun bir biçimde hissettikleri için, bu gereksinimlerini sosyal medya aracılığı ile daha basit bir şekilde karşıladıkları söylenebilir. Özetle, hem fiziksel kaygı belirtilerinin başka insanlarca görülmemesi hem de kişinin öz sunumu üzerinde kontrolü sağlayabilmesi sebebiyle sosyal kaygısı olan bireyler yüz yüze iletişim tersine sanal kurumda iletişim kurmayı daha çok seçerler (33).

2.1.5 Toplumsal Cinsiyet Olarak Kadın Ve Sosyal Medya

Toplum denilen yapı, ilk oluşmaya başladığından bu yana çeşitli bölge ve vakitlerde birbirinden ayırt edicilik göstermiştir. Bununla birlikte toplumsal yapının bazı temelleri her bir zaman ve toplum için değişmez gibidir. Bu değişmezlerin başında aile gelir. Aile, bir bakıma kendisinin dev bir örüntüler zinciri olan toplumsal yapıya

benzer şekilde bir bütünlükten meydana gelmektedir. Kadın, erkek, yaşlı, çocuk gibi öğelerin birlikteliği ve etkileşimiyle meydana gelen bir bütünlük. Kadını, oldu olası en çok da bu aile bütünlüğü içerisinde ‘değerlendirme’ eğilimi, ailenin varlığı gibi bin yıllardır devam etmiş bir gelenektir(34).

Toplumunda kadının ‘aileyle anlam kazanmaya başlayan’ sosyal pozisyonuna arka çıkarak kökleştirmiştir. Kadın, bundan böyle ilkin aile anası olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Diğer bir ifadeyle “kadın, toplum tarafından artık her şeyden önce kocaya eş, çocuğa anne seçilmiştir ki bu sebeple ailenin bir ferdi olarak da öncelikle onun korunması gereken insan olarak görünmektedir (35).

Sosyal medya ve ilerleyen teknolojinin getirisiyle kadının rolleri görünürlüğünde değişim olmuştur kadının toplumdaki varlığı daha göz önüne gelmiştir. Sosyal medyada kadının görünürlüğü dünyada olduğu gibi türk toplumunda da çeşitli şekilde gözlemlenmektedir. Öncelikle kadın sosyal medyada tüketici olarak yani bir anlamda tüketim toplumunun öznesi olarak görülüyor. Bu kafalardaki klişe imajı da yeniden üretir hale gelmiştir(36).

Kadınlar ve Sosyal Medya İletişimi Günümüzde tüm kullanıcılar için önem arz eden sosyal medya, kadınlar için de etkili bir iletişim aracı haline gelmiştir. İstedikleri her an kendileri ile bilgi paylaşımı yapabilmeleri ve başkalarının paylaşımlarını görüp onlara yorum yapabilmeleri sosyal medyayı kadınlar için vazgeçilmez bir paylaşım alanı haline getirmiştir. Böylece daha kolay ve hızlı iletişim kurabilmektedirler. Kadınların en çok kullandıkları sosyal medya ortamlarının başında Facebook, Pinterest ve Instagram gelmektedir. Fotoğraf paylaşımında kadınlar, erkeklerle kıyasla daha fazla zaman ayırıp ve daha fazla paylaşım yapmakta ve fotoğraflarda yüzlerinin yakından gösterildiği profil fotoğraflarını yayınlamaya daha çok özen göstermektedirler (37).

2.2. Sosyal Görünüş Kaygısı

Sosyal anksiyete ve fobilere dair açıklamaların geçmişi antik döneme dayanmaktadır. “Sosyal fobi” kavramı, ABD’de ilk olarak Beard (1879) tarafından tarif edilmekle birlikte Fransa’da ilk olarak Janet (1903) tarafından, piyano çalarken, yazı yazarken ve ya konuşurken başka insanlar tarafından izlenmekten korkan hastaları tanımlayabilmek için kullanılmıştır. Marks ve Gelder (1966) fobileri; sosyal fobi, özgül fobi, agorafobi ve hayvan fobisi olmak üzere dört ayrı kısma ayırmıştır. Bu şekilde sosyal fobinin DSM sisteminde sınırları belli, ayrı olan bir antite olması için ilk adım gerçekleştirilmiştir (38).

Geçmişte uzmanların sosyal anksiyeteyi utangaçlık adı altında ya da normal olan bir kişilik özelliğiymiş gibi incelemesi diğer yandan başka bir uzman grubun kişilik bozuklukları kısmında ele almış olması SAB’ın uzunca bir süre göz ardı edilmesine yol açmıştır. Liebowitz ve arkadaşlarının (1985) “ihmal edilmiş anksiyete bozukluğu” isimli çalışmasının ardından psikiyatri biliminde SAB ile ilgili araştırmalarının sayısında önemli bir artış olmuştur (39).

Kişiyi kaygı durumuna sürükleyen etkenler sıklıkla mantık dışı olan düşünceler, fikirler, inanışlar ve önyargılardır. Bu nedenle kaygıyla ilgili çalışmalar yapıldığında kişinin bir durumu nasıl anladığı ve yorumladığı, karmaşık olmayan durumlar karşısında ne gibi davranışlar geliştirdiği ciddi bir şekilde araştırılmalıdır. Bununla beraber kaygı sonucunda bireylerin bir tehlike durum olacağını hissederek bedensel tepkiler vermesi ve çeşitli önlemler alması, başka bir görüşle olumlu bir sonuç olarak düşünülebilir. Ancak kaygı hisseden kişi, zaten önlem almada geç kalma ve yanlış çözümlere başvurma gibi davranışlar göstereceğinden kaygının olumlu bir yönünden söz etmek anlamlı değildir (40).

Bireyin, vücut görünümü zayıf ve fiziksel olarak fit olması, yani fiziksel hatlarının orantılı görünmesi ve sağlıklı olması gerekmektedir. Çünkü kişilerin kendilerini insanlara yakın ya da uzak hissetmesini sağlayan etkenlerden biri de dış görünüşleridir. Bireyler arasında çekicilik tek başına önemli olmasa da dış görünüşleri oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanlar iletişime geçmeden önce dış görünüşü değerlendirirler. Bireylerin arasındaki iletişimde sosyal görünümün önemli olduğunu

düşünmek ve bunu söylemek, rahatsız edici olabilir fakat bir bireye nasıl iletişime geçeceği kararını verme sürecindeki ilk yargı kişinin görünümüdür (41).

Hart, Leary ve Reiesli' ye (1989) göre, kişilerin kendi fizikleri hakkındaki düşüncelerinin yanında, başka insanların kendilerini nasıl gördükleri de önemlidir. Bireyler başka bireylerin üzerinde olumlu düşünceler bırakmak ister ve davranışlarını bu doğrultuda düzenlerler. Ancak bazı bireyler bu konuda diğer bireylere göre daha endişeli davranırlar. Bireylerin dış görünümünün başka bireyler tarafından değerlendirilirken hissettikleri kaygı Sosyal Fizik Kaygı (SFK) olarak tanımlanmaktadır (42).

Sosyal kaygılı bireylerin çoğu, depresyonda olduğu gibi kendi değeri ve önemiyle alakalı olumsuz düşüncelere içine girerler. Fakat depresyondaki bireylerde olduğu gibi sosyal kaygılı bireylerde de bu hissin sürekliliği yoktur. Farklı kişilerden kendilerine yönelik saldırı algılamadıkları sürece ya da yalnız oldukları sürece benliğe karşı olumlu düşüncelerini kaybetmezler (43).

Beden imgesi, içerisinde birçok kavramı barındıran çok boyutlu bir sözcüktür. Bireyin vücuduyla ilgili duygularını, düşüncelerini, davranışlarını, inançlarını, tutum ve algılamalarını içine alır. Kişiler kendi vücudunun zihninde şekillendirdiği resmi yani kendisine görünen şeklidir. Bireyin kendi bedeni hakkında oluşturduğu şekillendirme hem olumlu hem olumsuz olarak değerlendirilebilir. Olumsuz beden imgesinin değişik sebebe dayanabileceği söylenebilir. Bireyin dış görünümüne dair olan değişiklikleri (sakatlanma, bedensel görünümü etkileyen bir rahatsızlığa sahip olma gibi) kabullenmemesi durumunun yanı sıra, bireyin kendi vücuduna yönelik oluşturduğu olması gereken beden imgesine uygun olmaması durumu da olumsuz değerlendirmelere neden olabilmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında olumsuz değerlendirmelere neden olan etmenler olarak gelişimsel, kültürel, kişilerarası tecrübelerden ve fiziksel özelliklerinden kaynaklandığı görülmektedir (44).

Görünüm, bireyin diğer bireylere kendini yakın ya da uzak hissetmesi bakımından da belirleyici olan önemli bir etmendir. Dış görünüş ve bununla birlikte oluşan algı, kişilerarası çekicilikte tek başına olmasa da önemli bir etmen olarak bulunmaktadır. Genel olarak iletişime başlamadan önce fiziksel görünüş değerlendirilir. Görünümün, kişilerarası ilişkilerde bu denli 24 ön planda ve önemli bir etken olduğunu

belirtmek her ne kadar rahatsız edici düşünülse de bilindiği üzere davranış süreçlerini belirleme sırasında ilk ve tek bilgi olarak yer almaktadır (41).

Harter (1983)'e göre görünüm, kurulan kişiler arası ilişkilerde bu denli önemli olurken, çekici bireylerle daha çok iletişim de olmak istenmesi de bu durumun bir sonucudur. Bu durumda, insanlar çevrelerinde daha çekici gördükleri diğer insanlarla daha fazla iletişim de olmak istemektedir. Bilinen bu gerçeğe inanarak çoğu insan diğer insanların üzerinde daha olumlu bir dış görünüş algısı yaratmak ve onlara daha çekici gözükme için çaba harcarlar. Diğer insanlar üzerinde bu şekilde iyi bir izlenim bırakacağını düşüncesinde olmayan insanlar ise bu olay karşısında kaygı yaşamaktadırlar. Bireyin bedensel görünüme dair duygularının nasıl olduğu, yani kendi ile alakalı geliştirdiği fiziksel saygısı bütünüyle benlik saygısını etkileyen en önemli etkidir. Görünüme verilen anlam ve görünüme dair yapılan tüm değerlendirmeler süreç ve toplumsal kültüre göre değişkenlik gösterebilmektedir (45).

Görünüme dair yapılan değerlendirmelerin olumsuz olduğu hallerde buna yönelik oluşan kaygı, bireyin kendi kaygısı ile birlikte başkalarının onu değerlendirmesi ile alakalı oluşan kaygıyı da kapsamaktadır. Bu kaygılar sadece fiziksel görünüş şekliyle oluşan kaygı ile sınırlandırılmaz. Anlatılan kaygı durumu boy uzunluğu, kilo, yüz şekli, giyim tarzı gibi sebeplere dayanan kaygıyı da içeren daha genel bir kavramı ifade eder. Beden algısı ile alakalı yani kendi görünüşüne dair olumsuz duygu ve fikirleri bulunan ve bu konuda kaygı yaşayan kişilerin gün içerisinde hatalı gördükleri yönleriyle oldukça çok uğraşma, aynada ya da diğer yansıyan eşyalarda sık sık kendine bakma ve kendini başkaları ile kıyaslama gibi davranışlar görülmektedir (46).

Bireyin bedenine yönelik geliştirdiği kaygılar sosyal ortamlarda daha çok artmaktadır. Bu sebeple bu şekilde kaygı yaşayan kişilerin sosyal ortamlardan kaçınma ve evden çıkamam davranışları görülebilmektedir. Ayrıca bu kaygıyı yaşayan kişiler de kendini gizleme, aşırı süslenme ve onay arama davranışları da oldukça çok gözlemlenmektedir. Kişinin idealize ettiği beden algısı ile kendi dış görünüşü arasında uyumsuzluk meydana geldiğinde buna yönelik oluşturduğu kaygı, kişinin düşük benlik saygısına sahip olmasıyla bağdaştırılabilir. Bireyin bedenine ait oluşturduğu görsel fikirler benliğin önemli bir bölümünü oluşturur. Bu nedenle de bireyin vücudu benliğin görünür tarafıdır. Benlik saygısı kişinin görünüşüne dair algılarının oldukça ciddi bir belirleyicisidir (47).

Kişi, benliğine yönelik oluşturduğu olumlu ya da olumsuz düşünceler ile sosyal görünüşe dair düşüncelerini de da aynı yönde etkilemektedir. Bu noktada etraftan gelen geri bildirimler de büyük ölçüde rol oynar. Eğer bu geri bildirimler var olan algıyı onaylayacak yönde olursa, benlik saygısının yüksek olması ya da sosyal görünüş kaygısının düşük olması bu duruma çok büyük bir etki yapabilmektedir (44).

Kişide bulunan sosyal görünüş kaygısı benlik saygısının kendilik algısına ve fiziksel görünüşüne yönelik içsel değerlendirmelerini etkiler. Bu durum yüksek benlik saygısına sahip bireylerde değerik olarak, kendini daha olumlu değerlendireceği için fiziksel görünüşe çok fazla önemsememe biçiminde gözlemlenebilir. Sosyal görünüşünden hoşlanmayan kişilerde bu duygunun yalnızlığa neden olabileceği de gözlenebilmektedir. Bu bağlam da sosyal görünüş kaygısı, benlik saygısı ve yalnızlığın arasındaki bağ ve etkileşim çok büyük önem taşır. Burada yalnızlığın değerlendirmesini yapmak çok önemlidir çünkü sosyal izolasyon ve kopukluk seviyesinde olmayan yalnızlık kişinin kendi yaratıcılığını destek olacak bir fırsat olarak da görülebilir. Sosyal görünüş kaygısı genel sosyal kaygıya benzer bir durum olarak tanımlanmaktadır (48).

Sosyal görünüş kaygısını anlatırken bireyin dış görünüm dışında genel görünümüne dair değerlendirmeleri de içine alır. Sosyal görünüş kaygısının meydana gelmesini ve ne seviyede deneyimlediğini etkileyen önemli bir etken olan diğer insanlar tarafından yapılan değerlendirmeler, ergenlik döneminde bu konuda derin endişeler yaşanmasıyla meydana gelmektedir. Ergenlik, duygusal süreçler ile birlikte ruhsal ve sosyal süreçlerinin de değerlendirilmesi için ciddi bir gelişimsel dönemdir. Bu dönem ayrıca sosyal etkilerle birlikte benliği etkileyen fiziksel değerimleri ve bu değerimlerin incelenmesini de içerir (49).

Birey,  ocukluğu ile birlikte içinde bulunduğu toplumun değerlerini, kültürel özelliklerini gösteren bazı aktiviteler ile yetişir. Oyunlar bu faaliyetlerin bir örneğidir. Oyunlar, kişinin becerilerini geliştirdiği gibi diğer yandan da kişilik özelliklerini, duygusal yapısının gelişimine katkı sağlar. Diğer taraftan çevresinden rol, norm ve kural hakkında farkındalık kazanımını tamamlar. Bunlarla birlikte etkileşim içerisinde olduğu  evre ile bağ ve iş birliği kurma becerisi de desteklenir ve birey için ciddi bir kazanım tamamlanır. Fiziksel faaliyetler, aynı zamanda bütünleştirici bir unsurdur. İnsanları bireysel ve sosyal bir kimlik ve grup  yeliği duygusuyla bir araya getirir. Ayrıca bireylerin ırkı, cinsiyeti, yaşı ve kültürü konusunda farklılığın gözetilmediği bir olgudur.

Bu nedenle de insanlar ve toplumlar arasındaki iletişime destek olan bir unsurdur demek doğru bir tanım olacaktır (46).

Benlik, bireyin kendisiyle alakalı bazı düşünce, değer, duygu sahibi olmasına yardımcı olan çevreyle etkileşiminden doğar. Bunun sonucunda insan kendisinin ne olduğunu ve neyi niçin yapmak istediğine karar verme imkânına sahip olur. Beden imgesinin de gelişimi ve değişimi sürekli birden çok etkenle etkileşim sonucunda devam eder. Cinsiyet, öğrenme olgunlaşma düzeyi, güven duygusu, benlik gücü, dürtüler, güdüler, bedenine verdiği anlam, toplumun vücuda verdiği değer gibi öğeler bu faktörlere örnek gösterilebilir (50).

Özellikle kültürler ve toplumlar değerlendirildiğinde görülüyor ki batı toplumu iyi bir vücuda ve kendini toplum içerisinde sunmaya oldukça önem vererek bunu iyi bir yatırım olarak kabulleniyor (51). Bu durum geçmişten bu güne bu şekilde sürece gelmiştir. Fiziksel görünüş üzerinde fazlaca durulan bir konudur. Çoğu toplumda tarih boyunca gençlik, güzellik, çekicilik gibi hususlar ön plana çıkmıştır. Bunun en önemli belirtisi insanların daha çekici bulduğu kişilerle daha fazla iletişime girmek istemeleridir. Bu nedenle de insanlar daha çekici olmak çabalamaktadırlar (52).

Sosyal görünüş kaygısı bireyin ten rengi, siması, yüz şekli, burun şekli gibi fiziğine dair algıyı oluşturan büyük kapsamlı bir kavramdır. Bireyin bedenine dair oluşturduğu algı, dış görünüşüne yönelik duygu ve düşünceleriyle ilişkilidir. Bu nedenle bu konuda yapılan çalışmalar da bu baği yani benlik saygısı ve sosyal görünüş kaygısını inceler. Sosyal görünüş kaygısı benlik saygısıyla birlikte depresyon ve anksiyete göstergeleri ile de ilişkilidir (53). Benlik saygısının düşük olması sosyal görünüş kaygısının artmasına neden olurken ters orantılı bir biçimde yüksek olması da sosyal görünüş kaygısını azaltan önemli bir faktördü (54). Özellikle ergen grupla yapılan çalışma bu ilişkiyi oldukça iyi bir biçimde ortaya koymaktadır. Ergenlerin sahip olduğu değerler ve bireysel olarak iyi oluşları arttıkça sosyal görünüş kaygılarının yok olduğu sonucu ortaya konulmuştur (55). Yapılan araştırmalar sonucunda gözlemlenmiştir ki hoşgörü düzeyi ve sosyal görünüş kaygısı arasında birebir bağ vardır. Hoşgörü seviyesi yükseldikçe sosyal görünüş kaygısı azalmaktadır. Sosyal görünüş kaygısına sahip kişiler kendileri için yüksek ölçütler belirlemektedirler. Bu bağlamda mükemmeliyetçi kişilik özellikleri taşımaktadırlar. Ergenlik dönemi ise,

kişilerin kendileri için yüksek standartlar belirlediği ve buna bağlı kaygı yaşayabildikleri bir süreçtir (53).

2.2.1. Sosyal Görünüş Kaygısına Neden Olan Etmenler

Sosyal görünüş kaygısı ergenlik dönemi süreci içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ergenin kişisel ve sosyal yaşamı için yönlendirici bir öneme sahip olan sosyal görünüş kaygısına sebep olan faktörler şu şekilde sıralanabilir:

Reddedilme duygusu: Bireyler sosyal bir onay olarak bedenlerinin karşı cins ile ilişkilerde önemli olduğu inancına sahiptir. Bu noktada olumsuz bir geri bildirim ile sosyal ortam veya gruptan reddedilme sosyal görünüş kaygısı için ciddi bir etkendir (56).

Sosyal izlenim: Kişinin kendisi ile ilgili fikirlerinden diğer kişilerin kendisi ile ilgili fikirleri aşırı önemsemesi ergenlik dönemi süresince gözlenen bir durumdur. Kişi için çevre kendisinden daha yüksek bir konumda yer almaktadır. Olumlu izlenim bırakma mecburiyeti hisseden birey sonucun ne olacağını hesaplayamayacağı için kaygı duymaktadır (57).

Utangaçlık: Utangaçlık kişinin pasif ve sosyallikten uzak tutucu bir kişiliğe bürünmesine sebep olmaktadır. Utangaç kişi yetersizlik olduğunu düşünecek, depresif belirtiler görülecek, kendine güven sorunları yaşayacak ve vücudundan memnun olmayacaktır. Bütün bunların toplamı ile sosyal görünüş kaygısı seviyesi de yükselecektir (58).

Fizyoloji: Kaygılı bireylerin sempatik sinir sistemi aktivite eşikleri azdır. Bu sebeple bir durumun kaygılı olarak anlaşılması bu kişilerde daha beklenen bir durumdur. Bu sebeple sosyal görünüş kaygısı olan ergenlerin sempatik sinir sistemi aktivite eşiğinde azlık olabilmektedir (59).

2.2.2. Kuramlarda Sosyal Görünüş Kaygısı

2.2.2.1. İzlenim Teorisi

Bu teori bireyi için önemli bir yere sahip olan çevrenin kişinin bilişsel, duygusal ve davranışsal dünyası üzerindeki etkileri incelemektedir. Birey kendini sosyal ortama sunacak ve insanlar üzerinde olumlu bir etki bırakmak isteyecek ancak bunun olup

olmayacağı yönünde aşırı kaygı duyacaktır. Bu süreç içerisinde sosyal görünüş kaygısı için zemin hazırlanmaktadır (60).

Hayali seyirci bilişsel yanılgısı içinde olan birey için sürekli izleniyor olma düşüncesi kendi davranışlarına ve hareketlerine çeki düzen vermesi gerektiğini söyleyen bir içsel mekanizmadır. Bu içsel mekanizma için fiziksel olarak kabul edilebilir olmak, bedensel çekicilik, kabul edilen ve onaylanan normlarda bir beden algısı büyük bir yer tutmaktadır. Bu nedenle sosyal ortamlarda bedensel olarak olumlu dönüt alan ergenlerde sosyal görünüş kaygısı gelişmezken, olumsuz dönüt alan ergenlerde sosyal görünüş kaygısının gelişmesi beklenen bir olgudur (61).

2.2.2.2.Psikodinamik Yaklaşım

Adler'e göre çocukluk hayatımız büyük ölçüde önem taşımaktadır. Kişilerin doğuştan gelen yetersizlik duygularını bastırmaya çalışmaları ve devamlı bir üstünlük sağlama telaşı içerisinde olmaları da bireyde kaygıya sebep olabilir (62).

Fromm'a göre elde edilen bağımsızlık duygusu aynı şekilde bireyi daha fazla yalnız hale getirmekte ve bu da kaygıya sebep olmaktadır. Çocuğun kendi performans ve becerikliliği konusundaki inancı, artan yalnızlaşma ve kaygı duygularının hızına uyum sağlayabilirse kaygı en alt düzeyde düzey de kalacak ve kişilik gelişimi sağlıklı hale gelecektir (63).

Sullivan'ın kuramında ise kaygı sağlam bir yer tutar. Sullivan'a göre kaygı etraftaki olumsuz uyarıcılardan oluşabilir; Ancak temel kaynağı çocuğun annesi veya annesinin yerini gelen kişi ile iletişimi ile ilgilidir. Anne kaygı hissediyorsa bu kaygı çocuğa da empati aracılığı ile geçer (64).

Horney'e göre; ebeveynler kendi nevroitik ihtiyaçları sebebiyle çocuğun güvenlik ve doyum gereksinimin yeterince karşılamadığında çocuklar anne ve babasına karşı 7 temel düşmanlık duyguları geliştirir. Ancak çocuklar bu düşmanlık duygularını sıklıkla bastırırlar. Bu bastırılmış düşmanlık, belli olmayan bir endişe duygusuna neden olur. Horney bu duruma temel kaygı ismini vermektedir. Temel kaygı; kendini küçük, önemsiz, çaresiz, bırakılmış ve tehlike içinde olduğunu hissetmektir (65).

Freud ise kaygıyı 3 başlıkta ele almıştır: Gerçekçi kaygı, nevrotik kaygı ve ahlaki (moral) kaygı. Gerçekçi kaygı; dış dünyadaki gerçek olan bir tehlikeye karşı duygusal bir tepki olarak meydana gelmiş kaygıdır. Nevrotik kaygı; egonun id ile savaşında başarı gösteremeyeceğine ilişkin yaşanmış olan kaygıdır. Çocukluk yıllarındaki cezalandırmalarla alakalıdır. Kişinin kontrolünü yok olacağını ya da aklını kaybedeceği yönündeki düşünceleri nevrotik kaygıdır. Kişi bu düşüncenin sebebinin anlamlandıramamıştır. Ahlaki (Moral) kaygı; ego ve süperegö arasında çatışmadan oluşan kaygıdır. Kişinin doğru olmadığını düşündüğü düşünce ve duyguları nedeniyle hissettiği utanç ve suçluluk moral kaygı olarak isimlendirilir (66).

2.2.2.3. Bilişsel-Davranışçı Kuram

Bilişsel-davranışçı kuram, sosyal görünüş kaygısını öğrenilmiş bir davranış olarak tanımlamaktadır. Koşullanma veya pekiştirme yolu ile bu davranış meydana gelmiştir. Bu koşullanma 3 halde kendini göstermektedir. Bunlar şu şekilde sınıflandırılmaktadır (67).

Doğrudan koşullanma: kişi doğrudan yaptığı hareketleri ve sonuçlarını deneyimler. Deneyim sonucunda birey de oluşan etki tekrarlandıkça kişi de öğrenme oluşmuş olur. Dış görünüşünden memnun olmayan ve etraftan devamlı olumsuz bildirimler alan bir ergenin sosyal görünüş kaygısı yaşaması bu duruma örnek olarak gösterilebilir (68).

Gözlem: kişi başka kişilerin tecrübelerini gözetererek de öğrenme gerçekleştirebilir. Dışarıdan olayın yaşanması içsel olarak etkili olmaktadır. Bir arkadaşının dış görünüşü nedeniyle küçük düşürüldüğü ve ya dalga geçildiğini düşünen bir ergende sosyal görünüş kaygısının yaşanması bu duruma örnek olabilir (69).

Bilgi aktarımı: tutum ve veriler yolu ile öğrenme oluşabilir. Bu noktada tecrübe ve gözlem olmamakla beraber kişi diğer kişilerden aldıkları veriler ile tutum geliştirebilir. Dış görünüşün önemi ile ilgili konuşma sonrasında ergenin dış görünüşüne önemsemesi ve kaygılanması bu duruma örnek verilebilir (70).

2.2.2.4. Sosyal Öğrenme Kuramı

Sosyal öğrenme kuramı, temelinde bir davranışın meydana gelmesinin taklit yolu ile olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal öğrenme kuramına göre ergenlerde sosyal görünüş kaygısının ortaya çıkmasında ana unsur başkalarının yaptıklarının aynılarını

yapma ve vücut sunumlarının önemi üzerinde fazlaca durmalardır. Özellikle son senelerde medyanın devamlı olması gereken beden temasında kadın ve erkek vücutlarını incelemesi bunda etkili olmaktadır. Medya üzerinde gençler üzerinde etkili olacak oyuncu, futbolcu ve ünlü bireylerin verdikleri bildirimler ve davranışları da sosyal görünüşün önemini vurgular özelliğindedir. Bütün bu nedenlerle taklit yoluna giden ergenlerde sosyal görünüş kaygısının oluşması ön görülmektedir (54).

2.3. Psikolojik İyi Oluş

2.3.1. İyi Oluş Kavramı

İyi olma durumu örgütsel davranış alanında uzun bir zamandan bu yana var olan bir tanımdır. İyi oluş kavramı genel olarak psikolojik sağlık ve hayatlarıyla ilgilidir. Günlük yaşamda sorulan “Nasılsınız?” sorusu bilimsel bir değerlendirmeye konu olmalıdır. Basit bir soru olarak görülen “Nasılsınız?” sorusu, iyi oluş kavramının meydana gelmesinde temeli oluşturmaktadır (71).

Psikoloji biliminin ortaya çıktığı seneler de genel itibariyle ruh sağlığının olumsuz yönleri ele alınmış, olumlu üzerinde durulmamıştır. Psikolojik sağlığın olumsuz yönlerinin incelendiği yıllarda, herhangi bir hastalık, rahatsızlık olmaması hali iyi olma hali ile tanımlanmaktaydı. Sonraki zamanlar da ruhsal sorunları olan bireyler üzerinde yapılan çalışmalar iyi olmanın yalnızca hasta olmama durumuyla alakalı olmadığını gösterilmiştir. Psikolojik sağlığın, sağlıklı olmaktan, iyi olmaktan öte rahatsızlığın, herhangi bir hastalığın olmaması olarak ifade edilmesi hali psikolojik sağlık alanında yanlış bir şekilde değerlendirilmeye başlanmıştır (72).

Konu ile ilgili olarak 1940’lardan daha önce de iyi ve sağlıklı olmak herhangi bir hastalık, rahatsızlık, halsizlik durumunun olmaması olarak tanımlanmaktadır. Ancak 1947 yılında Dünya Sağlık Örgütü bu konu ile ilgili yeni bir tarif oluşturmuştur. Oluşturulan bu yeni tarife göre sağlıklı olmak, yalnızca hastalık, rahatsızlık gibi durumların olmayışı değil, beden, ruhen, sosyal ve psikolojik bakımdan tam bir iyi olma halidir. Burada önemli görülen nokta ise yapılan tanımın iyi olma kavramı ile ifade edilmiş olmasıdır. Bireylerin günlük hayatta kendilerini durumlarını daha iyi ifade edebilmeleri, sahip oldukları kişisel özellikleri en iyi şekilde göstermeleri için hasta ve rahatsız olmamaları ile birlikte, psikolojik ve sosyal yönden de daha iyi olmaları, sahip

18 oldukları yetenekleri keşfetmeleri, yaşam doyumlarının arttırmaları gerekmektedir. Bu sebeple iyi oluş kavramı bu günde giderek daha önemli hale gelmektedir (73).

Literatüre bakıldığında iyi oluşu tanımlayan çoğu kavramın varlığı dikkat çekmektedir. Bu kavram bir kaç çalışmalarda “psikolojik iyi olma durumu”, bir kaçın da “özel iyi olma durumu”, bir kaç farklı araştırmada ise “duygusal iyi olma durumu”, “mutlu olma hali”, “yaşam tatmini”, “hayat kalitesi” olarak bulunmaktadır. Bu kavramların hepsi aynı anlama gelmemekle beraber birbirleriyle arasında önemli ölçüde bağ vardır. Psikoloji biliminde farklı iyi oluş türleri de bulunmaktadır. Bunlar; ruhsal bakımdan iyi olma hali, mesleki anlamda iyi olma hali, sosyal bakımdan iyi olma hali gibi türlerdir. Psikoloji bilimi bu tür tanımlara da yer vermesine karşın bilimsel araştırmalarda daha çok “psikolojik iyi olma durumu” ve “özel iyi olma durumu” üzerinde çalışılmıştır (74).

İngilizce kaynaklarda “iyi oluş” (well-being) kavramı ile beraber “wellness” kavramı da kullanılmaktadır. Ancak bu iki kavram birbirinden çok farklıdır. “Wellness” kavramı Türkçe’de dinç olmak, fiziksel iyilik hali gibi anlamlara denk gelmektedir ve herhangi bir hastalık, rahatsızlık olmaması halini anlatan esenlik, sıhhat, afiyet kavramları ile tanımlanmaktadır (75). Bu bakımdan “wellness” kavramı sağlıklı ve iyi olmanın bütün durumlarını yansıtır. Hem beden hem de psikolojik sağlık olarak iyilik halini ifade eder. Well-being ise herhangi bir rahatsızlık olmaması durumunun aksine bireyin psikolojik, sosyolojik özelliklerine vurgulayan bir kavramdır (76).

Literatür incelendiğinde de iyi oluşla ilgili çok fazla tanıma denk gelmektedir. Psikoloji alanında iyi olma kavramı, olumlu ve olumsuz duyguların dengede olması ve mutluluk sırasını esas alması olarak tanımlanmıştır. Andrews (1974) ise, iyi olma konusunda “yaşam kalitesinin yüksek düzey de olması” tanımını yapmıştır (77). Başka bir tanıma göre iyi oluş, bireyin kendisini kötü hissetmesine sebep olacak duyguların içinde bulunmama durumudur. Bir diğer tanımlamaya göre iyi oluş, bireylerin sahip oldukları performanslarının daha üst düzeye taşıma, çalışma konusunda öz verili ve yaratıcı olabilme, bireyler arasında iyi iletişim ve ilişki kurabilme, içinde bulunduğu topluma 19 katkı sağlama biçiminde tanımlanmaktadır (78). Bu tanımlardan da anlatıldığı gibi iyi oluş kavramı bireyden bireye değişen farklı tanımlar içermektedir. Bu sebeple bu konuda bir tane tanımın yapılması söz konusu değildir (79).

Yapılan araştırmalara göre iyi oluş hali ile ilgili iki farklı görüş olduğu bilinmektedir. Birincisi hazcılık (hedonizm), diğer bir kavram ise psikolojik işlevselliği temel alan saadet (eudaimonism) kavramıdır (80). Hazcı yaklaşıma göre iyi oluş, hayattan alınan haz, mutluluk ve doyum olarak açıklanmaktadır. Hazcı yaklaşımda esas ölçüt bireyin öznel değerlendirmelerine göre hayatın biçimlenmesidir. Yani hazcı bakış açısına göre iyi oluş öznel fikirlere dayanmaktadır. Hazcı bakış açısı mutluluğu da olumlu ve olumsuz duygular olarak ifade etmektedir (81). Psikolojik işlevsellik kavramına göre ise iyi oluş, bireyin kendini geliştirmesi ve tam olarak işlevde bulunması olarak açıklanmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda hazcı yaklaşım, öznel iyi oluş kavramının meydana gelmesine neden olmuştur. Psikolojik işlevsellik yaklaşımı ise psikolojik iyi oluşun meydana gelmesine neden olmuştur ve zamanla bu kavramlarla söylenmeye başlanmıştır (82).

2.3.2. Öznel İyi Oluş

Psikolojide  znel iyi oluş, bireylerin yaşamlarının değerini anlama uğraşlarını içeren bir konudur. Bu değerleri anlama uğraşları istatistiksel yöntemlerle sayısal değerlere dönüştürülmüş ve bireyin evliliğinden, çalışma hayatından ya da yaşamından ne kadar doyum aldığı gibi bilişsel olarak ölçülebilir şeklini almıştır. Hayatların da karşılaştıkları olaylar içerisinde devamlı farklı duygular yaşayan birey, mutlu ya da üzüntülü olduğunda zamanlarda kendisine neler olduğunu düşünerek kendi hayatına ilişkin bazı hükümlerde bulunmaktadır. Hükümler, bireyin istediği gibi süregelen ve neticede onu mutlu eden bir olayla meydana gelebileceği gibi, olumsuz olarak süregelen ve mutsuzlukla neticelenen yaşantılarla da meydan gelebilmektedir (83). Bu nedenle insanlar olumlu duyguları çok ve rahatsız edici duyguları az hissettiklerinde, ilgi çekici faaliyetlerde bulunduklarında ve hayatlarından memnun olduklarında, insanların öznel iyi oluşlarında artış gözlenmektedir. Yani, daha bütüncül bir bakış açısı ile bakıldığında, hayattan alınan doyumun öznel iyi oluş kavramı ile ifade edildiği gözlenmektedir. Kişilerin hayatı değerlendirmeleri ne kadar fazla olumlu duygu ve düşüncelerle dolu ise öznel iyi oluş seviyesi o kadar artış göstermektedir (84).

Diener, Suh, Lucas ve Smith (1999)  znel iyi oluşu etki eden bir tabloda bir araya getirmişlerdir (81).

Şekil 1:Öznel iyi oluşu etkileyen bileşenler

OLUMLU DUYGULANIM	OLUMSUZ DUYGULANIM	YAŞAM DOYUMU	YAŞAM ALANLARI
Sevinç Neşe Memnuniyet Gurur Sevgi Mutluluk Coşku	Suçluluk Utanç Üzüntü Kaygı ve Kurutu Öfke Stres Depresyon Kıskançlık	Yaşamı değiştirme arzusu Şimdiki yaşamdan alınan doyum Geçmiş yaşamdan alınan doyum Gelecek yaşamdan alınan doyum Diğer kişilerin bireyin yaşamı hakkındaki görüşleri	İş Aile Boş zaman etkinlikleri Sağlık Gelir Benlik Arkadaşlık

Şekil 1, 73 nolu kaynaktan alınmıştır.

Şekilde, kişinin olumlu duygularını sevinç, neşe, memnuniyet, gurur, sevgi, mutluluk ve coşkundan oluştuğu gözlenmektedir. Olumlu olmayan duygularını ise suçluluk, utanç, üzüntü, stres ve öfke gibi duygulardan oluştuğu gözlenmektedir. Yine birey; yaşamını değiştirme arzusu ile şimdiki, geçmiş ve gelecek yaşam doyumunu ile diğer kişilerin, bireyin kendisi ile ilgili düşünceleri yaşam doyumunu gösteriyor. Psikologlar son zamanlarda öznel iyi oluşla ilgili kişilerin iyilik durumlarına yönelik fazlaca çalışma ve araştırmalar yapmışlardır. Bu çalışmaların temel noktalarından biri de pozitif psikoloji olmuştur. Öznel iyi oluş üzerine yapılan araştırmalarda gelmek istenen netice, bazı bireylerin neden diğer bireylerden daha mutlu olduklarını göstermek olmuştur. Genetiğin öznel iyi oluş halinin üzerindeki etkilerini göstermek için yapılan incelemeler sonucunda, önemli bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Ancak öznel iyi oluş halinin belirlenmesinden önemli faktörün ise yaşam deneyimleri ve bireyin hayatında ki olumlu, olumlu olmayan duygularının dengesi olduğudur (85).

Sonuç olarak öznel iyi oluş seviyesi yüksek olan kişiler olumlu olan duygulanım seviyesinin yüksek tutarak yaşamdan haz alma seviyelerini yükseltmektedir. Yaşadıkları

hüzün, üzüntü ve olumsuz durumların daha hızlı üstesinden gelebilmektedirler. Öznel iyi oluş seviyeleri düşük olan bireyler ise hayattan doyumu ve hayattan haz alma durumları düşük seviyede olması nedeniyle daha fazla öfke, ümitsizlik, tedirginlik duyguları içerisinde olmaktadır (86).

2.3.3. Psikolojik İyi Oluş

İlk kez Branburn (1969)'un “The Structure of Psychological Well-Being” isimli araştırmasın da dile getirilen psikolojik iyi oluş kavramı, bu süreçten sonra ilgili araştırmacılarca çok sık şekilde kullanılmaya başladı. Psikolojik iyi oluş kavramının ortaya koyulduğu senelerde kişilerin olumlu olmayan duygularının, olumlu duyguları karşısında yetkin olmadığı gösterilmiştir (87).

Psikoloji kültürünün merkezinde olan psikolojik iyi oluş, kişinin bütün psikolojik hallerinin iyi şekilde gelişmesini ifade etmektedir. Psikolojik iyi oluşun öncülerinden Prof. Carol Ryff özerklik, çevresel hâkimiyet, kişisel gelişim, 18 diğer insanlarla ilişkiler, kendini kabul ve yaşam amacı olarak altı boyutta değerlendirmektedir. Bireylerin kişisel gelişim, psikososyal uyum, bütünlük duyguları ve yaşam rahatlığı üzerinde bir etkisi olduğu ifade edilen psikolojik gereksinimleri vardır. Bu gereksinimlerin karşılanabilme seviyesi, psikolojik iyi oluşla bağdaştırılmaktadır (88).

Psikolojik iyi oluş bireyin olumsuzluklar ile karşı karşıya geldiğinde, yaşadığı ortama uyum sağlaması ve olumlu olmayan durumlarla başa çıkmak için savaşması biçiminde ifade edilmektedir (89). Psikolojik iyi oluşa sahip bir birey, hayatında mükemmel seviyede memnun olurken, bu bireyler, diğer kişilerle etkileşimleri daha başarılı, sosyal ilişkileri güçlü, olumsuz duygulardan temizlenmiş bireyler olarak görülmektedir. Yine bu kişiler, çevresi ve bulunduğu insan toplulukları tarafından kolay kabullenilen ve takdir alan birey durumundadırlar. Bireyin kendi kişiliğini kabulü, yaşamına bir amaç ve anlam yüklemesi, başkalarıyla yakın ilişkiler içinde olabilme, ortam hâkimiyeti ve özerkliği psikolojik iyi oluşunu sağlayan ve etkileyen etkenlerin en başında gelmektedir (76).

Pozitif Psikoloji'nin temel esasları ön görülen öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş kavramlarını kişinin iyi olma durumu ile beraber, özel yaşam alanları, aile, çalışma koşulları ve gelir durumu, en çok yaşadığı yer, konut, şehir, ülke gibi mekânları da içerisine alan bir yapı ile değerlendirmek gerekir (90). Bireyin nesnel değerlendirmeler neticesinde kendini iyi hissetmesi ve değerlendirmeleri bilmesi iyi oluşu bakımında çok önemlidir. Çünkü nesnel değerlendirmeler sonucunda birey kendi işlevinin farkına varacak ve iyi oluşu için bu sonuçları değerlendirebilecektir (73).

Psikolojik iyi oluş kuramı insan psikolojini psikopatolojik taraflarını inceleyen ve olumlu olmayan durumları olumlu duruma getirmenin dışında insanların var olan veya olumlu durumlarını çok daha iyi olmalarını sağlayabilmek için, yeteneklerinin görebilmelerine destek olmak amacıyla ileri sürülmüş bir kuramdır. Bu kuram ayrıca, kişinin geçmiş hayatlarının iyi oluşunu etkileyen etkenlerden biri olduğunu, bununla beraber günlük hayatı ve bulunduğu koşullar itibarıyla de daha iyi olmasını sağlayabilecek faktörler olduğunu ileri sürmektedir (91).

Psikolojide; insan doğasının olumlu olmayan taraflarıyla ilgilenmeyip olumlu taraflarıyla ilgilenilerek, bireyin iyi oluşuna destek sağlamaya çalışan psikolojik iyi oluş kuramı üzerinde son zamanlarda fazlaca sayıda çalışmalar bulunmaktadır. (92).

2.3.4. Coral D. Ryff'in Çok Boyutlu İyi Oluş Modeli

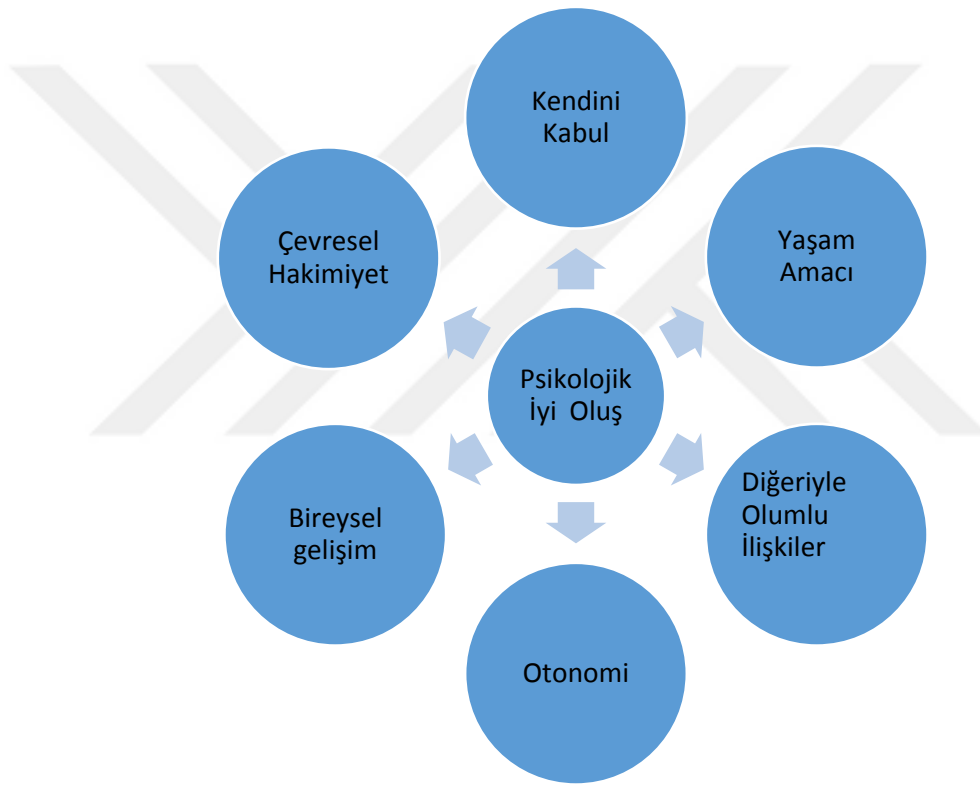
Ryff, psikolojik iyi oluş kavramını daha çok anlaşılır duruma getirebilmek, geniş bir çerçevede sunabilmek için psikolojik iyi olma ile ilgili araştırmalarda inceleme yaparak, psikolojik iyi oluş halinin daha çok pozitif yönünü göstermiştir. Ryff (1989)'e göre, psikolojik iyi olma olumlu duygu, olumsuz duygu ve yaşam doyumunun basit bir karışımı olmaktan öte, yaşam tutumlarından oluşan çok kapsamlı bir boyuttur (93).

Ryff'in, psikolojik iyi oluşa bağlı çok boyutlu kuramını, altı boyuttan oluşan ve ölçeği bulunan bir modeldir. Ryff'in modeli aşağıda gösterilmiştir (93).

Kendini kabul (Öz Kabul) : Öz kabul, pozitif psikolojik niteliklerin ana unsurları olarak, bireyin olgun, kendini gerçekleştirmiş, uygun olan seviyede işlevselliği olan en bariz kişilik özellikleridir. Öz kabul kendini gerçekleştirme, en yukarı seviyede aktif olma ve olgunluk kavramları için önemli bir niteliktir. Orley, Saxena ve Herrman'na göre (1998) psikolojik iyi oluş içsel bir süreçtir fakat içsel olmayan olaylardan

etkilenmektedir. Onu şekillendiren faktörler ise erken yaşantılar, genel ruh hali, kişilik oluşumundaki çeşitli nitelikler ile kişinin hayattan beklentileridir (94).

Şekil 2. Psikolojik iyi oluş şeması



Şekil 2,85 nolu kaynaktan alınmıştır.

Diğerleriyle olumlu ilişkiler: Diğer insanlarla olumlu ilişkiler, kişinin başka kişilerle olan ilişkilerinde pozitif, içten ve güven verecek davranışlar sergilemesi, diğer insanlarla şefkatli ve empatik tutum göstermesi, sevme özelliğine sahip olma ve diğer insanlara yönelik sorumluluklarının bilincinde olması olarak açıklanmıştır (95).

Otonomi (Özerklik): Özerkliğin ana ekseninde bireyin düşünce ve hareketlerinin kendi kontrolü haricindeki sebeplerle ve araçlarla değil, kişinin kendisi tarafından belirlenmesi yatmaktadır. Ryff ve arkadaşları otonomiye sahip olan kişiler sosyal

korkuları bulunmamaktadır ve toplumsal kurallar ve inançların bireyi etkisi altına aldığı ileri sürmektedirler. Bu yapı, batı psikolojisinde daha sıktır ve bireyciliğin ana amaç ve değerlerinden birini oluşturur. Bireylere sosyal korkulara, çalışan topluluğun normlarına ve inançlara çok süre bağlı olmayıp, geleneklerden uzaklaşmak olarak görülür (88).

Çevre hâkimiyeti: Ryff (1989)'ye göre çevre egemenliğini bireysel, zihinsel şartlara uygun bir çevre oluşturma ya da seçme yeteneğidir. Jaho'da bireyin kişisel durumuna ve ruhsal durumuna göre çevresini biçimlendirebilme yetisini zihinsel sağlığın ana niteliklerinden bir tanesi olarak tanımlamaktadır. Gelişim teorileri de bireyin çevresel egemenlik seviyesine önem vermektedirler. Bütün bunlar çevresel egemenliğin bireyin pozitif psikolojik durumu ve sağlık durumu bakımından önemli olduğunu belirtmektedir. Ryff, diğer ögesi olan çevresel egemenlik yapısını aktif katılım ve etrafa hâkim olmanın bütünlüğünü açıklamaktadır (93).

Yaşamın amacı: Hayatın hem geçmişte hem de şu zaman da birey için önemli ifadeler taşıması ve bireyin yaşamını değeri bulması, hayatın amacı, hedefi ve boyutu bir arada incelenmektedir. Ryff'e göre hayatın amacı, bireyin hayatında bir yön duygusu olduğunu göstermesi ve olumlu amaçlardan meydana gelen duygulara içerisinde olmasını ifade eder (96).

Bireysel Gelişim: Ryff (1989) kişisel gelişimi, bireyin varlığının gelişmesi ve büyümesi için var olanı geliştirme yeteneği şeklinde tanımlamıştır. Kişisel gelişim aynı şekilde birey olarak gelişimi devam ettirme becerisidir. Ryff'in psikolojik iyi oluş modelinin her bir ögesi, bireyin olumlu olarak hayatını devam ettirmeye çalışırken karşı karşıya geldiği zorluklara karşı farklı mücadele verme metotlarını ifade etmektedir (93).

Örnek olarak öz kabulünü gerçekleştirmiş insanlar kendileri ile ilgili zayıf olan yönlerini bilseler dahi, bu zayıf yönlerini benimseyerek ve o zayıflıkları yaşayarak karşı karşıya geldikleri zor durumların üstesinden gelmeye çalışırlar. Diğer kişiler ile olumlu ilişki ve iletişim sayesinde bireyler zor olan koşullarda ayakta durabilmek için samimi, içten ve güven duygusu ile kurulan kişilerarası ilişkiler ileri götürmeye çaba harcarlar. Yaşamak istemedikleri durumları sosyal çevresindeki bireylerin yardımı ile en az zaman da ve en az düzeyde zararlar üstesinden gelmektedirler. Kişisel gereksinimler ve arzularını giderebilecek biçimde oluşturulmuş olan çevresel hâkimiyet seviyeleri, zor

hallerle kurtulmayı kolaylaştıracaktır. Özerklik olarak tanımlanan daha özgür bir hayat için kendi hayatlarını yönetme ve özerk olma için çaba harcamaları, onların zor durumlarda güçlerini arttırmaktadır. Kişinin kendisini özerk hissetmesi ile oluşan psikolojik güç ve direnç, onu zor olaylar karşısında daha güçlü ve sağlam kılmaktadır (95).

2.3.5. Kuramlar Açısından Psikolojik İyi Oluş

Gelişim psikolojisi alanında Erikson, psiko-sosyal gelişimi sekiz evreye bölerek kişinin bu evrelerde karşı karşıya geleceği krizlerin üstesinden gelmeyi ve sağlıklı olarak bu evrelerden geçmeyi ilişkilendirmektedir. Gelişim veya kriz evresi olarak adlandırılan bu sekiz durum yaşamı ile hem olumlu hem de olumsuz özellikler gerekmektedir. Önemli olan iki hal ortasında pozitif tarafa ilerleme durumudur (97).

Freud'un gelişim dönemlerindeki "saplanmalar" ifadesine ters olarak Erikson, yaşam boyu gelişim sürecinden ve yaşananları düzeltmeden söz etmektedir. Psikanalitik kuram içinde bulunan Sullivan, kişiler arası ilişkilere vurgulayarak psikolojik iyi oluşa olan uzaklık durumunu içsel süreçler değil de toplumsal ilişkilerdeki olumsuz ve zayıf olan ilişkilere bağlamıştır (98).

Bireysel Psikoloji akımı liderlerinden Adler, Freud'a kıyasla daha iyimser bir fikre sahiptir. Psikolojik bozuklukları çok çeşitli parametrelerle ifade etmiş ve çare yollarını toplumsal ilgiye bağlamıştır. Yani Adler'e göre psikolojik iyi oluşta toplumsal ve sosyal ilginin birleşimi söz konusudur. Özen (2010), Adler'in psikolojik sağlığı, yeterli olmayış ile üstün olma uğraşı arasında bir dengeyi oluşturabilmesi ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Bu üstün olma uğraşı ile kişi toplumun belirlediği bir hayat tarzı oluşturmuşsa, psikolojik anlamda sağlığından bahsedilebilir. Ayrıca Adler, insanlarla içten ilişkiler kurabilmenin ve kendi iyi oluşu kadar diğer insanların da iyiliğini düşünebilmenin psikolojik iyi oluşun belirtileri olduğunu ifade etmiştir (99).

Alport (1961) kişiyi fiziksel ve psikolojik halleri birlikte işlemiştir. Fiziksel olarak olun hale gelmek ile psikolojik olgunlaşma arasında bağ kurmaktadır. Alport'un "kazanılmış işlevsel otonomi" kavramına getirmiş olduğu görüş kişinin psikolojik anlamda iyi oluşuna vurgu yapmaktadır. Kazanılmış otonomi fizyolojik arzulardan çok ilgileri, değer ve tutumlar içine almaktadır. Kazanılmış otonominin üç ilkesi vardır. Bunlar; içinde olduğu hale uyum göstermeyi gerekli kılan "enerji seviyesini düzenleme"

ilkesi (örneğin emekli olan kişinin yeni oluşan duruma uyumunu gösteren aktiviteler bulması), belli amaçları için kendini isteğini artırmayı ifade eden “uzmanlaşma ve yeterli olma” ilkesidir. Son olarak da kişiye özgürlüğü ve işlevselliğin odağının kendinden almayı ifade eden “benliğe uygunluk örüntüsü” ilkesini içeren psikolojik bağlamdır (100).

Avrupa iki büyük savaş sonrası geçirilen büyük değişim ve dönüşümler içerisinde insana olan bakışın da değişmesine neden olmuştur. Oluşan bu değişimler eski psikolojik ifadelerin örneğin anksiyetenin hastalık değil görevlerden kaçış olduğu gösterilmiştir. Bu gibi alışılmışların yerine “yaşamın anlamı” tanımlamasını yapan yeni yaklaşımlar “insancıl ve Varoluşçu” yaklaşımlardır (101).

Maslow (1968) ihtiyaçlar piramidi incelemesiyle piramidin en üst tabakasında kendini gerçekleştirme gereksinimi koyarak psikolojik anlamda iyi olmanın gösterdiği gereksinimleri karşılanmış olmasıyla açıklanmıştır. Ayrıca kendini gerçekleştirmede önemli yol aldığı düşünüldüğü kişilerin listesini yaparak bu kişilere özel nitelikleri sınıflandırmıştır. Bunlardan birkaçı; gerçeklik algısı, problem odaklılık, doruk deneyimler, özerklik, kendini kabul, empati ve sevgi becerisi, yaratıcılık yeteneği, mizah gibi niteliklerdir (102). “İnsanı psikolojik problemler yaşamaya iten sebeplerdir?” sorusuna cevap arayan birçok psikoloji araştırmacıların tersine Maslow, psikolojinin kişiliğin olumlu taraflarına destek verecek ne tür çalışmaların yapılabileceğine odaklanılmıştır. Freud’un bilinç dışı dürtülerini kabullenmese de daha çok kişiliğin bilinçli yönlerini vurgulamıştır (103).

Rogers “iyi bir yaşam” olarak nitelendirdiği psikolojik iyi oluşu, bir süreç içerisinde “yeteneklerini tam kullanmayla açıklamıştır. Yeteneklerini gösterme yönünde olan bir kişi tecrübeye açık, hayatın her saniyesini değerlendiren ve deneyimleyen, işlevi olan kişilerdir. Varoluşçu bakış açısında bulunan modeliyle Frankl’a göre psikolojik iyi oluşun kaynağı “amaç ve anlam” istemidir. Kişinin hayatını devam ettirebilmesinin içindeki anlam arayışı vardır. Anlam eksikliği ve amaç boşluğu, kişiyi iyi oluştan alıkoyacaktır (104).

2.4. Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Psikolojik İyi Oluşa Etkisinde Hemşirenin Rol ve Sorumlulukları

Gelişen dünya da sağlık anlayışı toplumdaki bireyin sağlığını korumayı, sürdürmeyi ve geliştirmeyi hedeflemektedir. Çünkü sadece sağlıklı bireyler sağlıklı olan toplumları oluştururlar. Bu sebeple toplumda ki kişilere kendi sağlık ve iyilik durumunu koruyacak, sürdürecekt ve geliştirecek olumlu davranışlar biçimi kazanmasına ve bireyin kendi sağlığı ile ilgili doğru kararlar alabilmesine yardım edilmesi gerekmektedir. Hemşirelik birey ve toplumun güçlendirilmesine önemli katkıları olan, toplumdaki kişileri bir bütün olarak ele alan holistik (bütüncül) bir meslektir. Sağlığın geliştirilmesi ve sürdürülmesine yönelik faaliyetler de bu sebepten hemşireler vazgeçilmez ve çok önemli bir role sahiptirler (105,106).

Günümüzde hemşireliğin değişen rolü, psikiyatri hemşireliğinin yaygınlaşması ile hemşirelerin toplum ruh sağlığı alanında daha çok söz sahibi olmasına fırsat sağlamaktadır. Hemşireler, sağlıklı/hasta bireyle en çok ilişki kuran sağlık ekibi üyesidir. Bu sebeple elde bulunan kaynakları harekete geçirebilmek ve erken dönemde önleme girişimleri başlatabilmek bakımından çok daha şanslıdır. Bununla birlikte hemşireler, ruhsal probleme sebep olabilecek risk faktörlerini değerlendirip, ruh sağlığının korunması için gerekli önlemlerin alınmasında öncelikli sorumlu olan kişidir (106).

Sosyal medya toplumda önemli bir etkiye sahiptir. Bireylerin hayatlarının içine yerleşmiştir. Bazı bireyler için sanal ortamlarda onay almak özellikle dış görünüş açısından beğenilmek hayatlarında çok önemli bir yere sahiptir. Sosyal medyada olumlu geri bildirimler almayan kişiler özellikle dış görünüş anlamında kendilerini yetersiz hissetmektedirler. Bunun sonucunda fiziksel görünüşleri ile ilgili kaygı yaşamaktadırlar. Oluşan dış görünüş kaygısı psikolojik iyi oluş halini de etkilemektedir (107).

Sağlık profesyonelleri arasında önemli yere sahip olan psikiyatri hemşireleri, her şeyden önce toplumun ruhsal sağlık bakımı ile doğrudan ilgilenmektedir. Bu açıdan hemşirelerin psikolojik iyi oluşlarını değerlendirmek ve oluşan kaygılarını gidermeye yardımcı olmak örgütler açısından büyük önem taşımaktadır (108).

Uluslararası Hemşireler Konseyi (International Council of Nursing-ICN) hemşireliği; “Bireyin, ailenin ve toplumun sağlığını koruma ve geliştirmeye yardım eden, hastalık halinde iyileştirme ve rehabilite etmeye katılan bir meslek grubu” olarak tanımlamıştır. Amerika Hemşireler Birliği (American Nurses Association; ANA),

meslek standartları arasında psikiyatri hemşireliğini tanımlarken, hemşirenin sağlık eğitimi ve psikoterapötik rollerini vurgulamaktadır (109).

Psikiyatri hemşiresinin sağlık eğitimi aracılığı ile bireylerin, ailelerin ve grupların motivasyonlu ve üretken olma becerileri kazanmalarına yardım ettiğini, bireylere gerekli durumlarda baş etme becerileri kazandırdığını, bireylere sorunlarını çözmelerine destek olmak amacıyla psikoterapötik yöntemleri kullandığını belirtmektedir. Sağlık bakım profesyonellerinden biri olan, özellikle ruh sağlığını geliştirme, psiko-sosyal danışmanlık, psikoterapi, eğitim gibi rolleri olan psikiyatri hemşireleri, sosyal medya kullanan bireylerde oluşan sosyal görünüş kaygısı ve bununla beraber bireylerin psikolojik iyi oluş hallerine yönelik, stres yönetimi, psiko-sosyal danışmanlık, etkin baş etme stratejileri geliştirmektedir (110).

Ruh sağlığı ve psikiyatri hemşiresinin terapist, danışman, eğitmen, konsültan, araştırmacı, klinisyen, vaka yöneticisi gibi rollerinin yanı sıra toplum ruh sağlığı alanında politikalar üreten kimliği de bulunmaktadır (111). Bireyleri çeşitli konularda danışmanlık yapar. Bireyde baş etme ve çözümüne yönelik girişimlerde bulunur (112). Sorunun seçenekleri, iletişim becerileri, stres ve stresle baş etme, sorun çözme, girişkenlik, toplumsal destek kaynakları ve kullanımı konusunda eğitim gereksinimlerini belirler ve eğitim verir. İç görüyü artırma, duyguların tanınması, davranış düzenleme, hastalığı yönetme konusunda terapi yapar. Bu açıdan bu alanda hemşirelik uygulamalarının planlanması önemlidir. NANDA tarafından onaylanan hemşirelik tanılarından biride 'Benlik Saygısında Bozulma tanısı konulabilir. Tanıya yönelik hemşirelik girişimleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (113).

1. Kişilerin kendisi hakkındaki düşüncelerini sözel olarak ifade etmesi sağlanarak, kişiler olumlu-olumsuz özelliklerini sıralaması için cesaretlendirilir.
2. Olumsuz niteliklerini değiştirebileceği ve geleceğe yönelik hedefler oluşturup, bu hedeflere ulaşabileceğine inanması konusunda destek sağlanır.
3. Kişilerin sosyal etkileşimini geliştirmesine yardımcı olunur ve güven verici ilişki kurulur.
4. Bireyin güçlü olan yönleri, destek kaynakları incelenir ve kişinin bu kaynakların farkına varması sağlanır.

5. Birey ile geleceğe yönelik hedefler belirlemesi ve hedefleri gerçekleştirmesi için hangi aktiviteleri yapması gerektiği konuşulur.
6. Bireysel sorunları çözebilmesi için güç verilir.

Benlik saygısını yükselten bir çevre oluşturulur ve bireyin aktiviteleri uygulamasına yardımcı olunur (114).

Toplum ruh sağlığı hemşiresi, sağlıklı ya da hasta birey, aile ya da gruplara özel koruyucu, tedavi edici ve rehabilite edici ruh sağlığı uygulamalarını hastane dışında, evi ya da bireyin yaşadığı, çalıştığı ortamda yerine getiren, hastayı ya da risk altındaki bireyi kendi ev ve iş ortamında görerek, ruhsal hastalıkların birincil, ikincil ve üçüncül önleme aşamalarında süreklilik sağlayan özelleşmiş psikiyatri hemşiresidir(115).

Toplum ruh sağlığı hemşirelerinin “Hemşirelik Tanıları El Kitabı”na göre: TRSM’ye kayıtlı bireyler için kullanabileceği tanımlar arasında etkisiz baş etme, sağlığı sürdürmede etkisizlik, iyileşmede/güçlenmede yetersizlik yetişkin tip, durumsal düşük benlik saygısı riski, benlik kavramında rahatsızlık, kronik düşük benlik saygısı, benlik kavramını güçlendirmeye hazır oluş, baş etmede güçlendirilmeye hazır oluş, spiritüel iyilik halini güçlendirmeye hazır oluş, sağlığını yönetmede güçlenmeye hazır oluş yer alabilmektedir. Bu hemşirelik tanımları doğrultusunda işlevselliğin TRSM hizmeti alan hastalar için önemli olduğu düşünülmektedir (116).

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Tipi

Bu araştırma, sosyal medya kullanan kadınlarda sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş durumlarını belirlemek amacıyla ve ilişki arayıcı tanımlayıcı tipte gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Yeri ve Zamanı

Bu araştırma, 1 Nisan- 1 Temmuz 2019 tarihleri arasında, bir sosyal paylaşım sitesi üzerinden elektronik ortamda yürütülmüştür.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, araştırmacının üye olduğu bir sosyal paylaşım sitesine üyeliği olan 18 yaş ve üzeri tüm kadınlar oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemini, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği madde sayısının en az 10 katı olacak şekilde 160 kadın olarak belirlenmiş, ancak kayıp veriler olabileceği hesap edilerek, örneklem sayısının %20 fazlası hesap edilerek 192 kadın ile çalışmanın tamamlanması amaçlanmıştır. Veri toplama formu elektronik olarak hazırlanmış ve sosyal paylaşım sitesi üzerinden

katılımcılarla paylaşılmıştır. Çalışma, veri toplama tarihleri arasında anket formunu cevaplayan 351 kadın ile tamamlanmıştır.

3. 4. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri araştırmayı kabul eden kişilere elektronik ortamda uygulanmıştır ve araştırmada gönüllük esasına bağlı kalınmıştır. Araştırma ilişkin açıklama yazılı veri ortamda yapılmıştır. Anket formu kişiler tarafından anlaşılabilir şekilde konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir. Bireylere sosyo-demografik özellikler, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği'nden oluşan anket formu uygulanmıştır (Ek-1).

Sosyo-Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların sosyo- demografik verilerini saptamak amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulan 17 sorunun anket formu uygulanmıştır. Bu formda yaş, medeni durum, eğitim durumu, çocuk olup olmayışı, çalışıp durumu, gelir düzeyi, uzun süre yaşanan yer, sosyal medya kullanımı ile ilgili sorular bulunmaktadır.

Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİO), bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini ölçmek amacıyla Ryff (1989) tarafından geliştirmiştir. Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Telef (2012) tarafından yapılmıştır. PİO toplamda 8 maddeden ve tek faktörden oluşmaktadır. Maddeleri kesinlikle katılmıyorum (1) ve kesinlikle katılıyorum (7) arasında yanıtlanmaktadır. Bütün maddeler olumlu şekilde ifade edilmektedir. Puanlar 8 ile 56 arasında değişmektedir ve yüksek puan alan kişiyi psikolojik anlamda belli bir güce sahip olduğu belirtilmiştir. Ölçeğin cronbach alfa iç tutarlık katsayısı, 87 dir (117). Bu çalışmada ölçeğin cronbach alpha katsayısı, 84 olarak bulunmuştur.

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, bireyin öz bildirim tarzında cevaplar verdiği görünüşüyle ilgili olarak duygusal, davranışsal ve bilişsel kaygılarını ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir ölçektir. Ölçek 16 maddeden oluşan 5'li likert tipindedir. SGKÖ, (1) Hiç Uygun Değil, (2) Uygun değil, (3) Biraz Uygun, (4) Uygun, (5) Tamamen Uygun şeklinde bir cevap skalasından oluşmaktadır. Ölçeğin birinci maddesi tersten kodlanmaktadır. Sosyal görünüş kaygısından alınan yüksek puanlar görünüş kaygısının yüksek olduğunu belirtmektedir. Ölçek Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geçerlilik, güvenirlik ve Türkçe

ye uyarlama çalışması Doğan (2010) tarafından yapılmıştır. Ölçekten toplamda alınacak en düşük puan 16 iken alınacak en yüksek puan 80'dir. Yüksek puanlar sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin güvenirlik kat sayısı, 88 olarak bulunmuştur (118). Bu çalışmada ölçeğin cronbach alpha değeri, 82 olarak bulunmuştur.

3. 5. Araştırmanın Değişkenleri

Bağımlı değişken: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PIO) puan ortalaması, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) puan ortalaması

Bağımsız değişkenler: Katılımcıların sosyo- demografik ve sosyal medya kullanımına ilişkin özellikleri

3. 6. İstatistiksel Analiz Yöntemleri

Verilerin istatistiksel değerlendirilmesi; Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 24.0 istatistik paket programı kullanılarak yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler sayısal veriler için ortalama, standart sapma, minimum, maksimum olarak, kategorik veriler ise sayı, yüzde olarak sunulmuştur. Kolmogorov ve simigrov normal dağılım testi ile verilerin normal dağılımın olmadığı görülmüştür.($p<0,05$).Veriler normal dağılıma uymadığı için verilerin analizinde non-parametrik testler olan Mann Whitney U testi, Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Analiz için ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmıştır. Araştırmada $p<0,05$ olarak bulunan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

3. 7.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği

Araştırma sadece kadınlar ile sınırlıdır. Araştırmanın bulguları ise, kişisel Bilgi formu Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Psikolojik İyi oluş Ölçeğinden elde edilen bulgularla sınırlıdır. Katılımcıların öğrenim durumunun lisans ağırlıklı olması daha geniş kitleye ulaşılmaması bir sınırlılıktır.

3. 8. Araştırmanın Etik İlkeleri

Araştırmaya başlamadan önce Okan üniversitesi Etik Kurulu'nun 13.03.2019 tarihli,104 sayılı toplantısında 13 numaralı karar ile 'Etik kurul Onayı' alınmış (Ek-2)

ve gönüllülük esasına dayanarak bilgilendirilmiş onam elektronik ortamda çalışmaya katılmayı kabul eden kişilerle yürütülmüştür.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın sorularına cevap bulmak amacıyla uygulanan istatistiksel analiz veri ve bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel olarak $p=0,05$; anlamlılık düzeyine göre değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1: Kadınların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Değişkenler		n	%
Yaş ort. $29,50 \pm 7,21$ (18-53)			
Yaş grubu	25 yaş altı	124	35,3
	26-34 yaş	147	41,9
	35 yaş ve üzeri	80	22,8
Medeni durum	Evli	162	46,2
	Bekâr	189	53,8
Çocuk varlığı	Var	121	34,5
	Yok	230	65,5
Öğrenim durumu	İlköğretim-lise	36	10,3
	Üniversite ve üzeri	315	89,7
Çalışma durumu	Çalışıyor	251	71,5

	Çalışmıyor	100	28,5
Gelir durumu	Gelir giderden az	84	23,9
	Gelir gidere denk	201	57,3
	Gelir giderden fazla	66	18,8
En uzun süre yaşadığı yer	Köy / Kasaba / İlçe	49	14,0
	İl merkezi	302	86,0
Toplam		351	100,0

Sosyal medya kullanan kadınların demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir. Kadınların %41,9’u 26-34 yaş arasında ve %53,8’i bekârdır. Kadınların %65,5’inin çocuğu olmadığı, %89,7’sinin eğitim durumunun üniversite ve üzeri olduğu ve %71,5’inin bir işte çalıştığı bulunmuştur. Kadınların %57,3’ünün gelirinin giderine denk olduğu ve %86’sının en uzun ile ilde yaşadığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Kadınların Sosyal Medya Kullanım Özellikleri

Değişkenler		n	%
Sosyal medyayı kullanım süresi	1 yıldan az	11	3,1
	1-3 yıl	34	9,7
	4-6 yıl	83	23,6
	7 yıl ve üzeri	223	63,5
Sosyal medyada günde ortalama geçirilen süre (saat)	1 saatten az	63	17,9
	1-3 saat	189	53,8
	4-6 saat	76	21,7
	7 saat ve üzeri	23	6,6
Sosyal ağlarda haftada yapılan paylaşım sayısı	1-3 kez	313	89,2
	4 kez ve üzeri	38	10,8
Sosyal medya araçlarında ortalama toplam arkadaş veya takipçi sayısı	100'den az	40	11,4
	101-500	231	65,8
	501 ve üzeri	80	22,8
Sosyal medyayı kullanırken ruh hali	Mutlu olduğu anlarda	132	37,6
	Mutsuz olduğu anlarda	35	10,0

	Her iki durumda da	184	52,4
Genel olarak kendini görünüş açısı	Pek çok kişiden daha güzel / alımlı	83	23,6
	Standart güzellikte / pek çok kişi gibi / sıradan	258	73,5
	Pek çok kişiden daha çirkin / bakımsız	10	2,8
Genel olarak ruh hali	Olumlu	193	55,0
	Olumsuz	19	5,4
	Değişken	139	39,6
Toplam		351	100,0

Araştırmaya katılan kadınların sosyal medya kullanım özelliklerine ait bulgular Tablo 2’de verilmiştir. Katılımcıların %63,5’i 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı kullandığını, %53,8’i sosyal medyada günde 1-3 saat geçirdiğini, %89,2’si sosyal ağlarda haftada 1-3 kez paylaşım yaptığını ifade etmiştir. Katılımcıların %65,8’i 101 ile 500 arasında takipçisi olduğunu, %54,2’si mutlu ya da mutsuz her iki durumda da sosyal medyayı kullandığını, %73,5’i kendini standart güzellikte / pek çok kişi gibi / sıradan gördüğünü ve %55’i olumlu ruh haline sahip olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3. Kadınların Sosyal Medyadan Etkilenme ve Beğeni Durumları

Değişkenler		n	%
Sosyal medyanın günlük yaşamı etkilime durumu	Çoğunlukla etkiler	34	9,7
	Nadiren etkiler	317	90,3
Paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Takip eder	256	72,9
	Takip etmez	95	27,1
Paylaşımları az beğeni aldığında kendini nasıl hissettiği	Kötü	27	7,7
	Önemsemez	228	65,0
	Duruma göre iyi	96	27,4
Toplam		351	100,0

Tablo 3’te Sosyal medya kullanan kadınların sosyal medyadan etkilenme ve beğeni durumlarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Katılımcıların %90,3’ü sosyal

medyanın günlük yaşamı nadiren etkilediğini, %72,9'u paylaşımlara gelen beğenileri takip ettiğini ve %65'i paylaşımları az beğeni aldığıında önemsemediğini belirtilmiştir.

Tablo 4. Ölçek Puan Ortalamaları

Ölçek Alt Boyutları ve Toplam Ölçek	Ort	Ss	Min.	Max.
Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİOÖ)	37,96	13,41	8	56
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)	31,94	10,32	16	80

Sosyal medya kullanan kadınların ölçek puan ortalaması Tablo 4'te yer almaktadır. Kadınların PİOÖ puan ortalaması 37,96±13,41 ve SGKÖ puan ortalaması 31,94±10,32 olarak belirlenmiştir.

Tablo 5. Kadınların demografik özelliklerine göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması

Özellikler	PİOÖ Ort± SS	SGKÖ Ort± SS
Yaş grubu		
25 yaş altı	36,26±13,20	31,94±10,16
26-34 yaş	38,95±13,10	32,01±10,41
35 yaş ve üzeri	38,76±14,17	31,80±10,51
<i>İstatistiksel test</i>	F: 1,545 p: ,215	F: ,011 p: ,989
Öğrenim durumu		
İlköğretim - Lise	32,00±12,76	26,33±4,04
Üniversite	34,27±11,76	28,09±5,03
<i>İstatistiksel test</i>	t: ,599 p: ,553	t: ,988 p: ,330
Çalışma durumu		
Çalışıyor	38,45±13,40	31,71±9,66
Çalışmıyor	36,72±13,41	32,50±11,84
<i>İstatistiksel test</i>	t: 1,096 p: ,274	t: ,641 p: ,522
Gelir düzeyi		
Gelir giderden az	36,52±14,23	32,21±12,63
Gelir gidere denk	37,52±13,07	31,27±8,97
Gelir giderden fazla	41,13±13,05	33,62±10,83
<i>İstatistiksel test</i>	F: 2,460 p: ,087	F: 1,327 p: ,267

Çocuğu olma durumu		
Var	36,92±14,73	32,24±10,97
Yok	38,50±12,65	31,77±9,98
İstatistiksel test	t: 1,051 p: ,294	t: ,405 p: ,686
Medeni durumu		
Evli	38,60±13,69	31,58±9,67
Bekar	37,41±13,17	32,24±10,86
İstatistiksel test	t: ,830 p: ,407	t: ,202 p: ,546

*t: t testi, F: Anova testi

Kadınların demografik özelliklerine göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 5’te gösterilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ile ölçek puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 6. Kadınların Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Özellikler	PİÖÖ Ort± SS	SGKÖ Ort± SS
Sosyal medyayı kullanım süresi		
1 yıldan az	29,90±16,60	32,81±11,33
1-3 yıl	42,23±10,80	30,94±9,81
4-6 yıl	36,26±14,30	32,20±10,63
7 yıl ve üzeri	38,34±13,07	31,95±10,29
İstatistiksel test	X ² : 6,890 p: ,075	X ² : ,649 p: ,885
Sosyal medyada günde ortalama geçirilen süre (saat)		
1 saatten az ^a	40,07±12,83	30,55±9,83
1-3 saat ^b	38,31±13,22	31,43±9,18
4-6 saat ^c	37,50±13,84	32,60±11,99
7 saat ve üzeri ^d	30,78±13,44	37,69±12,89
İstatistiksel test	X ² : 10,063 p: ,018 a>b,c,d	X ² : 7,875 p: ,049 a<b,c,d
Sosyal ağlarda haftada yapılan paylaşım sayısı		
1-3 kez	38,20±13,36	31,70±10,34
4 kez ve üzeri	35,94±13,80	33,86±10,03
İstatistiksel test	t: ,981 p: ,327	t: 1,220 p: ,223

Toplam arkadaş veya takipçi sayısı		
100'den az	36,85±13,66	32,70±14,19
101-500	38,06±13,38	32,04±9,99
50 ve üzeri	38,21±13,49	31,25±9,00
<i>İstatistiksel test</i>	F: ,158 p: ,854	F: ,299 p: ,742
Sosyal medyayı kullanırken ruh hali		
Mutlu olduğu anlarda ^a	39,59±12,67	30,66±8,62
Mutsuz olduğu anlarda ^b	33,17±12,94	35,74±12,62
Her iki durumda da ^c	37,58±13,87	32,13±10,81
<i>İstatistiksel test</i>	F: 2,792 p: ,063	F: 3,459 p: ,033 b>a,c
Kendisini görünüş olarak nasıl bulduğu		
Pek çok kişiden daha güzel / alımlı ^a	39,57±13,08	30,60±9,60
Standart güzellikte / pek çok kişi gibi / sıradan ^b	37,39±13,65	31,94±10,22
Pek çok kişiden daha çirkin / bakımsız ^c	39,10±8,54	43,00±12,84
<i>İstatistiksel test</i>	X ² : 2,605 p: ,272<b,c	X ² : 0,419 p: ,009 a<b,c
Genel olarak ruh hali		
Olumlu ^a	40,07±13,75	30,52±8,98
Olumsuz ^b	33,36±11,83	34,68±10,36
Değişken ^c	35,65±12,65	33,53±11,72
<i>İstatistiksel test</i>	X ² : 28,954 p: ,000 a>b,c	X ² : 7,344 p: ,025 a<b,c

*t: t testi, X²: Kruskal Wallis testi, F: Anova testi, Bonferonni

Kadınların sosyal medya kullanım özelliklerine göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 6'da gösterilmiştir. Kadınların sosyal medyada günde geçirdikleri süre ve genel ruh hali ile PİÖÖ puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (p<0,05). Kadınların sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça psikolojik iyi oluşun kötü olduğu ve genel ruh hali olumsuz olanların psikolojik iyi oluşunun kötü olduğu görülmüştür.

Tablo 7. Kadınların Sosyal Medyadan Etkilenme ve Beğeni Durumlarına Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Özellikler	PİÖÖ Ort± SS	SGKÖ Ort± SS
Sosyal medyanın günlük yaşamı etkilenme durumu		
Çoğunlukla etkiler	35,82±12,81	37,61±14,01
Nadiren etkiler	38,19±13,47	31,33±9,67
<i>İstatistiksel test</i>	t: ,979 p: ,328	t: 3,426 p: ,001

Paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu		
Takip eder	37,82±13,85	32,48±10,51
Takip etmez	38,23±13,54	30,47±9,67
İstatistiksel test	t: ,309 p: ,758	t: 1,625 p: ,105
Paylaşımları az beğeni aldığı anda kendini nasıl hissettiği		
Kötü ^a	38,11±10,81	39,07±12,00
Önemsemez ^b	38,30±14,08	30,50±10,00
Duruma göre iyi ^c	37,10±12,46	33,35±9,61
İstatistiksel test	X ² : ,472 p: ,093	X ² : 24,423 p: ,000 a>b,c

*t: t testi, X²: Kruskal wallis testi

Kadınların sosyal medyada günde geçirdikleri süre, sosyal medyayı kullanırken ruh hali, kendisini görünüş olarak nasıl bulduğu ve genel olarak ruh hali ile SGKÖ puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (p<0,05). Sosyal medyada fazla zaman geçiren, sosyal medyayı mutsuz olduğu zamanlarda kullanan, kendisini çirkin bulan ve genel olarak olumsuz ruh hali olduğunu belirtenlerin görünüş kaygısı daha yüksek bulunmuştur.

Kadınların sosyal medyadan etkilenme ve beğeni durumlarına göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 7’de gösterilmiştir. Kadınların sosyal medyadan etkilenme ve beğeni durumları ile ölçek puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (p>0,05). Kadınların sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu ve paylaşımları az beğeni aldığı anda kendini nasıl hissettiği ile SGKÖ puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmış (p<0,05); beğenileri takip etme durumu arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır (p>0,05). Kadınlardan sosyal medyanın çoğunlukla günlük hayatını etkilediğini belirten ve paylaşımları az beğeni aldığı anda kendini kötü hissedenlerin sosyal görünüş kaygısı daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 8. Ölçekler Arasındaki Korelasyon

Ölçekler		SGKÖ
PIOÖ	r_s	-,014
	p	,796

r_s : *Sperman Korelasyon*; $p < 0,05$

Ölçeklerin puan ortalaması arasındaki korelasyon Tablo 8’de gösterilmiştir. Ölçeklerin puan ortalaması arasında ilişki bulunmamıştır ($p > 0,05$). Psikolojik iyi oluş ile sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki bulunmamıştır.

5. TARTIŞMA

Toplumsal bir varlık olarak insan diğer insanlarla sürekli etkileşim halindedir. İnsanlar kurdukları ilişkiler ile kendilerini göstermektedir. Bununla beraber insanlar her zaman etrafındakilerden ve yaşamakta olduğu dünyada olanlardan haberdar olmak istemiştir. Bu da sadece iletişim ile mümkün olmaktadır (119). Son dönemde bu amaçla en çok kullanılan yer sosyal medyadır. İnsanlar konuşmak, paylaşımlarda bulunmak, duygu ve düşüncelerini başka insanlara aktarmak için interneti kullanmaktadırlar. Kısa zaman da bilgi, düşünce ve görsellerin mekân ve zaman kısıtlılığı olmadan, hızlı bir şekilde kullanıcılara ulaşması nedeniyle büyük bir güç sosyal medya ağları ve sosyal görünüm haline gelmiştir (120).

Sosyal medya bireyler üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Sosyal medya yaşamlarında büyük bir yer kaplamaktadır. Bazıları için sanal ortamlar da onay almak özellikle fiziksel bakımdan beğenilmek yaşamlarında çok önemli öneme sahip olmuştur. Sosyal medyada olumlu geri bildirimler almayan bireyler özellikle fiziksel görünüş anlamında kendilerini yetersiz hissetmektedirler. Bunun sonucunda dış görünüşleri ile ilgili kaygı yaşamaktadırlar. Medyadaki idealize edilmiş fotoğraflara maruz kalmayla birlikte, bireyin kendi veya başka bireylerin idealize edilmiş görüntülerini ve sosyal

medyadaki görünümlerini izlemek, kadınların kendi görünümlerini değerlendirmelerini ve genel olarak psikolojik iyi olma durumunu olumsuz etkileyebilir (121).

Bu araştırmada da sosyal medya kullanan kadınların sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş arasında ilişkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular ilgili literatür ile birlikte tartışılmış ve yorumlanmıştır. Literatür de sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi birlikte değerlendiren bulguya rastlanmamıştır. Bu konular ile ilgili birbirinden bağımsız araştırmalara rastlanmış ve yapılan araştırma bu çalışmadaki bulgularla desteklenmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan kadınların sosyal medya kullanım özelliklerine ait bulgular incelenmiştir(Tablo 2). Katılımcıların %63,5'i 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı kullandığını, %53,8'i sosyal medyada günde 1-3 saat geçirdiğini, %89,2'si sosyal ağlarda haftada 1-3 kez paylaşım yaptığını ifade etmiştir. Katılımcıların %65,8'i 101 ile 500 arasında takipçisi olduğunu, %54,2'si mutlu ya da mutsuz her iki durumda da sosyal medyayı kullandığını, %73,5'i kendini standart güzellikte / pek çok kişi gibi / sıradan gördüğünü ve %55'i olumlu ruh haline sahip olduğunu belirtmiştir. Örneklemimize aldığımız 351 kadınının yarısından fazlasının 7 yıl ve üstü sosyal medyayı kullandığı sosyal medyayı hayatlarının içinde olduğunu gün içerisinde ortalama iki saatlerini sosyalmedya araçlarında geçirdiklerini ve kadınların hayatlarının içinde olduğunu sölenebilir. Kadınların akraba, iş çevresi, arkadaşlarını kapsayacak seviyede takipçi sayısına sahip oldukları görülmektedir. Kişileri genel ruh halleri olumlu ruh halinde olup o anki ruh halleri fark etmeksizin sosyal medyayı kullandıkları gözlenmlenmiştir. Sonuç olarak çalışmaya katılan kadınların, uzun süredir sosyal medya kullanan duygusal durumları fark etmeksizin sosyal medyayı kullanan genel ruh halleri iyi olan sınırlı sayıda takipçiye sahip olan ve aktif sosyal medya kullanıcıları oldukları söylenebilir. Literatürde çalışma bulgusu ile benzerlik gösteren çalışmalar yer almaktadır. Gencer (2018), sosyal medya kullanımının iletişim kaygısı bağlamında değerlendirilmesini araştırdığı çalışmada, internete girme sıklığını iki-beş saat ve altı saatten fazlası benzer oranda bulmuştur. Sosyal medya kullanım süresi ise çoğunluğunun (%65,4) düzeyinde beş yıl ve üzeridir. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya ortamları ise, %68,9 Instagram, %13,4 Facebook ve %7,9 Twitter şeklindedir (123). Tutar ve Kahraman (2018), yaptığı araştırmada Günlük sosyal medya

kullanım süresi en çok 2-3 saat olarak tespit etmiştir. Katılımcılardan daha az oranda sosyal medyayı günlük en az 1 saatten az olarak kullandığını tespit etmiştir (109). Tekin, Herzem ve Demir (2013) tarafından sosyal medya kullanım oranı, en fazla kullanılan sosyal medya aracı, sosyal medya kullanım yoğunluğu ve sosyal medya kullanım amacının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, katılımcıların günde ortalama 1-3 saat arasında sosyal ağlarda süre sarf ettikleri ve sosyal paylaşım ağlarını yeni arkadaşlar bulmak amacıyla değil, arkadaşlarla iletişim kurma için kullandıklarını tespit edilmiştir (124).

Katılımcıların çoğunluğu sosyal medyanın günlük yaşamı nadiren etkilediğini, yine çoğunluğunun (%72,9) paylaşımlara gelen beğenileri takip ettiğini ve yüksek olarak (%65,2) paylaşımları az beğeni aldığında önemsemediğini belirtilmiştir (Tablo 3). Tutar ve Kahraman'ın (2018) yaptığı araştırmada, sosyal medyayı kullanan katılımcılardan çoğunluğunun (%69,9) sosyal medyayı gündemi takip etmek amaçlı kullandığını, katılımcılardan bir kısmının (%31,5) sosyal bir platformda en çok mutlu eden fotoğraf ve videolarına beğeni gelmesi olmuştur. Katılımcıların %54,6'sı dış görünüşünü beğendiğini, %54,6'sı çevresi tarafından dış görünüşünün beğenildiğini ifade etmiştir (122). Arklan ve Akdağ (2016), gündelik yaşamın sosyal medyayı belirlediğini düşünenlerin %79'u, sosyal medya gündelik yaşama etkide bulunuyor diyenlerin %65,1'i, mevcut etkileşimde gündelik yaşamı daha baskın olarak görenlerin %89,3'ü, mevcut etkileşimde sosyal medyayı daha baskın olarak değerlendirenlerin %75'i ve gündelik yaşamla sosyal medyanın birbirlerine hiçbir etkileri olmadığına inananların %71,4'ü sosyal medyanın gündelik yaşamdaki ilişkiye/etkileşime tamamlayıcı ya da güçlendirici bir etkide bulunduğunu düşünmektedir (125).

Çalışma da Sosyal medya kullanan kadınların ölçek puan ortalamaları incelendiğinde, kadınların PİÖÖ puan ortalaması $37,96 \pm 13,41$ ve SGKÖ puan ortalaması $31,94 \pm 10,32$ olarak belirlenmiştir (Tablo4).Çalışmaya katılan kadınların psikolojik iyi oluşları ortalamın biraz üstünde olduğu ve sosyal görünüş kaygısı da normal ortalamadan daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Benzer olarak Tutar Ve Kahraman (2018)'in sosyal medya kullanıcılarının sosyal görünüş kaygısı ve mutluluk açısından incelenmesi adlı çalışmasında SGKÖ ortalaması 33.20 ± 12.216 bulmuştur.(122) Güvenen (2017)'in lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısı ortalaması $34.14 \pm 12,83$ bulmuştur.(126).

Çalışmaya katılanların *Psikolojik İyi Oluş* puanlarının *yaşa* göre incelenmesinde, 25- 34 yaş arasında psikolojik iyi oluş puanı çok az bir yükseklik göstermekle ve 25 yaş altındaki bireylerde çok az bir oranda düşüklük olması ile birlikte anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 5). Bu sonuç araştırmaya katılan kişilerin çoğunluğunun 25- 34 yaş grubu olması göz ardı edilmeyerek, 25-34 yaş grubunun psikolojik iyi oluş puanlarının çok küçük bir farkla yüksek olması aile hayatlarını kurmaları, göreve başlamaları, ekonomik özgürlüklerine ulaşmış olmaları ve artık kendilerini gerçekleştirme imkânı bulmuş olmaları etkili olduğu düşünülebilir. 25 yaş altındaki bireyler de ise psikolojik iyi oluş puanlarının düşük olması, araştırmaya katılan 25 yaş altı birey sayının az olması göz ardı edilmeyerek, 25 yaş altı bireylerde gelecek kaygısı, ekonomik özgürlüğün olmayışı, eğitim kaygısı etkili olduğu düşünülebilir. Bu çalışmaya benzer olarak olarak Acar (2014) tarafından Kur'an kurslarına devam eden kadınlar arasında psikolojik iyi oluş üzerine Sivas ilinde yapılan bir çalışma sonucunda, yaş ile kadınların iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (127). Diğer bir çalışmada da benzer olarak Balcı öznel iyi olma hali ve yaşam doyumunu incelediği çalışmasında bu iki değişkenin yaş ile aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığını tespit etmiştir(128). Bu çalışma farklı olarak olarak Tennant ve arkadaşları (2007) 16-24 yaş arasındaki bireylerin mental iyi oluş düzeyinin, 25-34 yaş arasındaki bireylere göre daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur(129). Yıldız (2018) yapmış olduğu araştırma sonucunda kadınların psikolojik iyi oluş puanlarının yaşa göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bulgulara göre 19-24 yaş arasındaki kadınların psikolojik iyi oluş puanlarının 35-39 yaş arası kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu araştırma da anlamlı bir farklılığın olmama nedeni örneklem grubunun yaş aralığının dar olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (130). Literatürler incelendiğinde çoğunluk bu çalışmadan farklı olarak anlamlı farklılık tespit edilmiş bunun sebebi de yaş grubu olarak 25 yaş alt grubu ile 55 yaş üstü grubu bireylerin psikolojik iyi oluş puanları düşük bulunmuşken 25 – 55 yaş arası bireylerin psikolojik iyi oluş puanları yüksek bulunmuştur. 25 yaş altı grubun maddi özgürlüğünün olmayışı gelecek kaygısı, 55 yaş üstü bireylerin sağlık problemleri ve ölüm korkusu psikolojik iyi oluş puanlarını etkilediği şeklinde açıklanabilir. Psikolojik iyi oluşun en yüksek olduğu orta yaş grubu ise olgunlaşma, sosyal statü sahibi olma, maddi rahatlık ve daha yakın ilişkilere sahip olunan yaşlardır. Bu yaş grubunun toplam puanda da diğer alt boyutlarda da en yüksek puanı almış olması bu durum ile açıklanabilir.

Araştırma sonucunda kadınların **Sosyal Görünüş Kaygısı** puanlarının **yaşa** göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 5). Bu araştırmaya benzer olarak destekler nitelikte olarak Pehlivan ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan çalışmada ev kadınlarının sosyal görünüş kaygısı puanları ve yaşları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (3). Benzer olarak Deniz'in (2015) çalışmasında yaşa göre kadınların anksiyete düzeyinin farklılaşmadığı belirlenmiştir (131). Bu çalışmadan farklı olarak Korkmaz ve Mansur (2018) tarafından kadın ve erkek bireyler arasında düzenlenen bir araştırmada, genç bireylerin sosyal görünüş kaygısı puanlarının daha ileri yaşlardaki bireylere kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir (132). Bu araştırma da anlamlı bir farklılığın olmama nedeni örneklem grubunun yaş aralığının dar olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada **öğrenim durumlara** ile **Psikolojik İyi Oluş** Ölçeği arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$) (Tablo 5). Çalışmaya katılan bireylerin ilköğretim mezunu olan birey sayısı çok az olduğu için lise ve ilköğretim birlikte analiz edilmiştir ve büyük çoğunluğun üniversite mezunu olduğu için anlamlı bir farklılık olmayışında etkili olduğu düşünülmektedir. Benzer olarak, Balcı, yaşam doyumu ve öznel iyi olma ile eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edemezken (128) Eroğlu'nun çalışmasında da benzer şekilde eğitim seviyesi ile psikolojik iyi oluş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (75). Doğan'ın çalışmasından farklı sonuçlarla karşılaşılmaktadır. Doğan, çalışmasında eğitim düzeyi arttıkça psikolojik iyi olma düzeyinin arttığını ifade etmiştir. (47). Farklı olarak Göcen ise psikolojik iyi oluş toplam skoru ile eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edemese de bazı alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğunu belirtmiştir. Hayatın amacı, insanlarla olumlu ilişkiler ve bireysel gelişim boyutları eğitim düzeyi ile birlikte yükselmiştir (76). Literatür incelendiğinde bizden farklı olarak çoğunluğu eğitimin düzeyinin yüksek olması psikolojik iyi oluşu olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bunun nedenini eğitim bireyin daha fazla sosyal ilişkiler kurmasına yardımcı olması ve bireye gelecekle ilgili bazı fikirler de vermesi, onun sahip olduğu hayatın amacı ve hedefleri ile ilişkilidir. Eğitim tek başına değil diğer faktörlerle birlikte psikolojik iyi oluş puanının olumlu yönde etki ettiği şeklinde açıklanabilir. Ryff ileri yetişkinlik döneminde iş ve eğitimin, orta yaşlarda ise aile ve ilişkilerin önemli etkileri olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Ryff iyi eğitilmiş kadınların yüksek özerklik hissine sahip olduklarını belirtmiştir (88).

Araştırma da *eğitim durumu* ile *Sosyal Görünüş Kaygısı* puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir ($p>0.05$) (Tablo5). Çalışmaya katılan bireylerin çoğunluğun eğitim durumlarının benzer olması ile açıklanabilir. Bu çalışmaya paralel olarak Pehlivan ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan çalışmada ev kadınlarının sosyal görünüş kaygısı puanları ve eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (6). Bu çalışma ya yine benzer olarak Erbay (2015) tarafından evli kadınların anksiyete düzeylerinde eğitim durumuna göre bir farklılaşma olmadığı belirlenmiştir (133). Tutar ve Kahraman (2018), bu çalışmadan farklı olarak sosyal medya kullanıcılarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarında eğitim düzeyleri lise olanlar lehine anlamlı fark çıkmıştır. Lise mezunlarının sosyal görünüş kaygısı daha yüksektir(122).

Araştırma sonucunda çalışan ve çalışmayan kadınların psikolojik iyi oluş ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p>0.05$) (Tablo5). Bu Araştırmaya katılan çalışan kadın sayısı fazla olduğu göz önünde bulundurularak incelenmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak Çilli ve ark.'nın (2004) ev kadınlarında ve çalışan evli kadınlarda psikolojik belirtilerin karşılaştırılması adlı çalışmasında ev kadınlarında psikolojik belirti şiddetinin daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır (134). Yine çalışma sonucundan farklı olarak Tatar ve ark.'nın (2018) yaptığı çalışmada gelir getiren bir işte çalışan ve çalışmayan kadınların duygusal öz farkındalık düzeyleri karşılaştırılmış ve gelir getiren bir işte çalışan kadınların duygusal öz farkındalık düzeylerinin, çalışmayan kadınların duygusal öz farkındalık düzeylerinden daha yüksek olduğu bulunmuştur (135). Literatür incelendiğinde genel kapsamda farklılık gözlemlenmiştir. Sonuçların farklı olması araştırmaya katılan kadınların çalışan kadın sayısının fazla olmasıyla ilgili olabilir.

Katılımcıların *çalışma durumuna* göre *Sosyal Görünüş Kaygısı* ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$) (Tablo 5). Bu çalışmaya benzer olarak Erbay (2015) tarafından çalışmanın evli kadınlarda depresyon, anksiyete ve yaşam doyumu üzerindeki etkilerinin incelenmesi üzerine İstanbul il merkezinde rastgele seçilen 70'i çalışmayan 70'i ise çalışan 140 evli kadın arasında düzenlenen araştırma sonucunda, çalışan ve çalışmayan evli kadınların anksiyete düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı belirlenmiştir (133). Yıldız (2018) Araştırma sonucunda çalışmayan kadınların sosyal görünüş kaygısı puanlarının, çalışan kadınlara

kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir (130). Bunun nedeni olarak çalışmayan kadınlarda maddi olarak eşe veya aileye bağımlı olma sonucu ortaya çıkabilecek kendini beğendirme çabası gösterilebilir. Bir çalışmada yine farklı olarak Deniz (2015) tarafından çalışan ve çalışmayan kadınlardaki obsesif kompulsif belirtiler, anksiyete ve mizaç özelliklerinin incelenmesi üzerine 30 çalışan ve 30 çalışmayan kadının katılımı ile yapılan çalışmada, anksiyetenin çalışmayan kadınların anksiyete düzeylerinin, çalışan kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır (131).

Katılımcıların *gelir düzeyine* göre *Psikolojik İyi Oluş* ortalamaları ile anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Tablo 5). Bu sonuca göre kadınların gelirlerinin giderlerinden az olması, denk olması ve fazla olmaması psikolojik iyi oluş durumlarının etkilemediği sonucuna varılmıştır. Çalışmaya benzer şekilde Cenkseven ise çalışmasında sosyoekonomik düzeyin öznel iyi oluşu yordadığını ancak psikolojik iyi oluşu yordamadığını belirtmiştir (86). Farklı olarak ayrıca Tennant ve ark.'nın (2007) kadın ve erkekler arasında düzenlediği çalışmada gelir düzeyi yüksek bireylerin mental iyi oluş düzeylerinin de yüksek olduğu belirlenmiştir (129). Yıldız (2018) yaptığı çalışmada aylık geliri 1500 TL'nin üzerinde olan kadınların psikolojik iyi oluş puanlarının, aylık geliri 1500 TL'nin altında olan kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir (130). Csikszentmihayli'de 'Şayet çok zenginsek neden mutlu değiliz?' adlı çalışmasında harcanacak daha fazla paraya sahip olmanın öznel iyi olmayı getirmediği üzerinde durmuştur. Bazı ülkelerin yüksek maddi refaha sahip olmalarına rağmen bu ülkelerde depresyon, yalnızlık ve intiharların düşük olmadığının altını çizmiştir. Amerika'da yapılan bir çalışma da ülkede maddi gelirin iki katına çıktığı yıllarda kendisini mutlu olarak tanımlayan insan sayısının önceki dönemlere göre değişmediğini ortaya koymuştur (136). Benzer şekilde ülkemizde yapılan çalışmanın sonuçları da bu doğrultudadır. İnsanların büyük bir kısmı mutluluk kaynağı olarak sağlık ve sevgiyi işaret ederken, mutluluk kaynağı olarak parayı dile getirenlerin oranı sadece %3,9 olarak tespit edilmiştir (137). Psikolojik iyi olma ve sosyoekonomik düzey arasında ilişki olmadığı hatta negatif ilişki olduğu yönündeki çalışmaların aksi yönde de çok sayıda çalışma mevcuttur. Doğan çalışmasında psikolojik iyi olma ve sosyoekonomik düzey arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. En yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip olan grup 101 ortanın üstü olarak tespit edilirken, en düşük psikolojik iyi olma düzeyine sahip grup ortanın altı olarak tespit edilmiştir (118). Gelir düzeyi psikolojik iyi oluşları ile ilgili bulunan bu sonucun diğer

Çalışmalardan farklı olması çalışmaya katılan bireylerin gelir düzeylerinin benzer olmasından dolayı kaynaklandığı dşnlmektedir. Literatürde bazı kaynakların gelir düzeyi yüksek olan bireylerin psikolojik iyi oluş durumları yüksek bulunma sebebi olarak maddiyata bağlı hayat standartlarının artması, kişinin sahip olabileceği imknların çeşitliliğinde artma, isteklerine ulaşabilme gösterilebilirken gelir düzeyi yüksek olan bireylerin psikolojik iyi oluş düşük bulunması sebebi olarak da bireyler beklentilerine ulaşınca, sahip oldukları şeylerle yetinmeyerek yeni beklentiler oluşturmaları ve daha iyisini arzu etmeleriyle açıklamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre *gelir düzeyi* ile *Sosyal Görünüş Kaygısı* arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır(Tablo 5). Yanı bireylerin gelir düzeyleri, gelirin giderden az oluşu gelirin giderle denk oluşu ve gelirleri giderlerinden fazla olması bireylerin sosyal görünüş kaygılarını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Pehlivan ve ark.'nın (2017) tarafından ev kadınlarının sosyal görünüş kaygıları ve sağlıklı yaşam biçimi davranışları üzerine yapılan çalışmada, sosyal görünüş kaygısı puanlarının gelir durumuna göre farklılık göstermediği belirlenmiştir (3). Benzer diğer bir araştırmada ise Korkmaz ve Mansur (2018) tarafından kadın ve erkek bireyler arasında düzenlenen bir araştırmada, sosyal görünüş kaygısı puanlarının gelir durumuna göre farklılaşmadığı belirlenmiştir (132).Bu çalışmada farklı olarak zcan ve ark. (2013) tarafından ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi üzerine yapılan çalışmada, gelir durumunun sosyal görünüş kaygısını yordadığı ve gelir düzeyi arttığa sosyal görünüş kaygısı puanlarının azaldığı belirlenmiştir(137). Deniz'in (2015) alışmasında gelir düzeyi düşük bireyler arasında yüksek düzeyde anksiyete oranının daha fazla olduğu belirlenmiştir (138). Gelir düzeyi sosyal görünüş kaygısı ile ilgili bulunan bu sonucun anlamlı farkın olmayışı çalışmaya katılan bireylerin gelir düzeylerinin benzer olmasından dolayı kaynaklandığı dşnlmektedir.

Araştırmada kadınların *ocuklarının olma durumu* ile *Psikolojik İyi Oluş* ortalaması ve *Sosyal Görünüş* ortalaması arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Kadınların ocuk sahibi olup olmaması psikolojik durumlarını ve sosyal görünüş kaygılarının etkilemediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca çalışmaya katılan bireylerin ocuk olma durumlarına bakıldığında büyük kısmının (%65,5) ocuğu olmadığı göz önünde bulundurulduğunda araştırma sonucunu etkilemiş olabilir. Farklı

olarak Uludağlı (2017) yapmış olduğu nitel araştırmada evlenmenin ve çocuk sahibi olmanın bireylerin psikolojik sağına olumlu katkısı olduğunu ifade etmiştir(139). Rimehaug ve Wallander'in (2010) Norveç HUNT2 toplum sağlığı çalışması kapsamında 30-49 yaş arası 24040 kadın katılımcı ile yapmış oldukları araştırmada çocuk sahibi olan kadınların olmayanlara göre anksiyete ve depresyon belirtilerinde daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır(140). Danimarkalı ebeveynler üzerinde yaptđđ incelemedir. Bu çalışmada çocuk sahibi olmanın yaşam doyumuna ve mutluluğa etkisi psikolojik iyi oluş ile incelenmiş ve 25-70 yaş arası 3226 kadın katılımcıdan toplanan sonuçlarda ilk çocuğu olan kadınların diğer tüm kadın guruplarından daha yüksek yaşam doyumuna sahip olduğu tespit edilmiştir (141).

Araştırma bulgularına göre kadınların **medeni durumu** incelendiğinde evli olup olma durumu **psikolojik iyi olma** ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo5). Kadınların evli ya da bekâr oluşu psikolojik durumlarını etkilemediği dşnlmektedir. Benzer olarak Göcen'in çalışmasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamakla beraber evlilerin bekrlardan daha yüksek psikolojik iyi oluş puanları aldıkları görülmüştür (76). Vural'ın çalışmasında (2016) medeni durumu ile istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilemezken (10), Doğan (2011) alışmasında evli bireylerin psikolojik iyi oluşlarının bekâr ve dul bireylerden daha yüksek olduğunu tespit etmiştir(118). Ryff'in çalışmasına göre evli olmak psikolojik iyi oluşun kendini kabul ve yaşam amacı boyutlarıyla ilişkili bir yapı sergilemektedir (88). Timur'un (2008) alışmasında, medeni durumun evli bireylerin psikolojik iyi oluşlarının anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir (142). Bazı çalışmalarda bu çalışma da olduğu gibi medeni durum ile psikolojik iyi oluş puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamışken diğer birçok çalışmada evli bireylerin bekâr ve boşanmış bireylere göre psikolojik iyi oluş puanları yüksek bulunmuştur. Evlilik, bireye bir aile mefhumu veren önemli bir olgudur. alışmalara göre Türkiye'de yaşayan bireylerin %70,6'sı onları en çok ailelerinin mutlu ettiğini söylemektedir (137).

Araştırma sonuçlarına göre kadınların **medeni durumlarına** bakıldığında evli ya da bekâr oluşu ile **sosyal görünüş kaygısı** arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Benzer olarak Pehlivan ve ark. (2017) tarafından yapılan çalışmada ev kadınlarının sosyal görünüş kaygısı puanların da medeni duruma göre anlamlı bir

farklılık olmadığı belirlenmiştir (3). Korkmaz ve Mansur (2018) tarafından kadın ve erkek bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve beden suçluluğunun diyet planlarına etkisini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilen bir araştırmada, sosyal görünüş kaygısı puanlarının medeni duruma göre farklılaşmadığı belirlenmiştir (132). Yıldız (2018) yaptığı çalışmada farklı olarak evli kadınların sosyal görünüş kaygısı puanlarının, bekâr kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir(130).

Araştırmada kadınların *sosyal medya kullanım süreleri* ile *psikolojik iyi oluş* ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 6). Araştırmaya katılan kadınların sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal görünüş kaygısı ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Sosyal medya kullanan kadınların kullanmaya başladıkları ve kaç yıldır kullanmış oldukları kadınların psikolojik iyi oluş puanı ile sosyal görünüş kaygısı puan ortalamalarını etkilememektedir. Çalışmadaki kadınların sosyal medyayı yıl olarak bakıldığında anlamlı farklılık olmaması, yaş ortalamaları ile ilgili olarak ve yaş ortalamasının 25 üstü olması ilişkili olabilir. Çalışmadaki kadınların çalışma olduğundan sosyal medyayı hobi olarak kullanıp etkilenmedikleri ileri sürülebilir. Farklı olarak sosyal medyayı kullanmaya harcanan zaman arttıkça anksiyete belirtilerinin arttığı gözlemlenmiştir. Daha fazla sosyal medya kullanımı, daha ileri anksiyete bozukluğuna sahip olma ihtimali ile de bağlantılıdır (143).

Araştırmaya katılan kadınların *sosyal medyada geçirdikleri süre* incelenmiş *psikolojik iyi oluş* ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur (Tablo 6). Kadınların sosyal medyada günde geçirdikleri süre kısaltıkça psikolojik olarak iyi olduğu saptanmıştır. Bu çalışmaya benzer olarak Rae ve Lonborg (2015)'nin çalışmalarında Facebook arkadaş sayısı ile yüksek iyi oluş arasında ilişki olduğu görülürken, Facebook'ta geçirilen zamanla düşük iyi oluş arasında ilişki olduğu anlaşılmıştır (144).Yine benzer olarak, Balcı ve Koçak'ın (2017) yaptığı araştırmanın bulgularına bakıldığında ise; üniversite öğrencilerinin yaşam doyum düzeyleri internet ve sosyal medya kullanım sıklığı arasında negatif yönde anlamlı ilişki dikkat çekmektedir.Katılımcıların yaşam doyum düzeyleri arttıkça, günlük sosyal medya kullanım sürelerinde bir azalma kendini göstermektedir.Yaşam doyumunu düşük olanlar, alışkanlık olduğu için daha sık sosyal medya kullanmaktadırlar (128). Farklı ve benzer bir araştırma olarak Sezer'in (2013) psikolojik iyi olmayı etki eden etkenlerin neler

olduğunu ortaya koymaya dair yapmış olduğu araştırmaya göre internet kullanımının çok olması veya hiç olmaması, psikolojik iyi oluşu negatif olarak etki ettiği interneti 1-3 saat zaman aralığında kullananların iyi oluş boyutlarında pozitif olarak etkilediği gözlemlenmiştir (145).

Araştırma da **sosyal medya kullanımının** psikolojik iyilik halini negatif yönde etkilediği gözlenmiştir (Tablo 6). Literatürde bu sonucu destekler niteliktedir. Bunun sebebi olarak sosyal medya platformunda bireylerin kendilerini diğerleri ile kıyaslayıp yapılan paylaşımlardaki kusursuz hayatın kendilerinde olmadığını düşünüp mutsuz olmaları gösterilebilmektedir. Sosyal medya aşırı bir şekilde kullanıldığı zaman bireyin arkadaş çevresinin tatil ve alışveriş fotoğraflarına maruz kalması da bireyin yetersizlik duygularını artırarak bireyi psikolojik olarak kötü hisetmesine sebep olduğu düşünülmektedir. Öte yandan sosyal medyada kendisini olduğundan farklı bir kişi gibi gösteren bireyler gerçeklikten uzaklaştıkları için kendi iç dünyalarında yaşadıkları çatışmalar psikolojik iyioluş durumlarını olumsuz yönden etkilediği düşünülmektedir.

Araştırma sonucuna göre **sosyal medyada günde geçirilen süre** ile **sosyal görünüş kaygısı** ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (Tablo 6). Sosyal medya da 7 saat ve üstünde vakit geçiren kadınlarda sosyal görünüş kaygı düzeyi yüksek bulunmuştur. Bu duruma benzer olarak Tutar ve Kahraman (2018), yaptığı araştırmada katılan bireylerin günlük sosyal medyayı kullanma sürelerine bakarak sosyal görünüş kaygısında anlamlı bir sonuç bulunmuştur. Buna göre, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya kullanım süresi birbirini etkilediğini bulmuşlardır. Farklı bir araştırmada da sosyal medyayı günde 4 saatten fazla kullananların, sosyal medyayı günde bir saatten az kullananlara göre daha çok sosyal görünüş kaygısı yaşadığı bulunmuştur. Yine aynı araştırmanın sonucuna göre daha fazla sosyal medya kullanımı daha ileri kaygı bozukluğuna sahip olma ihtimali ile bağlantılıdır (122). Eckler ve arkadaşları (2015)'nın 881 lisede okuyan kız öğrencilerde yaptıkları, Facebook kullanımının etkisini araştırdıkları çalışmada Facebook'ta daha fazla vakit geçirenlerin görünüşlerine diğerlerinden daha fazla dikkat ettiklerini belirlemiştir(146). Farklı olarak Ciba (2018), yapmış olduğu araştırmada öğrencilerin internette harcadığı süre gruplarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeğinden almış oldukları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde fark olmadığı belirlenmiştir (121). Literatür incelendiğinde de yapılan çoğu araştırmada sosyal medya kullanımının da harcanılan

sürenin çok olması sosyal görünüş kaygısını artırdığı yaptığımız çalışmayı destekler niteliktedir. Kullanım süresi artıkça bireyler kıyaslamalarda bulunup kusursuz beden algısı, idealleştirilmiş olan güzellik algısı kişilerde görünüş kaygısına sebep olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada *sosyal ağlarda haftada yapılan paylaşım süresi* ve *toplam arkadaş ve takipçi sayısı* incelenmiş *psikolojik iyi oluş* puan ortalaması ile istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Tablo 6). Çalışmaya katılan kadınların sosyal medya kullanırken takipçi sayılarını, arkadaş sayılarını önemsemediklerinden haftada yapılan paylaşım sayısının az olmasından ve kendi paylaşımlarının takip etmediklerinden dolayı psikolojik iyi olma halleri etkilenmediği ve farklılık gözlemlenmemiş olabilir. Literatür incelendiğinde takip sayısı ve arkadaş sayısının psikolojik iyilik haline olumlu yonde etkisi olan araştırmalar yer aldığı gözlemlenmiştir bunun sebebi olarak takipçi ve beğeni sayısı ile kimlik ve statü sahibi olma özelliği olduğuna inanılması bireylerin psikolojik iyilik hallerini etkilediği düşünülebilir. Facebook kullanımının yaşam memnuniyeti ile ilişkilerine dair çalışmaların sonuçları tutarsızdır. Şöyle ki, bazı çalışmalarda Facebook’u yoğun olarak kullanmanın (“yoğunluk” ile kast edilen, günlük Facebook kullanma süresi, Facebook arkadaşı sayısı ve Facebook kullanmaya duygusal bağlanmayı kapsayan bir değerlendirmedir) yüksek yaşam memnuniyetiyle (147). bazılarında ise düşük yaşam memnuniyetiyle ilişkili olduğu bildirilmiştir (148).

Araştırma sonucuna göre, *sosyal ağlarda haftada yapılan paylaşım süresi* ve *toplam arkadaş ve takipçi sayısı* incelenmiş *sosyal görünüş kaygısı* puan ortalaması ile istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Tablo 6). Benzer olarak Ciba (2018), yapmış olduğu araştırmada öğrencilerin internette harcadığı süre gruplarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeğinden almış oldukları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde fark olmadığı belirlenmiştir (121). Katılımcıların narsistik dışa vurumları arttıkça bir araç olarak sosyal ağları kullanma oranlarının, dolayısıyla sosyal ağlarda paylaşımda bulunma oranları artmakta olduğu görülmektedir. Araştırma narsisizm ile sosyal ağ kullanımı arasında doğrudan bir ilişkiyi saptamayı amaçlamamakla birlikte davranışsal boyuttaki eğilimleri bu verilerle ortaya koyabilmektedir. Son dönemlerin etkin iletişim ortamlarından biri olan sosyal medya ile bireyler, kendilerine bilinenin yanı sıra yeni yeni benlikler inşa edebilmektedir. Bu

yönüyle sosyal medya bireylere; bir “benlik inşası, benlik sunumu ve paylaşımı” imkânı vermektedir (149). Yaptığımız çalışmada anlamlı bir farklılık gözlenmese de literatür incelendiğinde kişilerin benliklerini ortaya koymalarında araç olarak kullandıkları sosyal medyada paylaşım sayıları artıkça ve bu şekilde dışavurumları arttıkça ayrıca spesifik fotoğrafları seçip paylaştıkça daha fazla arkadaş sayısına sahip olduğu ve bu şekilde sosyal görünüş kaygısını etkilediği ileri sürülmüştür.

Araştırma sonucunda *sosyal medyayı kullanırken ruh hali sorgulanmış* sosyal medyayı kullanırken bireylerin içinde oldukları ruh hali ile *psikolojik iyi oluş* ortalama puanları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Tablo 6). Bireylerin mutlu yada mutsuz oldukları ve her iki ruh halinde de benzer oranda kullandıkları ve psikolojik iyi olma durumunlarını etkilemediği sonucu ortaya çıkmıştır. Benzer olarak kadınlar arasında yapılan araştırma neticesinde Facebook kullanımı ve depresyon arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir (150). Farklı olarak Facebook gibi sosyal ağ sitelerinin kullanımı üzerine incelemeler, bu sitelerin algılanan eksikliklerin telafisi ya da olumsuz ruh durumu ve problemlerden kaçış motivasyonu ile kullanılmasıyla bağımlılık riskini arttırdığını ortaya koymaktadır. Düşük benlik saygısı, depresyon, anksiyete, yalnızlık ve olumsuz ruh durumunun Facebook bağımlılığı ile olumlu yönde ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar bu tespitleri geçerlemektedir. Sonuçlarımıza göre, depresyon ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bir başka deyişle, depresyon arttıkça sosyal medya kullanımı artmaktadır (151). Depresyon ve sosyal medya kullanımı ile ilgili literatür de farklı sonuçlara rastlanmakla birlikte, genel olarak depresyon puanları arttıkça, sosyal medya kullanımının da arttırdığı gözlenmektedir (152). Literatürde yer alan araştırmalar ve bu araştırmanın sonucuna dayanarak şu ifade edilebilir ki; psikolojik olarak kendisini sağlıklı hissetmeyen, insanlarla sağlıklı ilişkiler kuramayan, kaygılı bireylerin Facebook gibi sosyal medya ortamlarına karşı bağımlılık geliştirme olasılıkları daha yüksektir.

Araştırma sonucunda *sosyal medya kullanırken bireylerin ruh halleri* ile *sosyal görünüş kaygı* puan ortalamaları incelenmiş ve istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Tablo 6). Mutsuz ruh hali ile sosyal medya kullanan bireylerin sosyal görünüş kaygıları arttığı tespit edilmiştir. Literatür incelendiğinde de benzer yada farklı sonuçlara az rastlanmıştır. Sonucun mutsuzken sosyal medyayı kullanan bireyler sosyal medya da kişilerin paylaşımlarını gördüklerinin de kişilerin mutsuz olduğu durumda

kendindeki eksikleri daha çok görüp görünüş kaygısı yaşamasıyla ilişkilendirilebilir. Vücut kısmına veya tüm vücut görüntülerine maruz kalmanın Özellikle, basılı medya görüntülerine kısa süreli maruz kalma ince bayan modellerinin daha fazla kilo endişesi yarattığı gösterilmiştir. Vücut memnuniyetsizliği, öz-bilinç, olumsuz ruh hali. Bununla birlikte, medyanın maruz kalması ve ağırlık endişesini bağımsız olarak değerlendiren bazı deneysel çalışmalarda, moda dergisi veya televizyon tüketimi ile vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif korelasyonlar bildirilmiştir. Olumsuz ruh hali ve vücut memnuniyetsizliğinin artmasına neden olurken karşılaştırma işleminin miktarı görüntü yönünden kaygı yaşamaktadırlar (153).

Başka bir çalışmada Facebook'ta zaman geçiren katılımcılar, kontrol web sitesinde zaman geçirenlerden daha olumsuz bir ruh halinde olduklarını bildirdi (154).

Araştırmada katılan bireylerin **kendi görünüşlerini nasıl gördükleri** ile **psikolojik iyi oluş puanları** incelenmiş istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 6). Çalışmaya katılan bireylerin kendi dış görünüşlerini çoğunlukta (%75,3) standart güzellikte buldukları için böyle bir sonuca varılmış olabilir. Ancak literatür incelendiğinde kendi görünüşleri hakkında olumlu düşüncelere sahipolan insanların psikolojik iyi oluş puanlarını olumlu etkilediği görülmüştür. Farklı olarak Tutar ve Kahraman (2018), Dış görünüşünü beğenip beğenmeme durumuna göre sosyal medya kullanıcılarında mutluluk değişkenlerinin karşılaştırılmış. Mutluluk Ölçeği puanlarında anlamlı fark çıkmıştır. Buna göre dış görünüşünü beğenenlerin mutluluk düzeyi daha yüksek bulunmuştur (122). Donaghue (2009), beden imajı ve öznel mutluluk ilişkisini araştırdığı çalışmasında, fiziksel memnuniyet ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir (155). Tuzgöl (2006)'de, üniversite öğrencilerinin dâhil olduğu çalışmasında fiziksel görünüşten memnuniyet ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır (156).

Araştırmada katılan bireylerin **kendi görünüşlerini nasıl gördükleri** ile **sosyal görünüş kaygısı** puanları incelenmiş, istatistiki olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (Tablo 6). Kendi dış görünüşlerini pek çok kişiden çirkin bulan kadınların sosyal görünüş kaygısı çok olduğu tespit edilmiştir. Benzer olarak Şahin ve ark.'nın (2014) 2222 adolesanla (1133 kız, 1089 erkek) yaptıkları bir araştırmada benlik saygısı yüksek olanların sosyal görünüş kaygı düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır (54). Clark ve Tiggeman'ın (2007) 9-12 yaş 265 kız öğrencide yaptıkları bir araştırmada, görünüş

şemalarının beden algısının olumsuz etkilenmesiyle bağlantılı olduğu saptanmıştı (157). Kılıç ve Karakuş (2016)'un 1386 üniversite öğrencisiyle yaptıkları çalışmada, kilosundan memnun olmayanların sosyal görünüş kaygılarının daha fazla olduğu saptanmıştır. Kılıç (2015) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin kilolarını algılama düzeylerine göre sosyal görünüş kaygılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonunda algılanan vücut ağırlığının sosyal görünüş kaygısı üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır (158). Yapılan çalışmaya benzer olarak literatürde de benzer sonuçlar bulunmuştur. Bireyler kendi görünüşlerini iyi yada kötü olmasına dair fikirleri sosyal görünüş kaygısını etkilemektedir. Bireyler sosyal medya kullandıkça sosyal medyada insanların nasıl görüldüğü önemli olmaya başlamış, görünüşü ile de kendi yargıları sonrasında kişinin sosyal görünüm anksiyetesinin de artma kaçınılmaz olmuştur. Bununla birlikte, sosyal medya kullanan bireylerin çoğunluğu üzerinde düzenlemeler yaptıktan sonra kendisini ve resimlerini beğendiğini belirtmesi bu kimselerin sosyal görünüm anksiyetesi yaşadıkları ya da yaşama potansiyelleri olduğunu düşündürmektedir (159).

Araştırmada *genel ruh hali* ile *psikolojik iyi oluş* puanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Tablo 6). Genel ruh hali olumlu olan bireylerin psikolojik iyi oluş puan ortalamaları yüksek olduğu tespit edilmiştir. Olumlu ruh halinde olan bireylerin olumsuz ve değişken ruh haline sahip olan bireylere göre psikolojik olarak daha iyi oldukları tespit edilmiştir. Van Rooij ve ark. (2017)'nin Hollanda'da yaptığı bir çalışmada ise depresif ruh hali ile internet bağımlılığı arasında ilişki olduğu açıklanmıştır. Çalışmada sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımın, diğer herhangi bir İnternet etkinliği türünden daha çok olumsuz psikolojik sonuçlarla ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu nedenle, sosyal medya, diğer internet faaliyetlerine oranla daha fazla olumsuz sonuçlara yol açtığı muhtemel bulunmuştur. Özellikle depresyon gibi olumsuz sonuçlara yol açtığını açıklamışlardır (160).

Araştırmada *genel ruh hali* ile *sosyal görünüş kaygısı* puanları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Tablo 6). Genel ruh hali olumsuz olan bireylerin sosyal görünüş kaygısı puan ortalamaları yüksek olduğu tespit edilmiştir. Olumsuz ruh halinde olan bireylerin sosyal görünüşleri açısından daha fazla kaygı yaşadığı sonucu çıkarılmıştır. Benzer olarak Seki ve Dilmaç (2015) araştırmalarında, ergenlerde bulunan özellikler ile kendini iyi hissetme ve sosyal görünüş kaygı seviyeleri

arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. 13-18 yaş aralığında olan 600 lise öğrencisi üzerinde araştırmalarını yürütmüşlerdir. Araştırmanın sonucunda, ergenlerin değerlerinin sosyal görünüş kaygıları ve öznel iyi oluşları üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuşlardır (55).

Araştırmada *sosyal medyanın günlük hayatı etkileme durumu, paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumları ve paylaşıma az beğeni aldıklarında nasıl hissettiklerine* göre psikolojik iyi oluş durumları incelenmiş bunun sonucu olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (Tablo7). Bu çalışmaya paralel olarak literatürde de bilgiler bulunmaktadır. Kişilerin sosyal medyada ki başka kişilerin mutlu olduğuna ve kendilerinde daha iyi bir hayata sahip olduklarını düşünmeleri olumsuz duyguları tetikler bu günlük yaşantıyı etkilediğini düşündürür. Ayrıca kişilerin az takipçilerini olması ve paylaşımlarının beğenilmemesi bireyler de eksiklik olduğu algısı yaratıp psikolojik olarak olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Facebook gibi bir sosyal medya platformunda bireylerin kendilerini diğerleri ile kıyaslayıp yapılan paylaşımlardaki kusursuz hayatın kendilerinde olmadığını düşünüp mutsuz olmaları gösterilebilmektedir (161). Sosyal medya aşırı bir şekilde kullanıldığı zaman bireyin arkadaş çevresinin tatil ve alışveriş fotoğraflarına maruz kalması da bireyin yetersizlik duygularını tetikleyerek depresyona sürükleyebilmektedir. Öte yandan sosyal medyada kendisini olduğundan farklı bir kişi gibi gösteren bireylerin de iyilik hali ile ilişkili olan yaşam doyumlarının da daha düşük olduğu ortaya konmuştur (128). Vannucci ve ark. (2017)'nın, yaptığı bir çalışmanın sonuçlarında ise sosyal medya kullanımı ve kaygı / stres pozitif yönde ilişkili bulunmuştur (143).

Araştırma sonucunda, *paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumları ile sosyal görünüş kaygısı* puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamışken paylaşımları az beğeni alan kadınların sosyal görünüş kaygısı puan ortalamaları anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Tablo 7). Sosyal medyadaki paylaşımlarından az beğeni alan bireylerin kötü hissettikleri ve dış görünüşleri ile ilgili yüksek kaygı yaşadıkları tespit edilmiştir. Solmaz ve ark.'nın (2013), yaptığı çalışmada da öğrencilerin büyük kısmının her gün sosyal ağlara girdiği ve vakitlerinin önemli bir bölümünü buraya ayırdığı belirlenmiştir. Araştırmalar göstermektedir ki; öğrencilerin önemli bir kısmı sosyal medyadaki gelişmeleri, paylaşımları yakından takip etmekte, paylaşımlarının beğenilmesini önemsemektedirler (162). Forest ve Wood (2012), sosyal kaygısı olan ve

düşük benlik saygısına sahip kişiler için Facebook kullanımının tercih nedeni olduğunu, bu kişilerin daha fazla can sıkıcı paylaşımlarda bulunduklarını, bu nedenle de daha az “like” aldıklarını belirtmektedirler. Yüksek benlik saygısına sahip bireylerin daha fazla pozitif şeyler paylaşarak ve daha fazla olumlu tepki aldıklarını ifade etmektedirler (163). Carpenter (2012) ise bir kişinin büyüklük ve teşhircilik özelliği taşıma derecesi ne kadar yüksekse, o kadar profil ve durum güncellemesi yaptığını ve fotoğraf paylaştığını, kendini etiketlediğini ve profil fotoğrafını değiştirdiğini söylemektedir (164). Kişi sosyal ağlarda içerik paylaştıkça arkadaşlarını tepki vermeye davet etmekte ve bu sayede kişi varlığını dünyaya yansıtmış olmaktadır. Çevrimiçi paylaşımın ziyaret oranı veya yorum sayısı kişiye diğerlerinin gözünde ne kadar önemli olduğunu anlatmaktadır. Diğer insanların kişinin varlığını onaylaması, kişinin fark edilme arzusunu yerine getirmektedir. Sosyal ağlar bu arzunun merkezi olması sebebiyle, kişilerin aradıkları popülerliğin ölçütü haline gelmektedir (165).

Araştırmada *sosyal medya günlük yaşamı etkileme durumları* ile *sosyal görünüş kaygısı puan* ortalaması arasında incelendiğinde anlamlı bir farklılık saptanmış ve sosyal medyanın günlük yaşamlarını yoğunlukla etkileyen bireylerin sosyal görünüşlerine karşı kaygı yaşadığı tespit edilmiştir (Tablo 7). Sosyal medya artık hayatımızın önemli bir parçası olmuştur. Yaptığımız araştırmada da bu açıkça görülmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamına yakını sosyal medyayı kullanmaktadır. Yine büyük çoğunluğu her gün sosyal medyaya girmekte, sosyal medyada vaktinin önemli bir kısmını geçirmektedir. Öyle ki, sosyal medya aracılığıyla, içeriklere yorum yapılmakta, sosyal medyadan arkadaşlarla iletişim kurulmaktadır. Sosyal medya, hem eğlence hem rahatlatma hem boş zamanlarımızı değerlendirme, mesaj gönderme ya da mesaj alma, gündemi takip etme, bilgiye erişme ve birçok konuda kullanım amacımızı oluşturmakta ve bir araç olarak kullanılmaktadır. Aslında günlük hayatımızda yaptığımız pek çok şey internet ve sosyal medyaya endeksli hale gelmiştir. Farklı olarak sosyal medya ile yapılan araştırmalar da, Facebook kullanımı ile yaşam doyumu arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Facebook ile, sosyal çevre ile kurulan iletişimin artması durumunun, kişilerin algıladıkları yaşam doyumunu yükselttiği ortaya koymuştur (166). Aynı şekil de Amerika, Texas’ta, 2603 kolej öğrencisi ile yapılan çalışmada, Facebook kullanımının artması algılanan yaşam doyumunun artması durumunu ortaya koymuştur. Bunların bir nedeni olarak

Facebook'un kişilerin sosyal sermayelerini, yani arkadaş çevrelerini ve yapılan paylaşımları arttırması olabileceği düşünülmektedir (167).

Çalışmaya katılan kadınların, Sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş ölçek puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (Tablo 8). Çalışmaya katılan kadınların yaşam doyumlarının yüksek olduğu öngörülürse ve kadınların kendilerini standart güzellikte bulmaları ve öz güven sahibi bireyler olmaları, kadınların sosyal görünüş kaygısı yaşamadıkları ve bu da psikolojilerini etkilemedikleri düşünülebilir. Literatür de bizim çalışmamızdan farklı olarak bireylerin görünüş kaygıları azaldıkça mutluluk düzeylerinin arttığını göstermektedir. Çalışma bulgularından farklı olarak Seki (2014), tarafından ergenlerin sosyal görünüş kaygısı ve öznel iyi oluşlarının sahip oldukları değerler açısından incelenmesi üzerine yapılan çalışma sonucunda, sosyal görünüş kaygısı ile öznel iyi oluş arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (55). Castella ve ark. (2014) tarafından sosyal anksiyete bozukluğu ve iyi oluş üzerine yapılan bir çalışma sonucunda, sosyal anksiyete ve iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (168). Şanal Karahan (2016) tarafından kadın ve erkek üniversite öğrenciler arasında düzenlenen bir araştırmada psikolojik iyi oluş ile anksiyete arasında olumsuz yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir (169). Bu bağlamda yapılan araştırmada sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı üzerindeki doğrudan etkisini, sosyal medya kullanımının öznel iyi oluş üzerindeki doğrudan ve sosyal görünüş kaygısı üzerinden dolaylı etkilerini ve sosyal görünüş kaygısının öznel iyi oluş üzerinde doğrudan etkisi gözlemlenmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak hayatımızda önemli bir yere sahip olan sosyal medya kullanan kadınlar ile ilgili çalışma yapılmış, sonucunda sosyal medya kullanan kadınlar sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş hali incelenmiştir. Çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Kadınların sosyal medyada geçirdikleri günlük süre kıaldıkça ve genel ruh hali iyi olan kadınların psikolojik iyi oluş puan ortalamalarında pozitif yönde etkilendiği gözlemlenmiş, diğer özellikler ile psikolojik iyi oluş puan ortalamalarında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

- Sosyal medyada 7 saat ve üstünde vakit geçiren, mutsuz ruh halinde sosyal medyayı kullanan, kendi dış görünüşlerini pek çok kişiden çirkin bulan, genel ruh hali olumsuz olan, sosyal medyada paylaşımlarına az beğeni alan ve sosyal medya günlük yaşamlarını çoğunlukla etkileyen kadınlar da; sosyal görünüş kaygısının fazla olduğu saptanmıştır. Diğer özelliklerde anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Kadınlar sosyal medya kullanımı ile birlikte sosyal medyada estetik bir şekilde foto değiştirme uygulamaları, kusursuz paylaşımlara inanan kadınlar kendilerini bu şekilde mükemmel görünme telaşına girebilir. Ancak ulaşamaz bu mükemmeliyetçi standartlar yüzünden ilişkisinde de kendisini daha yetersiz ya değersiz hissederek mutsuz olması ve hatta depresyona girmesi de oldukça olası görünmektedir. Bu durum da bireyin iyilik halini zedeleyecek bir etken olarak karşımıza çıkabilir.

Bu sonuçlardan hareketle aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur:

- Kadınlara sağlıklı ve doğru sosyal medya kullanımı ve bunun hayatımıza etkisi ile ilgili seminer verilebilir.
- Psikiyatri hemşireleri kadınlarla küçük gruplar halinde toplantılar yaparak sosyal medya kullanımı bireyleri nasıl etkilediği, ne kadar etkilediği, ne kadarında takıntı boyutunda olduğu gözlemlenip belirlenmeli ve ona göre ayrı gruplar halinde çalışmalar yapılmalıdır.
- Psikiyatri hemşireleri kadınların kendi benlik saygılarını artıracak faaliyetler de bulunmalı kendigörünüşlerinin ve kendi bedenleriyle barışmaları sağlanmalı görünüş kaygısının nereden kaynaklandığını bulmalarını destek sağlamalı ona yönelik girişimler yapılmalıdır.
- Kadınların sorunlarına göre liste hazırlatıp o listeye odaklanması sağlanmalıdır liste de “Kendime daha çok vakit ayıracağım, hayatımı başka hayatlarla daha az kıyaslayacağım, insanların kıyafetlerini inceleyip inceleyip kendimi alışveriş merkezlerine atmayacağım, iş yerinde daha üretken olacağım,

sevdiklerimle daha çok gerçek vakit geçireceğim gibi” cesaretlendirici sonuçlar bulunmalıdır.

- Sosyal görünüş kaygısı, kadınları sosyal medya kullanıma itme nedenlerinin konuşulduğu ve farkındalık oluşturmak amaçlı küçük grup çalışmaları yapılabilir. Psikolojik iyi oluş puanlarının güçlendirilmesi açısından uzman psikiyatri hemşireleri tarafından kadınlara eğitim ve terapi imkanlarının sağlanabilir.
- Sosyal medya ortamlarında geçirilen fazla sürenin azaltılabilmesi için kadınları boş zamanlarını değerlendirmelerine yönelik çeşitli sosyal, sanatsal ve spor etkinliklerine yönlendirilmeleri önemli görülmektedir.
- Kadının kendinde ya da ailesinde ruhsal rahatsızlıkların varlığının kişinin sosyal medya kullanım sıklığını, sosyal medyadan etkilenme düzeylerini nasıl etkilediğine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Yapılan bu araştırmada örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmıştır. Aynı konu daha fazla örneklem grubu ile gerçekleştirilebilir. Aynı konu kullanılarak tekrardan araştırılabilir. Ayrıca medya, eğitim, sağlık ve yerel yönetim otoriteleri tarafından konunun önemini netleştirecek şekilde farkındalık düzeyini yükseltecek organizasyonlar planlanabilir.
- Çalışmada örneklem grubunu temsilen sosyal medya kullanan 351 kadın kadına yer verilmiştir. Gelecek araştırmalarda daha fazla katılımcıyla farklı il ve ilçelerde benzer nitelikte araştırmalar yürütülmesi, farklı ölçme araçları ile farklı meslek, yaş ve öğrenim durumu gruplarındaki kadınlar arasında çalışma yapılabilir.

KAYNAKLAR

1. Temel ME. *Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Görünüş Kaygısı İle İlişkisinde Bağlanma Stillerinin Rolü* (Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
2. Terkan R. “Sosyal Medya ve Pazarlama: Tüketici Kalite Yansıması”, *Organizasyon ve Yöntem Bilimleri Dergisi*, 2014,: 6(1):, 57-71.
3. Pehlivan Z. , Ada E. A. , Öztaş G. , “Ev Kadınlarının Sosyal Görünüş Kaygıları ve Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları”, *Mersin Spor Bilimleri Dergisi* 2017, :28 (1): 11–23.
4. Ataş M. N. *Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.
5. Alımcı, D. *Ortaokul Öğrencilerinin Akran Zorbalığı Ve Sosyal Görünüş Kaygıları İle Kendine Saygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Tez)*. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
6. Cüceloğlu D. *İnsan ve Davranışı* (21.Baskı), Remzi Kitabevi, İstanbul,2008.
7. Sayımer İ. *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler* (1.Baskı), Beta Yayınları, İstanbul, 2008.
8. Bozarth J. *Social Media For Trainers: Techniques For Enhancing And Extending Learning*, A Wiley Imprint Puplishhing, San Francisco, 2010.
9. Yalçın D. *Yerel Medya Çalışanlarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları*(Tez). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; Kayseri, 2018.
10. Vural ZBA, Bat M. “Yeni Bir iletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi iletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 2010, :5 (20):, 3348-3382.

11. Dalaylı, F. Ü. *Orta Yaş Üstü Bireylerin Dijital Çağda İletişim Kurma Pratikleri: Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Sosyal İzolasyon* (Tez). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
12. Uysal S. *Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi* (Tez). Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek lisans Tezi; İstanbul,2013.
13. Tuncer A. S. “*Sosyal Medya*”, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877 Açık Öğretim Fakültesi, Yayını No: 1834,Eskisehir, 2013:3
14. Pempek TA, Yermolayeva YA, Calvert SL. “College Students Social Networking Experiences On Facebook”, *Journal of Applied Developmental Psychology*,2012, 30: 227-238.
15. Lockyer L. and Patterson J. “Integrating Social Networking Technologies in Education: A Case Study of a Formal Learning Environment. Paper presented at the Advanced Learning Technologies”, ICALT ‘08. Eighth IEEE International Conference on, 2008.
16. Sevinç A. *Öğretmen Adaylarının Bilgi Gizliliği Yönetimi Davranışları, İnternet Bağımlılıkları Ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Arasındaki İlişkilerinin İncelenmesi* (Tez), Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Elazığ, 2018.
17. Mayfield A. “What Is Social Media?”(Elektronik Versiyon). Icrossing. 2008.
18. Yalçın D.*Yerel Medya Çalışanlarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları: Kayseri Örneği* (Tez). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Kayseri,2018.
19. Köse Y. *Yükseköğretimde Öğrenme Ve Öğretme Amaçlı Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Akademik Yönetici Ve Öğretim Elemanı Görüşleri*, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Aksaray, 2018.

20. McLoughlin C. ve Lee MJW. "Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era. *Proceedings ascilite*", Singapore, 2007: 664-675.
21. Kaplan A, Haenlein M. "Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media", *Business Horizons*, 2009: 53(1): 59-68.
22. Güçlü B. *Üniversite Kütüphaneleri Hizmetlerinin Etkin Sunumunda Sosyal Medya Kütüphaneciliği* (Tez). Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi Ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Çankırı, 2018.
23. Karakaya Ş. *Sosyolojik Araştırma Tekniklerinin Sosyal Medya Üzerinden Kullanımı Ve Saha Araştırması Verileriyle Karşılaştırılması* (Tez). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Afyon, 2018.
24. Altayef H A. *Sosyal Medya Bağımlılığının Ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Tez). Kastamonu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; Kastamonu, 2018.
25. Shalom J. G. Et Al. "Social Anxiety And Physiological Arousal During Computer Mediated Vs. Face To Face Communication" *Computers In Human Behavior*, 2014, 44: 202-208.
26. We Are Social "Digital, social & mobile worldwide in 2015", <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digitalsocial-mobile-worldwide>. Erişim Tarihi: 17 Kasım 2019.
27. Toruk İ. "Üniversite gençliğinin medya kullanma alışkanlıkları üzerine bir analiz", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2008, 19, 475-488.
28. Çakmak E. *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi* (Tez). Beykent Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.

29. Şengöz A, Eroğlu E. “Örgütlerde Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal Medya Algıları, Amaçları Ve Kullanım Alışkanlıkları” *E-Gıfder*, 2017,5(1): 503-524.
30. Shaw A. M. et al. “Correlates Of Facebook Usage Patterns: Therelationship Between Passive Facebook Use, Social Anxiety Symptoms, And Brooding”, *Computers In Human Behavior*, 2015, 48: 575-580.
31. Mackinnon SP. et al. “Perfectionistic Self-presentation Predicts Social Snxiety Using Daily Diary Methods”, *Personality and Individual Differences*, 2014, 56: 143-148.
32. Engin Y. *Sosyal Medya Kullanıcılarında Dijital Kimlik Olgusu ve Toplumsal Olaylar Bağlamında İncelenmesi*(Tez). İstanbul Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2015.
33. Köklü B. *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Beğenilme Arzusu, Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ve Sosyal Kaygı İle İlişkisi* (Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019.
34. Altındal A. *Türkiye’de Kadın*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2004.
35. Russel, Bertrand *Evlilik Ve Ahlak*, (Çeviren: Ender Gürol), Morpa Kültür Yayınları, İstanbul, 2004.
36. Oktan V, Şahin M. “Kız Ergenlerde Beden İmajı İle Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2010, 7: 1- 12.
37. Anderson M. “Men catchup with women on over all social media use”, 2015,<http://www.pewresearch.org/>, Erişim Tarihi: 14.03.2019.
38. Köroğlu E. *Ruhsal Bozuklukların Tanısal Ve Sayımsal El Kitabı*, 5. Baskı, Hekimler Yayın Birliği Yayımcılık, Ankara, 2013:254-263.
39. Liebowitz M, Stein M. Paroxetine Treatment Of Generalized Social Phobia (Social Anxiety Disorder), *JAMA*, 1998, 280 (80): 708-713.
40. Kaya M, Varol K. “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Durumluk-Sürekli Kaygı Düzeyleri Ve Kaygı Nedenleri” (Samsun Örneği), *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Samsun, 2004,31-63.

41. Çepikkurt F, Çoşkun F. “Üniversiteli Dansçıların Sosyal Fizik Kaygı ve Beden İmgesinden Hoşnut Olma Düzeyler”, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 2010,1(2): 17-24.
42. Hart EA, Leary MR, Rejeski WJ. “The Measurement Of Social Physique Anxiety”, *Journal Of Sport & Exercise Psychology*, 1989, 11: 94-104.
43. Tekeli CŞ. *Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmeni Adayları İle Diğer Öğretmen Adaylarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Akademik Öz – Yeterlik Düzeylerinin Karşılaştırılması*(Tez). Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; Bartın, 2017.
44. Kılıç M. *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygıları İle Benlik Saygıları Ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*(Tez).Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Konya, 2015.
45. Rath T, Harter J. “Welbeing. Gallup Press”, New York, ABD. Çev: İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul, 2013.
46. Alemdağ S, Öncü E. “Öğretmen Adaylarının Fiziksel Aktiviteye Katılım Ve Sosyal Görünüş Kaygılarının İncelenmesi”, *International Journal Of Science Culture And Sport*, 2015,287-300.
47. Doğan T, Sapmaz F, Totan T. “Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması”, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2011,12(2):45-56.
48. Soylu Y, Atik F, Öçalan M. “ Ergenlerin Sosyal Görünüş Kaygısı düzeylerinin İncelenmesi” (Kırıkkale İli Örneği), *Sportif Bakış: Spor Ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2017, 38-45.
49. Kıvılcım P. *Genel Aidiyetin Sosyal Görünüş Kaygısı Ile Sosyal Duygusal Yalnızlık Algısı Arasındaki İlişkide Biçimlendirici Rolü*(Tez). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
50. Ergür E. *Üniversite Öğrencilerinde Beden-Benlik Algısı İle Ruh Sağlığı Arasındaki İlişki. Ege Üniversitesi* (Tez). Muğla Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; Muğla, 1996.
51. Karakaya I, Coşkun A, Ağaoğlu B. “Yüzücülerin Depresyon, Benliksaygısı Ve Kaygı Düzeylerinin Değerlendirilmesi” *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2006,7(3):162-166.

52. Yousefi B, Hassani Z, Shokri O. “Reliability And Factor Validity Of The 7-İtem Social Physique Anxiety Scale (Spas-7) Among University Students İn Iran” *World Journal Of Sport Sciences*, 2009,2(3).
53. Ekşi H, Arıcan T, Yaman KG. “Meslek Lisesi Öğrencilerinin Riskli Davranışlarının Yordayıcısı Olarak Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Mükemmeliyetçilik” *Journal of Kirsehir Education Faculty*, 2016,17(2).
54. Şahin E. *Bazı Değişkenlere Göre İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Benlik Saygıları Ve Sosyal Görünüş Kaygıları* (Tez). Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi; Samsun, 2012.
55. Seki T, Dilmaç B. “Ergenlerin Sahip Oldukları Değerler İle Öznel İyi Oluş Ve Sosyal Görünüş Kaygı Düzeyleri Arasındaki Yordayıcı İlişkiler: Bir Model Önerisi”, *Türk Eğitim Derneği Eğitim ve Bilim Dergisi*, 2015,40.179: 57-67.
56. Alden E, Lynn TT. “Charles Interpersonalprocesses In Socialphobia”, *Clinical Psychology Review*, 2004, 24(7): 857-882.
57. Mülazımoğlu B, Erturan İlker G, Arslan Y. “Achievementgoals In Turkish High School Pe Setting: The Predicting Role Of Social Physique Anxiety”, *International Journal Of Educational Research*, 2014, 67: 30-39.
58. Sübaşı G. “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler”, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 2007, 32 (144): 3-15.
59. Ökten ÜG. *Lise Öğrencilerinde Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Utangaçlık Arasındaki İlişkide Benlik Saygısının Aracılık Rolü*(Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2019.
60. Leary MR, Kowalski RM, Campbell CD. “Self-Presentationalconcerns And Social Anxiety: The Role Of Generalize Dimpression Expectanc” *Journal Of Research In Personality*,1988, 22: 308-321.
61. Adler A. “*The Science Of Living, Anchor Books*”, New York, 1969.
62. Fromm E. “*Escape From Freedom, Holt Rinehart And Winston*”, New York, 1941.
63. Sullivan HS. “*The Interpersonel Theory Of Psychiatyr*”, Norton, New York,1953.

64. Horney K. “*Neurosis And Human Growth: The Struggle Toward Self-Realization*”, Norton, New York,1950.
65. Ataş M.B. *Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Tez)*. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanan Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.
66. Türkçapar H. “Sosyal Fobinin Psikolojik Kuramı”, *Klinik Psikiyatri*,1999, 2(4):247-253.
67. Kılavuzoğlu E. *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Görünüş Kaygısının Yordayicileri Olarak Kişilik Özellikleri Ve Öz Anlayış(Tez)*. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
68. Freud S.. *Psikanalize Giriş Dersleri*. (S. Budak, Çev.) Öteki Yayınevi. Ankara,1917.
69. Cücelioğlu D. *İnsan Ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları*, Remzi Kitapevi, İstanbul,1999:128-211.
70. Tümerdem, R. “Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi Ve Fen-Edebiyat Fakültesi Kimya Son Sınıf Öğrencilerinin Kaygılarını Etkileyen Etmenler”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007, 6(20):32-45.
71. Aksu N. *Örgüt Temelli Benlik Saygısının Psikolojik İyi Oluşa Etkisinde İstismarcı Yönetimin Rolü (Tez)*. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; Kars, 2017.
72. Ekşioğlu H. *İnanç veya Dünya Görüşüne Sahip Olma Tarzıyla Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişki (Tez)*. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Sivas,2011.
73. Kuyumcu B. “Türk ve İngiliz Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik iyi Oluş Duygusal Farkındalık ve Duygularını ifade Etmelerinin Ülke ve Cinsiyet Değişkenlerine Göre incelenmesi”, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2012, 14(2): 1-7.
74. Polatcı S. *Psikolojik Sermayenin Performans Üzerindeki Etkisinde İş Aile Yayılmı Ve Psikolojik İyi Oluşun Rolü (Tez)*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi; Kayseri, 2011.

75. Eroğlu N. *Psikolojik İyi Olma ile Topluluk Hissi Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Tez).Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Sakarya, 2013.
76. Göcen G. *Şükür Ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişki Üzerine Bir Alan Araştırması* (Tez).Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi; Ankara, 2012.
77. Andrews FM. “Social Indicators of Perceiving Life Quality”, *Social Indicator Research*, 1974, 279-299.
78. Demirtaş S. *Okul Yöneticilerinin Psikolojik İyi Olma Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki*(Tez). Mevlana Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Konya,2016.
79. Albayrak G. *Psiko-Eğitim Programı ile Psikodramanın Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Oluşlarına Etkisinin Karşılaştırılması* (Tez).Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi; Mersin, 2013.
80. Önalgil S. *55 Yaş Ve Üzeri Bireylerde Fiziksel Aktivitenin, Algılanan Sosyal Destek Ve İyi Olma Durumuna Etkisi*(Tez). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Antalya, 2012.
81. Diener E. “Subjective Well-Being”, *Psychological Bulletin*, 1999,125 (2):276- 302.
82. Gülaçtı F. *Sosyal Beceri Eğitime Yönelik Programın Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Beceri, Öznel Ve Psikolojik İyi Olma Düzeylerine Etkisi* (Tez). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi; Erzurum, 2009.
83. Diener E. “Subjective Well-Being. The Science Of Happiness And A Proposal For A National Index”, *American Psychologist*, 2000, 55(1) : 34-43.
84. Cihangir-Çankaya Z. *Öz Belirleme Modeli: Özerklik Desteği, İhtiyaç Doyumu Ve İyi Olma* (Tez). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi; Ankara, 2005.
85. Gerring JR, Zimbardo GP. *Psychology And Life- Psikoloji Ve Yaşam*, Çev. Yrd. Doç. Dr.Gamze Sert, Çev. Edt. Yrd. Doç.Dr. Asil Ali Özdoğru, Nobel Yayınevi, İstanbul,2010.

86. Cenkseven F. *Üniversite Öğrencilerinde Öznel Ve Psikolojik İyi Olmanın Yordayıcılarının İncelenmesi* (Tez). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Adana, 2004.
87. Bradburn N. M. “*The structure of psychological well-being*” Adline Pub. Co, Chicago,1969.
88. Ryff Carol D, Singer BH. “Know Thyself And Become What You Are: A Eudaimonic Approach To Psychological Well-Being”, *Journal Of Happiness Studies*, 2008, 9: 13-39.
89. Gönener A, Öztürk A, Yılmaz O. “Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Mental (Psikolojik) İyi Olma Düzeylerinin Mutluluk Düzeylerine Etkisi”, *Sportif Bakış: Spor Ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2007, 4(1):44-55.
90. Özmete E. “*Evli Kadınlar Ve Erkekler İçin Psikolojik İyi Oluş Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlaması*”. Bilig Yaz 2016 / Sayı 78
91. Tatlılıoğlu K. “Üniversite Öğrencilerinin Aylık Gelir ve Harcama Düzeyi İle Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi(Bingöl Üniversitesi Örneği)”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2015, 14(55):1-15.
92. Bilir A. *Yetişkinlerde Psikolojik İhtiyaç Doyumunun Yaşam Kalitesi Ve Mental İyi Oluşla İlişkisinin İncelenmesi*(Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2017.
93. Ryff CD. “Happiness Is Everthing, Or Is It? Explorations On The Meaning Of Psychological Well-Being”, *Journal Of Personality And Social Psychology*, 1989,57(6):1069-1081.
94. Orley J, Saxsena S, Herrman H. “ Quality Of Life And Mental İllness Reflections From The Perspective Of The Whoqol”, *British Journal Of Pschiarty* 1998, 172 (4): 291- 293.
95. Keyes CLM, Shmotkin D, Ryff CD. “Optimizing Well-Being: The Empirical Encounter Of Two Traditions”, *Journal Of Personality And Social Psychology*, 2002, 82(6): 1007-1022.
96. Kaplan E. *Eşlerin Duygusal Zekalarının Psikolojik İyi Oluşları Üzerine Etkisi*(Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.

97. Inanç BY, Yerlikaya EE. *Kişilik Kuramları* (10.Baskı), Pegem Akademi Ankara, 2015.
98. Burger JM. *Kişilik* (10.baskı), Kaknüs Yayınlar, İstanbul, 2016.
99. Özen Ö. *Ergenlerin öznel iyi oluş düzeyler* (Tez). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2005.
100. Allport GW, Vernon PE, Lindzey G. Study of values. Oxford, *Houghton Mifflin*, England, 1960.
101. Geçtan E. *Psikanaliz ve sonrası* (16.Baskı), Metris, Ankara,2019.
102. Maslow A. *İnsan Olmanın Psikolojisi* (Çev: O. Gündüz), Kuraldışı. İstanbul,2016.
103. Güleç C. *Pozitif Ruh Sağlığı*.(3. Baskı),Arkadaş, Ankara, 2016.
104. Rogers SJ, DeBoer DD. “Changes in wives' income: Effects on marital happiness, psychological well- being, and the risk of divorce”, *Journal of Marriage and Family*, 2001,63(2):458-472.
105. Oyur Çelik G, Malak AT, Bektaş M, Yılmaz D, Sami Yümer A, Öztürk Z, Demir E. “Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Sağlığı Geliştirme Davranışlarını Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi”, *Anatol J Clin Investig*, 2009,3(3): 164-169.
106. Dolgun G, İnal S, Uğurlu F. “Ergen Sağlığının Sürdürülme Ve Geliştirilmesinde Hemşirenin Rolü”, *Türk Pediatri Arşivi*, 2014,46: 4-8.
107. Baran M. *Kadınlara Verilen İletişim Çatışmaları Eğitiminin Evlilik Doyumu Üzerine Etkisi* (Tez). Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi; Erzurum, 2013.
108. Madhuchandra MK, Srimathi NL. “Psychological well-being among doctors and nurses: A comparative study”, *The International Journal of Indian Psychology*,2016, 3(4):203-210.
109. Kelleci M, Avcı D, Ata EE, Doğan S. “Kendini Tanıma ve Girişkenlik Dersinin Hemşirelik Öğrencilerinin Atılganlık Düzeylerine Etkisi”, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2011,14:2.
110. Keltner NL, Bostrom CE, McGuinness TM. “*Psychiatric Nursing*” 6 th Edition, Elsevier Mosby, Missouri, USA,2011, 18:101-103
111. Doğan O. “Şizofreni Hastalarının Evde Bakımı”, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2011, 2 (1): 41-46.

112. Yıldız M, Köroğlu E, Güleç C. *Psikiyatrik Rehabilitasyon*. Psikiyatri Temel Kitabı, 2.Baskı. Nobel Kitabevi, 2007,726-731.
113. Kızılırmak B. *Ruhsal Bozukluğu Olan Bireylerin Ailelerinde Bakım Yükü Ve Ruhsal Sağlık Durumu* (Tez). İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2014.
114. Çam O, Engin E. “*Ruh sağlığı ve hastalıkları hemşireliği bakım sanatı*”, İstanbul Tıp Kitabevi, İstanbul, 2014.
115. Hallaç S, Meydanlıoğlu A, Karakaya D, Göral Acar G. “Toplum ruh sağlığı hemşireliği: öğrenci uygulama örneği”, *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, Ankara, 2014,30-43.
116. Carpenito L.J. *Hemşirelik Tanıları El Kitabı* (13. Baskı). Çev. Firdevs Erdemir, Nobel Tıp Kitabevi, İstanbul, 2014.
117. Telef BB, Uzman E, Ergün E. “Öğretmen Adaylarında Psikolojik İyi Oluş Ve Değerler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Turkish Studies*, 2013, 8(12): 1297-1307.
118. Doğan T. “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği’ nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2010,39: 151-159.
119. Çakmak V. *İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi*(Tez). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi; Konya, 2014
120. Aydın A, Tekinsav Sütçü S, Sorias O. “Ergenlerde Sosyal Anksiyete Belirtilerini Azaltmaya Yönelik Bilişsel Davranışçı Bir Grup Terapisi Programının Etkinliğinin Değerlendirilmesi”, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 2010, 21(1): 25-36.
121. Ciba B. *Üniversite Öğrencileri Arasında Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*(Tez). Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek lisans Tezi; İstanbul, 2018.
122. Tutar R. , Kahraman S. *Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Mutluluk Açısından İncelenmesi* (Tez), Beykent Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.

123. Gencer ZT. “Sosyal Medya Kullanımının İletişim Kaygısı Bağlamında Değerlendirilmesi” ,*Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Selçuk İletişim, 2018, 11 (2): 21-34.
124. Tekin H. “Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme”, Mars Matbaası, Ankara, 1977.
125. Sylvester C. “A comparison of ancient and modern conceptions of happiness and leisure”, In *Eleventh Canadian Congress on Leisure Research*, Nanaimo, British Columbia, 2005.
126. Güvenen G. *Sosyal Medya Ve Kitle İletişim Araçlarının Lise Öğrencilerinin Beden Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Üzerine Etkisinin Belirlenmesi*(Tez). Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2017.
127. Acar H. *Kur'an kurslarına devam eden kadınlar arasında dindarlık biçimleri, dini başa çıkma faaliyetleri ve psikolojik iyilik halleri* (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü; İzmir, 2014.
128. Balcı F. *Psikolojik Ve Öznel İyi Olma Hali İle Dini İnançlar Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme*. (Tez). Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; Bursa, 2011.
129. Tennant R, Hiller L, Fishwick R, Platt S, Joseph S, Weich S, Parkinson J, Secker J, Brown S. The warwick-edinburgh mental well-being scale (WEMWBS): development and UK; validation. *Health and Quality of Life Outcomes* 2007, 5:63.
130. Yıldız B. *Çalışan Ve Çalışmayan Kadınların Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Psikolojik İyi Oluş Açısından İncelenmesi* (Tez). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.
131. Deniz P. *Çalışan ve çalışmayan kadınlardaki obsesif kompulsif belirtiler, anksiyete ve mizaç özelliklerinin incelenmesi* (Tez). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2015.
132. Korkmaz S, Mansur F. “Sosyal görünüş kaygısı ve beden suçluluğunun diyet planlarına etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2018, 3:21-34.

133. Erbay L. *Çalışmanın evli kadınlarda depresyon, anksiyete ve yaşam doyumu üzerindeki etkilerinin incelenmesi* (Tez). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2015.
134. Çilli AS, Kaya N, Bodur S, Özkan İ, Kucur R. “Ev kadınlarında ve çalışan evli kadınlarda psikolojik belirtilerin karşılaştırılması”, *Genel Tıp Dergisi*, 2004,14(1):1-5.
135. Tatar Baykal Ü, Harmancı Seren KA. “Yönetim Süreci ve Hemşirelik Hizmetlerinin Örgütlenmesi”, *Hemşirelik Hizmetleri Yönetimi*, 1. Basım, Akademi Basın ve Yayıncılık, İstanbul, 2014, ss.1-779.
136. Csikszentmihayli M. “If We Are So Rich, Why Aren’t We Happy?”. *American Psychologist*,1999, 54 (10): 821-827.
137. Türkiye İstatistik Kurumu. Türkiye Aile Yapısı Araştırması. <http://www.aile.gov.tr/tr/?Sayfa=Detay&Id=2006122862127>. Erişim:25.03.2019
138. Özcan H, Subaşı B, Budak B, Çelik M, Gürel Ş, Yıldız M. “Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi”, *Journal of Mood Disorders*, 2013, 3(3):107- 113.
139. Uludağlı NP. “Psikolojik sağlık açısından yetişkin olmak”, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 2017, 9(3): 263-283.
140. Rimehaug T, Wallander J. “Anxiety and depressive symptoms related to parenthood in a large Norwegian community sample: the HUNT2 study”, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 2010,45(7): 713-721.
141. Kohler H, Behrman JR, Skytthe A. “Partner + Children = Happiness: the effects of partner ship and well-being”, *Population and Development Review*, 2005, 31: 407–443.
142. Timur MS. *Boşanma Sürecinde Olan Ve Olmayan Evli Bireylerin Psikolojik İyi Oluş Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi* (Tez). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Ankara,2008.
143. Vannucci A. “Social media use and anxiety in emerging adults”, *J Affect Disord*, 2017,207: 163-166.

144. Rae JR, Lonborg SD. Do motivations for using Facebook moderate the association between Facebook use and psychological well-being? *Frontiers in Psychology*, 2017, 6, 771.
145. Sezer K. *Görev yapan ve atanmamış fen bilimleri öğretmenlerinin sosyobilimsel konularla ilgili öz yeterlilik ve tutumlarının belirlenmesi*(Tez). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Samsun, 2017.
146. Eckler P, Kalyango Y, Paasch E. “Facebook Use and Negative Body Image Among US College Women”, *Women and Health*, 2016, 1-19.
147. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. “The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, 12(4):1143-1168.
148. Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS, Li N, Ybarra O. “Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults”, *PloS ONE*, 2013, 8(8): 1-6.
149. Çalışır G. *“Dijital İletişim Etkisi-Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı”* 1. Baskı, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İskenderiye Kitap, İstanbul: 2007.
150. Dilmaç O. “Görsel Sanatlar Öğretmeni Adaylarının Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 2010, 24: 49- 65.
151. Jelenchick LA, Eickhoff JC, Moreno MA. “Facebookvbdepression?” Social networking site use and depression in older adolescents”, *Journal of Adolescent Health*, 2013, 52(1): 128–130.
152. Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS, Lin N, Shablack H, Jonides J, Ybarra O. “Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults”, 2016, 8(8):2-7.
153. Stice E, Shaw HE. “Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology”, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2014, 13:288-308.
154. Fardouly J, Diedrichs CD, Vartanian RL, Halliwell E. “Social media social comparisons: the effect of facebook on young women’s body image concerns and mood”, *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 2015, 13:38-45.

155. Donaghue N. “Body satisfaction, sexual self-schemas and subjective wellbeing in women”, *Body Image*,2009, 6:37-42.
156. 156. Tuzgöl DM. “Subjective Well-Being Among University Students” *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2006, 31:188-197.
157. Clark L, Tiggemann M. “Sociocultural and Individual Psychological Predictors of Body Image In Young Girls: A Prospective Study”, *Developmental Psychology*,2008, 44(4): 1124.
158. Kılıç M. *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygıları İle Benlik Saygıları Ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi(Tez)*. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri EnstitüsüYüksek Lisans Tezi: Konya, 2015.
159. Altındış A, Aslan FG, Aşıcı N, İnci MB, Ekerbiçer HÇ, Tokaç M. “Sosyal Medya Ağları Ve Sosyal Görünüm Anksiyetesi”, *International Journal of Social Science*,2017, 64:227-235.
160. Van Rooij Aj, Zinn Mf, Schoenmakers Tm, Van De Mheen D. “Treating internet addiction with cognitive-behavioral therapy: A thematic analysis of the experiences of therapists”, *International Journal of Mental Health and Addiction*, 2012, 10(1): 69-82.
161. Steers MLN, Wickham RE, Acitelli LK. “Seeing everyone else’s highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms”, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2014,33(8): 701-731.
162. Solmaz B. “İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama”, Selçuk Üniversitesi, *İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2013,7(4):23-46.
163. Forest AL, Wood JV. “When social networking is not working individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook”, *Psychological Science*, 2012, 23(3): 295-302.
164. Carpenter CJ. “Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior”, *Personality and Individual Differences*, 2012,52(4):482-486.
165. Hood B. “Benlik Yanılsaması: Sosyal Beyin, Kimliği Nasıl Oluşturur”, Ayrıntı Yayınları İstanbul,2012.

166. Grieve R, Indian M, Wittevee K, Anne Tolan G, Marrington J. “Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online”, *Computers in Human Behavior*,2013, 29(3):604-609.
167. Valenzuela S, Park N, Kee KF. “Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2009, 14(4):875–901.
168. Cash TF, Fleming EC. “The impact of body image experiences: development of the body image quality of life inventory”, *Journal of Eating Disorder*, 2002,31: 455-460.
169. Şanal Karahan F. *Üniversite öğrencilerinde çözüm odaklı düşünmenin depresyon, anksiyete, stres ve psikolojik iyi oluş ile ilişkisi* (Doktora Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü; Konya,2016.

EKLER

Ek-1 Anket Formu

Sizi *Gamze Değirmenci* tarafından yürütülen “Sosyal Medya Kullanan Kadınlarda Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisi” başlıklı ankete dayalı bir araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Aşağıdaki bilgileri dikkatlice okumak için zaman ayırınız. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz. Bu anket çalışmasına katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama hakkına sahipsiniz. Anketi yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen anket formlarındaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Çalışmanın amacı duygu ve durumların iştah ile ilişkisini değerlendirilmektedir. Online olarak hazırlanmış 3 bölümden oluşan anketler, elektronik ortamda doldurulacaktır.

Çalışmaya katılmayı kabul ediyorum ()

1. Yaşınız nedir?.....
2. Medeni durumunuz nedir?
 - a) Evli b) Bekar
3. Çocuğunuz var mı?

- a) Evet b) Hayır
4. Öğrenim durumunuz nedir?
- a) İlköğretim mezunu b) Lise mezunu c) Üniversite ve üzeri
5. Çalışma durumunuz nedir?
- a) Çalışıyorum b) Çalışmıyorum
6. Gelir durumunuzu nasıl tanımlarsınız?
- a) Gelir giderden az b) Gelir gidere denk c) Gelir giderden fazla
7. En uzun süre ile yaşadığınız yer nedir?
- a) Köy/kasaba/ilçe b) İl
8. Sosyal medyayı ne kadar süredir kullanıyorsunuz?
- () 1 yıldan az () 1-3 yıl arası () 4-6 yıl arası () 7 yıl ve üstü
9. Günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?
- () 1 saatten az () 1-3 saat arası () 4-6 saat arası () 7 saat ve üstü
10. Kullandığınız tüm sosyal ağlarda haftada kaç kez paylaşım yapıyorsunuz?
- () 1-3 kez () 4-6 kez () 7 kez ve daha fazla
11. Kullandığınız bütün sosyal medya araçlarında ortalama toplam kaç tane arkadaşınızın veya takipçinizin olduğunu belirtiniz.
- () 100'den az () 100-500 () 501-1000 () 1001 ve üzeri
12. Hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullanırsınız?
- () Mutlu olduğum anlarda
- () Mutsuz olduğum anlarda
- () Her iki durumda da paylaşım yaparım
13. Genel olarak kendini görünüş açısından nasıl buluyorsunuz?
- () Pek çok kişiden daha güzel/alımlı
- () Standart güzellikte / pek çok kişi gibi/ sıradan

() Pek çok kişiden daha çirkin/ bakımsız

14. Genel olarak ruh haliniz nasıldır?

() Olumlu ruh hali (Neşeli, mutlu, enerjik vb.)

() Olumsuz ruh hali (Mutsuz, sinirli, gergin vb.)

() Değişken ruh hali (mutlu iken, birden mutsuz olan vb.)

15. Sosyal medyanın günlük yaşamınızı etkiliyor mu?

() oğunlukla etkiler

() Nadiren etkiler

() Etkilemez

16. Paylaşımlarınıza gelen beğenileri takip eder misiniz?

() Evet () Hayır

17. Paylaşımlarınız az beğeni aldığında kendinizi nasıl hissedersiniz?

() Kötü hisssederim

() nemsemem

() Duruma göre hissim değişir.

Psikolojik İyi Oluş leği

Aşağıda kendiniz ve yaşamınız hakkında hissettiklerinizle ilgili bir dizi ifade yer almaktadır. İlk önce her bir ifadeyi okuyunuz ve daha sonra her bir ifadenin karşısındaki “Hiç katılmıyorum” (1), “oğunlukla katılmıyorum”(2), “Kısmen katılmıyorum”(3), “Kısmen katılıyorum”(4) , “oğunlukla katılıyorum” (5) “Tamamen katılıyorum”(6) ve ‘Kesinlikle katılıyorum’”(5) seçeneklerinden kendi halinize uygun olan bir seçeneği seçiniz. Bu seçeneği belirledikten sonra o seçeneğe ait parantezin içerisine çarpı (+) işareti koyunuz.. **Lütfen, hiçbir maddeyi boş bırakmayınız.**

Aşağıda katılıp katılmayacağınız 8 ifade vardır. Her bir madde için uygu olan cevabınızı belirtiniz	1	2	3	4	5	6	7
01.Amaçlı ve anlamlı bir yaşam sürdürüyorum.							
02.Sosyal ilişkilerim destekleyici ve tatmin edicidir.							
03.Ben iyi bir insanım ve iyi bir hayat yaşıyorum.							
04.Geleceğim hakkında iyimserim							
05.İnsanlar bana saygı duyar.							
06. Yeni şeyler denemekten hoşlanan biriyim							

07. Zevklerime uygun ev ve yaşam tarzı kurabilirim							
08. Kişiliğimin pek çok yönünü beğenirim							

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

1. Hiç Uygun Değil	2. Uygun Değil	3. Biraz Uygun	4. Uygun	5. Tamamen Uygun		
Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissederim.	1	2	3	4	5	
Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissederim.	1	2	3	4	5	
İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5	
İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5	
Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.	1	2	3	4	5	
Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.	1	2	3	4	5	
İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.	1	2	3	4	5	
Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracığından endişe duyarım.	1	2	3	4	5	
Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.	1	2	3	4	5	
İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik	1	2	3	4	5	

yaşarım.					
Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.	1	2	3	4	5
Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.	1	2	3	4	5
İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissederim.	1	2	3	4	5
Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyarım.	1	2	3	4	5
İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.	1	2	3	4	5

Ek-2: Etik Kurul Onayı

OKAN ÜNİVERSİTESİ Etik Kurul Kararı

Toplantı Tarihi: 13.03.2019

Toplantı Sayısı: 104

Toplantıya Katılanlar:

Prof. Dr. Mithat Kıyak	(Başkan)
Prof. Dr. Mazhar Semih Başkan	(Üye)
Prof. Dr. Dilek Öztürk	(Üye)
Prof. Dr. Dilek Şirvanlı Özen	(Üye) (Katılmadı)
Prof. Dr. Ali Tayfun Atay	(Üye)
Doç.Dr. Kerime Derya Beydağ	(Üye) (Katılmadı)
Dr. Öğr. Üyesi. Nermin Bölükbaşı	(Üye)
Dr. Öğr. Üyesi Erdinç Ünal	(Üye)
Dr. Öğr. Üyesi Nihat Özaydın	(Üye)

Okan Üniversitesi Etik Kurulu 13.03.2019 tarihinde Prof. Dr. Mithat Kıyak Başkanlığında toplandı.

Yapılan görüşmeler sonucunda;

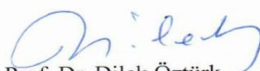
Karar 13. Üniversitemiz Sağlık Bilimleri Enstitüsü-Hemşirelik bölümünden **Gamze DEĞİRMENÇİ'nin "Sosyal Medya Kullanan Kadınlarda Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisi"** başlıklı çalışması için başvuru talebi uygun görülüp oy birliği ile onaylanmıştır.



Prof. Dr. Mithat Kıyak
(Başkan)



Prof. Dr. Mazhar Semih Başkan
(Üye)



Prof. Dr. Dilek Öztürk
(Üye)



Prof. Dr. Ali Tayfun Atay
(Üye)

Prof. Dr. Dilek Şirvanlı Özen
(Üye) (Katılmadı)

Doç. Dr. Kerime Derya Beydağ
(Üye) (Katılmadı)



Dr. Öğr. Üyesi Erdinç Ünal
(Üye)



Dr. Öğr. Üyesi Nermin Bölükbaşı
(Üye)



Dr. Öğr. Üyesi Nihat Özaydın
(Üye)

ÖZGEÇMİŞ

<i>Adı</i>	Gamze	<i>Soyadı</i>	DEĞİRMENCİ
<i>Doğum Yeri</i>	Malatya	<i>Doğum Tarihi</i>	21/05/1993
<i>Uyruğu</i>	T.C	<i>Telefon</i>	
<i>e-mail</i>	gamzedegirmenci444@gmail.com		

	<i>Mezun Olduğu Kurum</i>	<i>Mezuniyet Yılı</i>
<i>Yüksek Lisans</i>	İstanbul Okan Üniversitesi	2020
<i>Lisans</i>	İnönü Üniversitesi Sağlık Yüksek Okulu	2016
<i>Lise</i>	Sümer Lisesi, Malatya	2011

Eğitim Düzeyi

İş Deneyimi

<i>Görevi</i>	<i>Kurum</i>	<i>Süre</i>
Hemşire	Şişli Hamidiye Etfal EAH \İstanbul	2017-
Hemşire	Özel Malatya Park Hastanesi\Malatya	2016-2017

Yabancı Diller

<i>Yabancı Diller</i>	<i>Okuduğunu Anlama</i>	<i>Konuşma</i>	<i>Yazma</i>	<i>YDS Puanı</i>	<i>Diğer Puan</i>
<i>İngilizce</i>	İyi	İyi	İyi		

Bilgisayar Bilgisi: Microsoft Word, Microsoft Excel